

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Ю.О.Пальчик, здобувач вищої освіти групи Б-5/1
обліково-фінансовий факультет, МНАУ*

В умовах глобалізації та трансформації бізнесу набуває поширення концепція соціальної відповідальності, яка являє собою взаємодію держави та зацікавлених груп для вирішення соціальних проблем, що потребують значної уваги. У сучасних умовах для забезпечення конкурентоздатності підприємства значну роль відіграє соціальна політика відповідального бізнесу, адже підприємство є частиною соціуму, діяльність якого впливає на природне середовище, стан інфраструктури, задоволення працівників. Соціальна спрямованість є більш ефективною, якщо буде включена у загальну стратегію управління бізнесом.

Термін «соціальна відповідальність» в Україні введено від 16 грудня 2005 р. після підписання в Києві Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу. У грудні 2011 р. на XIII з'їзді УСПП Координаційною радою у складі представників мережі Глобального договору ООН в Україні та Центру розвитку КСВ, численних ділових організацій та асоціацій підписано концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

У цьому документі соціальна відповідальність трактується, як відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

[1].

Проте варто відмітити, щ в Україні існує проблема в усвідомлені бізнесових структур своєї значущості у процесі забезпечення соціального розвитку держави. Вона носить несистемний та ситуаційний характер у більшості випадків, хоча і така співпраця має позитивні результати. Основними сферами соціальної відповідальності бізнесу є: характер взаємин з органами державної та місцевої влади; трудові відносини з працівниками; вплив на навколишнє середовище.

Згідно із аналітичним звітом Центру «Розвиток КСВ», більшість підприємств до корпоративної соціальної відповідальності відносять: надання благодійної допомоги громаді, розвиток власного персоналу та прозоре ведення бізнесу. Лише третина компаній асоціюють здійснення екологічних проектів та участь у регіональних програмах розвитку із соціальною відповідальністю. За даними експертів Центру, найбільш інформованими про соціальну відповідальність є будівельні компанії, підприємства, які відносяться до сфери зв'язку, засобів масової інформації, консалтингу, юридичних послуг, ресторанного та готельного бізнесу [2].

Корпоративна соціальна відповідальність підприємств, зазвичай, полягає у сплаті податків до бюджету, дотримання законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, створення робочих місць – ці заходи мають зовнішній прояв. До внутрішніх ініціатив належить: підвищення продуктивності, поліпшення конкурентоспроможності, оптимізація витрат, реалізація стратегії подальшого розвитку, покращення іміджу, збільшення товарообігу та кількості споживачів тощо.

Переважна більшість підприємств малого та середнього бізнесу виконує заходи внутрішнього характеру, що спрямовані на працівників. Малий та

середній бізнес не зацікавлений у соціальній діяльності та носить неформальний характер.

Впровадження й утвердження соціальної відповідальності бізнесу в Україні потребує, зокрема: 1) формування у суспільній свідомості розуміння змісту, значимості соціально відповідального бізнесу для розвитку соціально орієнтовної держави та демократії; 2) поширення в управлінських та бізнесових колах розуміння стратегічного значення соціально відповідальної позиції для зміцнення конкурентоспроможності; 3) створення на національному рівні ефективної системи комунікації соціально відповідального бізнесу, державних органів влади, ЗМІ, громадськості, експертів міжнародних організацій; 4) формування законодавчої бази, яка забезпечить зацікавленість бізнесу в конструктивній участі у здійсненні соціальних програм. [3, с. 204]

Отже, корпоративна соціальна відповідальність покращує не лише імідж підприємства, але й надає конкурентні переваги на ринку, а для забезпечення ефективності, слід включати її у стратегію управління підприємством. Одними з основних стримуючих факторів для розвитку соціальної відповідальності є відсутність зацікавленості у цій сфері бізнес-структур, що пов'язано з роллю держави та з проблемами у законодавчій сфері; значні витрати на реалізацію соціальних програм.

Література:

1. Для розвитку соціально відповідальної діяльності бізнесу потрібні державні стимули. – Офіційний сайт Українського союзу промисловців і підприємців.[електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/actual/187.dlya-rozvitku-socialno-vidpovidalnoi-diyalnosti-biznesupotribni-derzhavni-stimuli.htm>.
2. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010 : стан та перспективи розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
3. Маліновська О. Я. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні : етапи становлення / О.Я. Маліновська // Наук. Вісник НТЛУ України. – 2008. – Вип. 18. 6. – С. 200–204.

***Науковий керівник – Лункіна Т. І,
канд. екон. наук., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Миколаївський національний аграрний університет***