

*I. А. ЮР'ЄВА***ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕС АНАЛІЗУ**

Аналіз необхідності застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціальний бізнес аналіз (SBA) є важливим інструментом для бізнесу, який дозволяє йому діяти більш відповідально та сприяти сталому розвитку суспільства. Враховуючи практичну потребу у впровадженні системи соціальної відповідальності, наявності на підприємстві передбачає актуальність аналізу необхідності застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціального бізнес аналізу в організаціях. Соціальна відповідальність бізнесу (CSR) та соціальний бізнес аналіз (SBA) є актуальними темами в сучасному світі з наступних причин: зростаюча увага до соціальної відповідальності бізнесу. У суспільстві зростає увага до соціальної відповідальності бізнесу. Споживачі, інвестори та працівники все більше очікують від бізнесу відповідальної поведінки. Необхідність застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR) передбачає, що бізнес повинен діяти не лише в інтересах своїх акціонерів, а й у інтересах суспільства в цілому. В статті наведено сучасне визначення соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено досвід впровадження методики дуального підходу використання соціальної відповідальності (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) в сучасній організації. Проаналізовано сучасні провідні підприємства, які поєднують у собі сучасні методи та підходи, що виокремлюють елементи соціального управління підприємством, соціальної відповідальності та соціального бізнес аналізу. Надано існуючі підходи до оцінки необхідності застосування SBA та CSR.

Ключові слова: відповідальність; соціальна організація; методика; потреба; система; соціальний бізнес аналіз; управління; ефективність; підприємство; дуальний підхід; опитування; сталий розвиток; корпоративна культура; бізнес; планування; фінанси; класифікація; інвестори; конкуренція; проблема; економіка; оцінка; ресурси; моніторинг; заходи; ресурси; законодавство; бізнес моделі; сфера, навколишнє середовище

*I. А. YURYEVA***PRACTICE OF APPLYING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL BUSINESS ANALYSIS**

The analysis of the need to apply social responsibility of business (CSR) and social business analysis (SBA) is an important tool for business that allows it to act more responsibly and contribute to the sustainable development of society. Given the practical need to implement a system of social responsibility, the relevance of analyzing the need to apply corporate social responsibility (CSR) and social business analysis in organizations is imperative. Social responsibility of business (CSR) and social business analysis (SBA) are relevant topics in the modern world for the following reasons: growing attention to social responsibility of business. Society is increasingly paying attention to the social responsibility of business. Consumers, investors and employees increasingly expect businesses to behave responsibly. The need to apply social responsibility of business (CSR) implies that business should act not only in the interests of its shareholders, but also in the interests of society as a whole. The article provides a modern definition of social responsibility of business. The experience of implementing the methodology of the dual approach of using social responsibility (CSR) and social business analysis (SBA) in a modern organization is studied. The modern leading enterprises that combine modern methods and approaches that allocate elements of social management of enterprise, social responsibility and social business analysis are analyzed. The existing approaches to assessing the need for SBA and CSR are presented.

Keywords: responsibility; social organization; methodology; need; system; social business analysis; management; efficiency; enterprise; dual approach; survey; sustainable development; corporate culture; business; planning; finance; classification; investors; competition; problem; economy; assessment; resources; monitoring; measures; resources; legislation; business models; sector; environment

Вступ. Сучасний аналіз необхідності застосування соціальної відповідальності (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) дозволяє організаціям: розуміти, наскільки їхня діяльність відповідає соціальним нормам і очікуванням зацікавлених сторін; визначити, де є можливості для покращення своєї соціальної відповідальності; розробити ефективні CSR - ініціативи; підвищити свою репутацію та довіру з боку зацікавлених сторін; зменшити ризики, пов'язані з діяльністю бізнесу; збільшити свою конкурентоспроможність.

Також, аналіз необхідності застосування CSR та SBA є важливим інструментом для бізнесу, який дозволяє йому діяти більш відповідальніше та сприяти сталому розвитку суспільства.

