



УДК 338.22

DEFINITION AND FORMATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE

ВИЗНАЧЕННЯ І ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Kozmuk N.I./ Козьмук Н.І.

Doctor of Economics, associate professor / к.е.н., доцент

ORCID: 0000-0001-7438-8691

*Lviv Ivan Franko National University,**Lviv, University, 1, 79007**Львівський національний університет імені Івана Франка,**Львів, Університетська, 1, 79007*

Анотація. В роботі розглядаються основні теоретичні аспекти понять соціальної відповідальності в контексті бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності. Необхідність поєднувати прибуткові види діяльності підприємства з діяльністю, що приносить користь суспільству. Виокремлено основні категорії, що характеризують явище соціальної відповідальності та розкрито їх зміст. Визначено важливість формування концепції корпоративної відповідальності бізнесу в сучасних умовах. А також, плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльності підприємства, як перевагу в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг для клієнтів. Мета статті полягає у визначенні сутності соціальної відповідальності бізнесу в Україні, в потребі показати необхідність та можливості використання принципів соціальної відповідальності бізнесу як важливого й ефективного інструмента реалізації соціальних проєктів в кризових економічних та соціальних умовах.

Ключові слова: підприємство, бізнес, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, інвестори, партнери, громадськість, відповідальність, соціальна позиція.

Вступ.

Соціальну відповідальність бізнесу, як правило, визначають як відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів. Як активну соціальну позицію компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у розв'язанні соціальних проблем. Тобто, в сучасному середовищі, підприємство не може лише займатись бізнесом з метою отримання прибутку, а й повинно активно допомагати суспільству, підтримувати своїх працівників, партнерів, клієнтів, приймати активну участь у проєктах, націлених на покращення добробуту населення, екології та добродійні цілі. Тобто, сформуванню власну концепцію соціальної відповідальності, що забезпечить досягнення окреслених цілей.

Основний текст.

Ідея соціальної відповідальності бізнесу виникла у 1970-ті у США та Великої Британії внаслідок посилення уваги громадськості, споживачів до загального іміджу підприємства, а саме:

- вибору добропорядних та відповідальних бізнес-партнерів;
- забезпечення соціального захисту та недискримінації найманих працівників;



- гарантування якості та безпеки продукції та послуг;
- ставлення фірми до екології та до суспільства;
- дотримання прозорості та відкритості, соціальної відповідальності у прийнятті стратегічних бізнес-рішень [1].

Концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що підприємство функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і, крім цього, допомагає суспільству. Отже, підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Колективна соціальна відповідальність вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення — зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу [2,4].

Тобто, соціально-відповідальне підприємство не повинно працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства. Поруч з тим, існує думка українських вчених економістів про те, що: «...соціальна відповідальність зменшує шанси підприємства на досягнення фінансового успіху, обмежує можливість отримання більшого прибутку, тим самим призводить до порушення досягнення головної цілі комерційної діяльності — принципу максимізації прибутку. Реалізовані підприємством соціальні заходи, з одного боку, надають населенню певні суспільні блага, які не може надати держава, з іншого боку, подібні кроки є з економічної точки зору витратами, які необхідно компенсувати за рахунок прибутку підприємства, або, що більш імовірно, за рахунок споживача, шляхом підвищення рівня цін на вироблену продукцію. Незважаючи на, в цілому позитивний зарубіжний досвід розвинених країн, у країнах, що розвиваються до цих пір відсутнє економічне обґрунтування існування тісного взаємозв'язку між проведеними соціальними заходами бізнесом і поліпшенням фінансових результатів.» [3]

На нашу думку, це твердження дещо нівелює позитивні аспекти і прояви соціальної відповідальності бізнесу, яку набувають розвитку і вдосконалення в час економічних і соціальних криз, пов'язаних з пандемією COVID та війною в Україні. В той час, коли держава направляє значні обсяги коштів на підтримку армії, соціальні ініціативи бізнесу є важливими і необхідними в підтримці соціально-незахищених верств населення, добровільних проектів та інших соціальних ініціатив.

