



**Зоряна МИХАЙЛИНА**  
науковий керівник  
к.е.н., викл. Сабелька Т.І.  
ІФННІМ ТНЕУ

## ДОСВІД СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ПРАКТИКА ФРН

Як показують сучасні реалії, необхідною передумовою побудови ефективних ринкових відносин в Україні є створення платформи для діалогу між урядом, бізнесом та громадянським суспільством. Одним із ключових факторів для побудови такого діалогу є впровадження та розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, зв'язаних з основною діяльністю компанії або тими, що виходять за рамки певного мінімуму, в рамках якого відбувається процес створення цінностей для самого підприємства, споживачів, держави, бізнес- партнерів і суспільства в цілому, є одним із джерел забезпечення стійкості підприємства [1].

Доволі поширеним в суспільстві є хибне розуміння соціальної відповідальності бізнесу як меценатства, благодійності чи спонсорства. Проте ототожнювати дані поняття не слід, оскільки на відміну від благодійності, яка для компанії, як правило, є нічим іншим як вдалим рекламним ходом чи PR-акцією, соціальна відповідальність – це стратегічний підхід до побудови взаємовідносин між фірмою та її працівниками, партнерами і громадськістю.

Розглянемо успішний досвід соціальної відповідальності бізнесу на прикладі підприємств Німеччини. Так, мале підприємство “Markisches Landbrot GmbH” (Лендброт), що знаходиться в м. Берлін розпочинало свій шлях, налічуючи 6 працівників і позиціонувало себе як екопідприємство. У 1995 р. підприємство сертифіковане за екологічними стандартами якості й успішно працює, забезпечуючи конкурентні переваги та стабільну рентабельність у 4% [2]. Виробнича потужність підприємства становить 2,16 млн. буханок хліба в рік (6 тис. од. за добу). Загальний оборот складає 4,5 млн євро, адже висока якість хліба, що випускає “Markisches Landbrot GmbH” дозволяє йому встановити роздрібну ціну 3 євро за 1 кг. Протягом останніх двох років на підприємстві працює 39 працівників, 20 із яких зайняті у виробництві.

Що стосується екологічного менеджменту, то підприємство посідає перше місце у всьому Європейському Союзі, при цьому кожні 3 роки воно проходить аудит для підтвердження сертифікату. Головні акценти підприємство робить на утилізації відходів, відповідності сировини екологічним нормам і впровадженню упаковки, яка має характеристики здатності до само- чи біоутилізації. Накопичені відходи на підприємстві кожних два тижні відправляються до фермерських господарств для худоби. Досить важливим у цьому напрямі є використання безпечних екотехнологій, пов'язаних як з випіканням хліба та хлібобулочних виробів, так і з санітарною обробкою приміщень, що не припускає використання хімічних мийних засобів;



крім того, для усунення відтворення вибухонебезпечної суміші у цехах відбувається належне провітрювання приміщень. Відповідальність підприємства по відношенню до суспільства проявляється також у благодійних заходах – щодня виділяється хліб для жебраків.

Аналізуючи підприємство “Markisches Landbrot GmbH”, можна стверджувати, що найбільшого успіху воно досягнуло завдяки встановленню ефективних трудових відносин, коли керівництво з повагою ставиться до співробітників, не допускає порушень прав людини і ліквідує всі форми примусової та обов’язкової праці; а також завдяки особливо уважному ставленню до навколишнього середовища та посиленню екологічної відповідальності керівництва підприємства.

Не менш цікавим є успішний досвід корпоративної соціальної відповідальності великої німецької компанії “BOMBARDIER Inc.” (Бомбардье) [3], яка є одним із провідних виробників у світі, що пропонує інноваційні транспортні рішення, пасажирські літаки і літаки бізнес-класу, техніку для залізничного транспорту, а також системи і послуги, пов’язані з ними. Щодня по всьому світу “Bombardier Inc.” виробляє сучасні літаки і потяги, які допомагають людям і товарам дістатися туди, куди вони повинні потрапити. Місія компанії – бути провідним виробником у світі літаків і потягів, а основними цінностями є чесність, прагнення до досконалості, орієнтація на клієнта, фокус на акціонерів.