Враховуючи доцільну потребу у впровадженні системи соціальної відповідальності, наявності на підприємстві актуальності аналізу необхідності застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціального бізнес аналізу постала необхідність у конкретизації практичного застосування цих складових концепції успішної діяльності.

Постановка завдання. Дослідити досвід впровадження методики дуального підходу використання соціальної відповідальності (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) в сучасній організації. Проаналізувати сучасні провідні підприємства, які повинні поєднувати у собі сучасні методи та підходи, що виокремлюють елементи соціального управління підприємством, соціальної відповідальності та соціального бізнес аналізу. Надати існуючі оцінки необхідності застосування SBA із

Аналіз стану питання. Соціальна відповідальність бізнесу (CSR) та соціальний бізнес аналіз (SBA) є актуальними темами в сучасному світі з наступних причин: зростаюча увага до соціальної відповідальності бізнесу.

У суспільстві зростає увага до соціальної відповідальності бізнесу. Споживачі, інвестори та працівники все більше очікують від бізнесу відповідальної поведінки, відбувається зміна парадигми ведення бізнесу. Бізнес все більше розглядається як частина суспільства, яка має нести відповідальність за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище. Спостерігається зростаюча глобальна конкуренція. У умовах глобальної

конкуренції бізнесу необхідно бути більш відповідальним, щоб бути привабливим для споживачів, інвесторів та працівників. Практику застосування соціальної відповідальності бізнесу та соціального бізнес аналізу науково-практичного та методологічного характеру висвітлено в роботах багатьох провідних вітчизняних та зарубіжних вчених. Значну їх кількість присвячено питанням різних економічних шкіл. Теоретичні та практичні питання соціальної відповідальності знайшли відображення в роботах О. Залізняка, О. Свистуна, О. Шаповала, О. Мовчана, І. Кізими, Д. Ковальова, С. Покропивного, Т. Васильціва та ін.. Вклад у дослідження соціального бізнес аналізу внесли відомі закордонні вчені-економісти: Артур Керролл, Роберт Садлер., Філіп Котлер, Пітер Сенге, Кеннет Рот та низка інших.

Існуючі методи розв'язання задачі.

Методологічною основою дослідження для вирішення завдань, використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Це зокрема: *аналіз* – при виявленні особливостей застосування практики соціальної відповідальності, побудові багаторівневої системи складових соціального бізнес аналізу підприємства; *індукція і дедукція* – для формування висновків про стан складових на основі певних показників, що використовувалися при їх діагностиці; *системний метод* – при розгляді соціальної відповідальності та соціального бізнес аналізу підприємства, як системи, що об'єднує множину функціональних складових у єдине ціле для комплексної оцінки її рівня; економіко-математичне моделювання; статистичні, розрахунково-аналітичні методи; метод експертних оцінок. Методи дослідження в аналізі соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) поділяються на якісні та кількісні. Основні методи дослідження, які використовуються в аналізі CSR та SBA, можна розділити на наступні групи:

Методи практичного якісного дослідження: вивчення документації: аналіз корпоративних документів, таких як кодекси поведінки, звіти про соціальну відповідальність, звіти про сталий розвиток тощо; інтерв'ю: проведення інтерв'ю з представниками бізнесу, зацікавлених сторін та експертів; групові дискусії: проведення групових дискусій з представниками бізнесу, зацікавлених сторін та експертів; спостереження: проведення спостережень за діяльністю бізнесу.

Методи практичного кількісного дослідження: опитування: проведення опитувань представників бізнесу, зацікавлених сторін та експертів; анкетування: проведення анкетування представників бізнесу, зацікавлених сторін та експертів; статистичний аналіз: аналіз даних, отриманих в результаті якісних та кількісних досліджень.

Вибір методів дослідження залежить від конкретних цілей та завдань аналізу CSR та SBA. Наприклад, якщо метою дослідження є аналіз відповідності діяльності бізнесу соціальним нормам і очікуванням зацікавлених сторін, то доцільно використовувати такі методи, як вивчення документації, інтерв'ю та групові дискусії. Якщо

метою дослідження є оцінка ефективності CSR-ініціатив, то доцільно використовувати такі методи, як опитування та анкетування.