Якщо розглядати широкий підхід до категорій, які характеризують соціальну відповідальність, можна їх умовно поділити на шість основних (рис.1.)

1. Навколишнє середовище. Дана сфера включає екологічні аспекти виробництва, що охоплюють контроль забруднення при проведенні ділових операцій, запобігання або усунення шкоди навколишньому середовищу, що виникає в результаті перероблення та збереження природних ресурсів. Якщо це масштабне виробництво — справа стосується альтернативних видів такого



виробництва та утилізації відходів, а якщо невелика консалтингова або юридична фірма — мінімізації споживання паперу та його сортування.

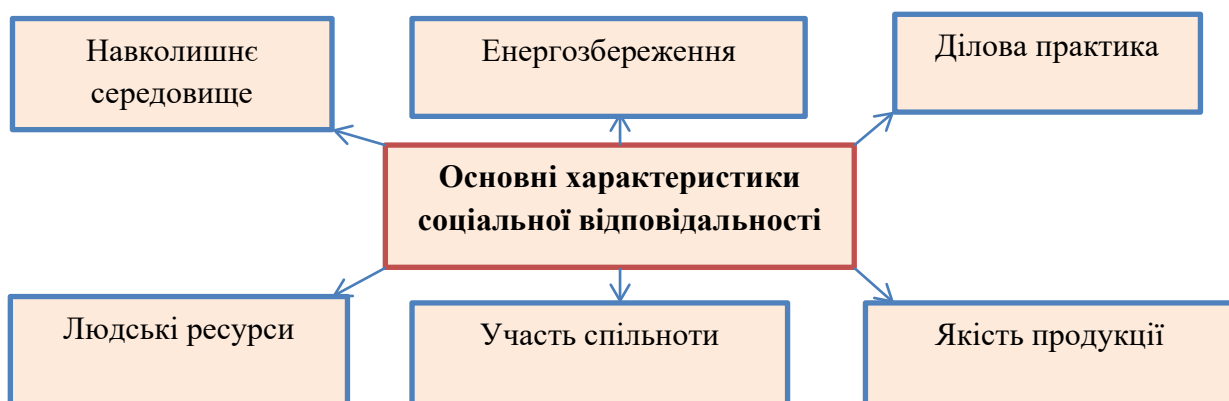
2. Енергозбереження. Ця сфера охоплює збереження енергії при веденні бізнесу і підвищення енергоефективності продукції компанії.

3. Ділова практика. Дана сфера стосується відносин компанії зі спеціальними групами інтересів, зокрема це стосується зайнятості та поліпшення становища меншин, жінок, представників груп з обмеженими можливостями, а також співпраця з правозахисними організаціями.

4. Людський ресурс. Ця сфера стосується впливу організаційної діяльності на людей, які складають людські ресурси організації. Ці заходи охоплюють практику найму, навчальні програми, рівень заробітної плати, плани додаткових пільг і бонусів, політику просування, безпеку роботи, стабільність робочої сили, а також порядок звільнень.

5. Участь спільноти. Ця сфера включає громадські заходи, пов'язані зі здоров'ям, освітою і мистецтвом, а також іншими заходами, які допомагають розкрити потенціал працівників.

6. Якість продукції. Дана сфера стосується якісних аспектів продуктів, наприклад, їх корисності, довговічності, безпеки та зручності обслуговування, а також їх впливу на забруднення. Крім того, це включає в себе задоволеність клієнтів, правдивість в рекламі, повноту і чіткість маркування, а також відповідність праву інтелектуальної власності [5].

