

УДК316.422:35:334.7

Яцина В.В.
м. Харків, Україна

СКЛАДОВІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Сучасна концепція соціально відповідального бізнесу ґрунтується на положенні, що бізнес не тільки повинен дбати про прибуток та вчасно сплачувати податки, а й розділити з суспільством відповідальність за соціальну несправедливість, економічну нерівність та екологічні проблеми, беручи участь в економічній адаптації соціально незахищених верств населення, в охороні навколишнього середовища і

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГУМАНІТАРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕЛІТИ**

т.ін. [1, с. 37]. Кожне підприємство, незважаючи на розмір його товарообігу, прибутку та чисельності працівників повинно будувати свою стратегію, ґрунтуючись на принципах соціальної відповідальності. Це стосується й таких видів діяльності, як факторинг, форфейтинг, лізинг, аутсорсинг, і т.ін. Інвестування в суспільно корисні проекти дає можливість підприємству значно підвищити свій рейтинг найкращих роботодавців та покращити інші важливі показники своєї діяльності.

Варто зауважити, що не всі українські компанії усвідомлюють важливість впровадження програм соціальної відповідальності, здебільшого сприймаючи їх як засіб отримання державних пільг та лояльність влади і податкових органів. Зовсім по іншому ставиться до соціальної відповідальності зарубіжний бізнес. Провідні успішні компанії Європи та США сприймають її як глобальний тренд та головну рушійну силу зростання бізнесу на найближчі 10 років, що допомагає розвивати підприємство та будувати відносини з ринком.

Результати реалізації програм соціальної відповідальності наступні [2]:

- по перше, компанія має позитивне сприйняття зарубіжними партнерами, що схильні більш довіряти відомим в соціальному плані підприємствам;

- по друге, бізнес отримує вищі шанси до залучення висококваліфікованих працівників, які охочіше йдуть працювати в соціально відповідальні компанії, так як вони відчують в них себе набагато впевненіше. Це дає змогу підприємству підвищити рівень своєї конкурентоспроможності на ринку та кадрову стабільність;

- по третє, позитивний імідж соціально відповідального підприємства в очах громадськості завжди добре позначається на відносинах з споживачами та відгуках про компанію, а значить, підвищує продажі;

- по четверте, ще одним показником, що доказує чітко сформований тренд є розробка Міжнародною організацією стандартизації (ISO) спеціального стандарту ISO 26000 Socialresponsibility (Настанова по соціальній відповідальності) [3]. Норми цієї настанови є основними засадами для розробки програм щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Таким чином, прагнення комбінувати соціальні та екологічні питання з загальною стратегією розвитку повинно бути першочерговим завданням кожної компанії, що бажає досягти успіху в своїй діяльності.

На підставі [4, с.6], можна сформулювати наступні складові

соціальної відповідальності бізнесу:

1. Сумлінний виробник.

Підприємство працює в умовах вироблення якісної та корисної для споживачів продукції, ціна є справедливою та економічно обґрунтованою, без завищення. Всі споживачі продукції отримують повну та достовірну інформацію щодо виробляемого товару, є повне узгодження з нормами екологічного права. З метою запобігання шкоди навколишньому середовищу, виробник запроваджує новітні технології щодо усунення негативних впливів виробничої діяльності.

2. Сумлінний роботодавець.

Роботодавець повністю дотримується всіх норм та положень трудового законодавства. Попри це, наймані працівники отримують додаткові соціальні блага, працюють в комфортних умовах та мають додаткові гарантії щодо соціального забезпечення.

3. Сумлінний меценат.

Підприємство приймає активну участь у різних благодійних заходах, зокрема, допомога інвалідам, сиротам та іншим соціально вразливим групам населення. Також компанія активно інвестує такі соціальні сфери як освіта, наука, культура, провадить політику підтримки духовності та приймає активну участь у сприянні розвитку свого регіону.

4. Сумлінний учасник економічних і політичних відносин з державою.

Взаємна тісна співпраця підприємця та держави, що проявляється наступним чином. З одного боку держава розробляє та чітко закріплює національним законодавством основні правила та норми, виконання яких є не громадським обов'язком, а безумовною вимогою. Тому соціальна відповідальність держави полягає у суворому забезпеченні виконанні законів. З іншого боку, підприємство є відповідальним платником податків та внесків на соціальне страхування, вся діяльність узгоджена та не суперечить нормам чинного законодавства та запобіганню корупції. Компанія забезпечує прозорість корпоративних фінансів і вимагає прозорості щодо державних фінансів, підтримує законність, незалежне правосуддя й політичну конкуренцію.

Функція держави полягає у створенні стимулів для зростання соціальної відповідальності бізнесу. Потенційні стимули для програм соціальної відповідальності бізнесу в Україні наведено у таблиці.