“Bombardier Inc” вірить у важливість застосування доброї практики корпоративного управління з метою забезпечення належного управління бізнесу, оскільки це створює стійку прибутковість та підвищує акціонерну вартість фірми. Корпоративна соціальна відповідальність “Bombardier Inc.” проявляється у прагненні постійно захищати своїх працівників від професійних захворювань і нещасних випадків на виробництві, запобігати забрудненню довкілля, зберігати і раціонально використовувати природні ресурси й енергію; Підприємство успішно реалізує свої зобов’язання із зміцнення здоров’я, безпеки і екологічної обізнаності персоналу, а також забезпечує навчання, що адаптується до потреб бізнесу.

Ринкове господарство Німеччини називається соціальним, тому що держава створює умови для усіх громадян, запобігає проявам несправедливості і захищає усіх обділених і беззахисних: безробітних, хворих, людей похилого віку і дітей. Німеччина є одним з найбільших ринків біопродукції в Європі: в кожному супермаркеті запропонована велика кількість екологічно чистої продукції, що відповідає усім вимогам екологічного законодавства, що в свою чергу зобов’язує виробників до дотримання екологічних стандартів. Позитивні екологічні досягнення німецьких підприємств пов’язані також з тим, що уряд Німеччини забезпечує фінансову підтримку підприємствам для розвитку політики, спрямованої на підтримку навколишнього середовища. Федеральний уряд впроваджує більше ніж 50 індивідуальних проектів у сфері екології та добросовісної торгівлі.

Загалом можна зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу на німецьких підприємствах реалізується на високому рівні, оскільки



відповідальність за якість продукції несуть самі виробники. Запозичення передового досвіду у сфері соціальної відповідальності та запровадження європейських стандартів в Україні дозволить суттєво покращити рівень розвитку вітчизняного бізнесу і змінити життя всіх українців на краще.

### **Список використаних джерел**

1. Аделькин Ф. *Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса* / Ф. Аделькин. – К. : Блакить, 2005. – 349 с.

2. *Корпоративна соціальна відповідальність та екоменеджмент компанії “MARKISCHEES LANDBROT”*, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.landbrot.de/>

3. *Інтернет-сторінка компанії «Bombardier Inc.*», присвячена корпоративній відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bombardier.com/>

Мар'яна ГРАБОВЕЦЬКА  
науковий керівник  
к.е.н., викл. Сабецька Т.І.  
ІФННІМ ТНЕУ

## **КОРУПЦІЙНІ ПРОЯВИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА**

Корупційні прояви у національній економіці – досить гостра проблема у суспільства, адже вони є причиною бідності країни та перешкоджають її подоланню, загрожують національній безпеці України, впливають на ефективність системи державного управління, функціонування органів державної влади й місцевого самоврядування, підривають усталені основи правопорядку, захищеність прав і свобод громадян.

Корупція виступає одним із негативних чинників, що перешкоджають економічному, політичному та соціально-культурному розвитку країни. Тому виникає необхідність дослідження явища корупції з різних точок зору та її вплив на розвиток держави загалом.

Так, великий тлумачний словник сучасної української мови подає кілька визначень поняття “корупція”, а саме: “корупція – це діяльність осіб, уповноважених на виконання функцій держави, спрямована на протиправне використання наданих їм повноважень для одержання матеріальних благ, послуг, пільг та інших переваг”; “корупція – це пряме використання посадовою особою свого службового становища з метою особистого збагачення”; “корупція – підкупність, продакність урядовців і громадських діячів” [1].

Під корупцією Марич Є.В. розуміє “використання особою наданих їй повноважень та пов'язаних з цим можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб, або відповідно до пропозиції чи надання неправомірної вигоди такій особі