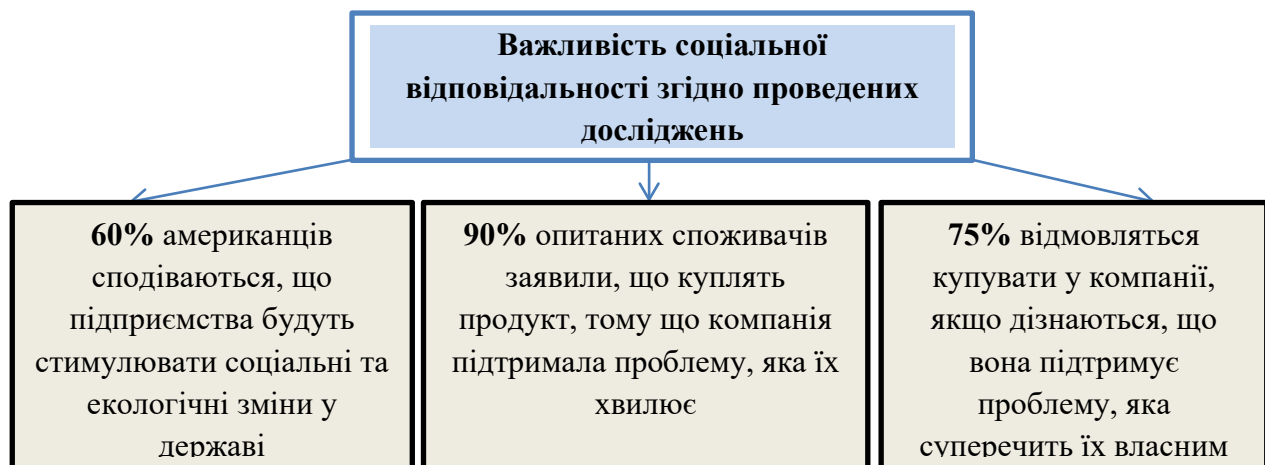


Авторська розробка

Все більше фактів свідчить про те, що корпоративна соціальна відповідальність є чинником підвищення прибутковості, іміджу компанії, зниження витрат, підвищення морального духу співробітників і лояльності клієнтів, а також інших переваг.

Для компаній, що працюють на багатонаціональній основі, участь спільноти може бути корисною для підтримки зусиль щодо виходу на нові ринки, залучення потенційних співробітників і створення або зміцнення репутації компанії, її бренду та продуктів [6].

Щоб проілюструвати, наскільки важливою стала соціальна відповідальність, дослідження Cone Communications показало (рис.2).



Авторська розробка

Отже, все більшої ваги набуває явище корпоративної соціальної відповідальності, що визначається, як: « ... невиокремлене та чітко регламентоване коло обов'язків бізнесу. Кожна компанія робить добровільний вибір щодо того, який із видів відповідальності є максимально оптимальним для неї та суспільства, в якому вона працює.»

Крім того, корпоративна соціальна відповідальність — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами. У сьогоденнішньому соціально-свідомому середовищі співробітники й клієнти надають велике значення роботі та витрачають гроші на підприємства, які віддають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності [2,7].

Ряд економічних джерел ототожнюють ці поняття і наводять єдине визначення категорій: «Соціальна відповідальність бізнесу, Корпоративна соціальна відповідальність, (англ. англ. Corporate Social Responsibility, CSR) — концепція бізнес-практики, економічна діяльність переважно великих комерційних організацій, що передбачає відповідальність організацій за вплив їхні бізнес-рішень і діяльності на суспільство, навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, заснована на добровільній корекції повсякденної практики ведення бізнесу, виробництва товарів та послуг з огляду на соціальні й екологічні наслідки, а також взаємодію з усіма зацікавленими сторонами (групами впливу).» [2]

На нашу думку, ці терміни позначають одну і ту ж концепцію ведення бізнесу. Але, соціальна відповідальність бізнесу характеризує загальне розуміння цього напрямку, а корпоративна соціальна відповідальність — безпосередньо механізм - систему управління підприємством з метою досягнення відповідних результатів. Крім того, соціальна відповідальність бізнесу має наступні характерні особливості :

- узгоджується зі сталим розвитком та добробутом суспільства;
- враховує очікування представників громадянського суспільства;
- дотримується і враховує норми чинного законодавства;
- узгоджена з міжнародними нормами та правилами поведінки;
- інтегрована у взаємовідносини з організаціями та наявними практиками



суспільного розвитку [1].