Таблиця. Потенційні стимули для програм соціальної відповідальності бізнесу в Україні

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГУМАНІТАРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕЛІТИ**

Стимул	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Зниження податків	73,3	80,2	73,5
Зниження адміністративного тиску	51,2	56,7	48,4
Пропозиції з реалізації програм соціальної відповідальності	21,6	25,6	37,0
Розширення банку соціальних та інформаційних програм	14,9	18,1	17,9
Висвітлення у засобах масової інформації	17,2	14,5	15,7
Більш тісні зв'язки з неприбутковими організаціями	6,6	4,6	6,2

Джерело: [5]

5. Сумлінний контрагент.

Політика компанії щодо відносин з діловими партнерами (постачальниками, покупцями, та ін.) ґрунтується на принципах неухильного виконання всіх пунктів договорів, угод, причому як в усній так і в письмовій формі. Підприємства є гарантом дотримання професійним стандартам щодо виготовлення продукції. В розрізі фінансових взаємовідносин між контрагентами існує повна прозорість та відповідальність, що сприяє підвищенню іміджу та репутації компанії.

Варто зазначити, що складові соціальної відповідальності бізнесу є взаємозв'язаними елементами однієї системи. Підприємство, що бере активну участь у благодійних заходах, але несумлінно ставиться до своїх споживачів, робітників або ділових партнерів, не може вважатися соціально відповідальним.

Вважаємо, що тільки соціально-відповідальний бізнес зможе надійно утримувати своє лідерське становище на ринку та успішно конкурувати з іншими підприємствами. Виконання всіх складових соціальної відповідальності повинно стати невід'ємною частиною стратегічного менеджменту українських підприємств.

Список літератури: 1. *Веревкин Л.П.* Социальная ответственность бизнеса. / Л.П.Веревкин. – Мониторинг общественного мнения. – 2010. – №1 (95). – С. 37-48. 2. Корпоративная социальная ответственность будет основным драйвером роста бизнеса в ближайшем 10-летию // Ділова столиця. – 2015. – 21 грудня. – [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.dsnews.ua/economics/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-budet-osnovnym-21122015175300>– Заголовок з екрану. 3. Міжнародний стандарт ISO 26000: 2010 «Настанова по соціальній відповідальності». ISO 26000: 2010 (Draft) Guidance on Social Responsibility [Електронний ресурс] - Режим доступу : http://www.iso.org/iso/discover_ring_iso_26000.pdf. 4. *Гришнова О.* Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Гришнова // Соціальна політика. – 2010. – № 7. – С. 3-8. 5. Звіт про стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

Bibliography (transliterated): 1. Verevkin L.P. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa. / L.P. Verevkin. – Monitoring obshchestvennog ommeniya. – 2010. – #1 (95). – S. 37-48. 2. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost budet osnovnyim drayverom rosta biznesa v blizhayshem 10-letii // Dіlovastolitsya. – 2015. – 21 grudnya. – [Elektronniy resurs]: – Rezhim dostupu: <http://www.dsnews.ua/economics/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-budet-osnovnym-21122015175300> – Zagolovok zekranu. 3. Mіzhnarodniy standart ISO 26000: 2010 «Nastanova po sotsialny vіdpovіdalnostі». ISO 26000: 2010 (Draft) Guidance on Social Responsibility [Elektronniy resurs] - Rezhim dostupu : http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000.pdf. 4. Grіshnova O. Sotsialna vіdpovіdalnіst bіznesu: sutnіst, znachennya, strategіchnі napryami rozvіtku v Ukraїnі / O. Grіshnova // Sotsialna polіtika. – 2010. – # 7. – S. 3-8. 5. Zvіt pro stan sotsialnoyі vіdpovіdalnostі bіznesu v Ukraїnі [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.

Яцина В.В.

СКЛАДОВІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Стаття присвячена дослідженню сучасних концепцій соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано результати реалізації

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГУМАНІТАРНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕЛІТИ**

програм соціальної відповідальності та обґрунтовано необхідність запровадження таких програм у діяльність підприємств. Визначено складові соціальної відповідальності бізнесу, та основні стимули, що сприятимуть соціальній спрямованості підприємницької діяльності.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, складові соціальної відповідальності, бізнес, підприємство.

Yatsyna V.V.

COMPONENTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

The article is devoted to the modern concepts research of business social responsibility. The results of social responsibility programs implementation have been analyzed and the necessity of such programs implementation at the enterprises activity has been substantiated. The components of social responsibility of business, and the main incentives, that promote the social orientation of entrepreneurial activity have been defined.

Key words: social responsibility of business, components of social responsibility of business, business, enterprise.

Яцына В.В.

**СОСТАВЛЯЮЩИЕ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОСТИ
БИЗНЕСА**

Статья посвящена исследованию современных концепций социальной ответственности бизнеса. Проанализированы результаты реализации программ социальной ответственности и обоснована необходимость введения таких программ в деятельность предприятий. Определены составляющие социальной ответственности бизнеса, и основные стимулы, способствующие социальной направленности предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, составляющие социальной ответственности, бизнес, предприятие.