Плюси впровадження корпоративної соціальної відповідальності:

1. Підприємства, відомі своєю корпоративною відповідальністю, можуть отримати перевагу в залученні інвесторів, ділових партнерів і нових співробітників, а також у встановленні переваг клієнтів;

2. Багато програм компанії в співтоваристві можуть сприяти розвитку навичок співробітників.

3. Волонтерство та інші форми участі співробітників допомагають розвивати різні компетенції, включаючи командну роботу, планування і реалізацію, комунікацію, управління проектами, навички слухання і орієнтацію на клієнта;

4. Активна участь у громадській діяльності створює позитивну репутацію серед партнерів, клієнтів та потенційних інвесторів[2].

Варто відзначити, що корпоративна соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем. На соціальну роль бізнесу сьогодні покладаються великі надії. Хочемо акцентувати увагу на тому, що сьогодні великі компанії стають новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів.

Висновки.

В статті були розглянуті та проаналізовані питання сутності соціальної відповідальності бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності. Можемо відзначити, що соціальна відповідальність стала важливою умовою функціонування сучасних підприємств та істотно впливає на їх розвиток та організацію виробничо-господарської діяльності. Розвиток та здійснення соціально відповідальних заходів на підприємстві сприятиме стабільному розвитку сучасних компаній та реалізації концепції сталого розвитку, що дасть змогу збалансувати економічний, соціальний та екологічний вектори розвитку та досягти органічного їх поєднання у діяльності підприємства. А також, забезпечити необхідну підтримку соціально-незахищеним верствам населення. На нашу думку, важливою умовою успішної реалізації соціальної відповідальності на кожному підприємстві є процес її фінансово-економічного забезпечення, ефективного розвитку та функціонування.

Література:

1. Інтернет-ресурс: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>

2. Інтернет-ресурс: <https://vue.gov.ua/> Соціальна відповідальність бізнесу

3. Головінов О.М. (2014) Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. Менеджмент персоналу. Економічний вісник Донбасу № 2 (36), с. 187-192

4. Бобко Л. О., Мазяр А. В. (2019). Проблеми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Ефективна економіка, №5. URL:



<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043>.

5. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. (2020). Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр., № 1–2. С. 57–64. DOI: 10.31767/nasoa.1-2.2020.06.

6. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics, Harvard business school online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>

7. Indeed Editorial Team (2021). What Is Social Responsibility? Types and Examples. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>

References.

1. Internet resource: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>
2. Internet resource: https://vue.gov.ua/Social_responsibility_of_business
3. Golovinov O.M. (2014) Social responsibility of business: Ukrainian realities and problems. Personnel Management. Economic Bulletin of Donbas No. 2 (36), p. 187-192
4. Bobko L. O., Mazyar A. V. (2019). Problems of corporate social responsibility in Ukraine. Efficient economy. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043>.
5. Bondaruk T. G., Bondaruk I. S. (2020). The economic nature of the organizational and economic mechanism of social responsibility of business. Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing: Coll. Science, 57–64. doi: 10.31767 / nasoa.1-2.2020.06.
6. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics. Harvard business school online. Retrieved from: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>
7. Indeed Editorial Team (2021). What Is Social Responsibility? Types and Examples. Retrieved from: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>

Abstract. *The work examines the main theoretical aspects of the concepts of social responsibility in the context of business and corporate social responsibility. The need to combine profitable activities of the enterprise with activities that benefit society. The main categories characterizing the phenomenon of social responsibility are singled out and their content is revealed. The importance of the formation of the concept of corporate responsibility of business in modern conditions is determined. And also, the advantages of implementing corporate social responsibility in the company's activities, as an advantage in attracting investors, business partners and new employees, as well as in establishing benefits for customers. The purpose of the article is to determine the essence of the institution of social responsibility of business in Ukraine, in the need to show the necessity and possibilities of using the principles of social responsibility of business as an important and effective tool for the implementation of social projects in crisis economic and social conditions.*

Key words: *enterprise, business, social responsibility, corporate social responsibility, investors, partners, public, responsibility, social position*

Стаття надіслана: 15.02.2023 г.

© Козьмук Н.І.