Нижче наведено приклади того, як можна використовувати різні методи дослідження в аналізі CSR та SBA: для вивчення корпоративної культури бізнесу можна провести інтерв'ю з працівниками компанії; для оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище можна провести статистичний аналіз даних про викиди шкідливих речовин; для визначення рівня довіри споживачів до бізнесу можна провести опитування споживачів.

Застосування різних методів дослідження дозволяє отримати більш повну і об'єктивну картину соціальної відповідальності бізнесу.

Мета роботи. Головною метою є дослідження сучасних практик застосування соціальної відповідальності бізнесу та бізнес соціального аналізу.

Постановка задачі. Аналіз соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) є комплексним завданням, яке вимагає використання різних методів дослідження. Недостатність знань і нестача методологічно опрацьованих наукою і освітою обґрунтувань в соціально відповідальному забезпеченні організації і методиці соціально відповідального бізнесу вимагає дослідити основні поняття об'єкту дослідження.

Нововведення з точки зору дуального підходу процесів аналізу соціальної відповідальності бізнесу (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) вимагає формування певних уявлень для роботи з організації їх методики.

Результати дослідження. Методологія соціальної відповідальності виникла в другій половині ХХ століття. До цього часу питання соціальної відповідальності бізнесу розглядалися переважно в рамках етики бізнесу. Однак, по мірі зростання уважності до соціальних проблем, бізнес почав розуміти, що він повинен нести відповідальність за свій вплив на суспільство. Соціальне підприємництво виникло в США у 1980-х роках. У Німеччині близько 100 тис. соціальних підприємств, де працює 2,5 млн осіб. У Великій Британії — 60 тис., на яких зайнято 2 млн осіб. У каталозі соціальних підприємств України за останні п'ять років представлено 150 соціальних підприємств.

Однією із перших методологій соціальної відповідальності була модель "тетраедру соціальної відповідальності" Артура Керролла, яка була розроблена в 1979 році. Ця модель розглядає соціальну відповідальність бізнесу як сукупність чотирьох елементів: економічної відповідальності, юридичної відповідальності, етичної відповідальності та добровільної відповідальності.

У 1980-х роках з'явилися інші методології соціальної відповідальності, такі як модель "зацікавлених сторін" Роберта Садлера та модель "сталого розвитку" Пітера Сенге. Ці моделі розширили сферу соціальної відповідальності бізнесу, включивши в неї питання навколишнього середовища та сталого розвитку. У 1990-х роках методологія соціальної відповідальності стала більш широко

використовуватися в бізнесі. Багато компаній почали розробляти свої власні програми соціальної відповідальності та у 2000-х роках методологія соціальної відповідальності стала більш досконалою. З'явилися нові підходи до оцінки соціальної відповідальності бізнесу, такі як звітність про соціальну відповідальність та аудит соціальної відповідальності.

Сьогодні методологія соціальної відповідальності є важливим інструментом для бізнесу, який дозволяє йому діяти більш відповідально та сприяти сталому розвитку суспільства. Наведемо деякі з основних методологій соціальної відповідальності, які використовуються в сучасному бізнесі: модель "тетраедру соціальної відповідальності" Артура Керролл; модель "зацікавлених сторін" Роберта Садлера; модель "сталого розвитку" Пітера Сенге; свідомо модель соціальної відповідальності; інтегрована модель соціальної відповідальності; модель циркулярної економіки.

Вибір методології соціальної відповідальності залежить від конкретних потреб і цілей бізнесу. Необхідність застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR) передбачає, що бізнес повинен діяти не лише в інтересах своїх акціонерів, а й у інтересах суспільства в цілому. Наведемо одне із визначень соціальної відповідальності бізнесу. Отже при термінологічному аналізі найбільш влучним є визначення соціальної відповідальності бізнесу (CSR) як концепції, що передбачає, діяльність бізнесу не лише в інтересах своїх акціонерів, а й у інтересах суспільства в цілому. CSR охоплює широкий спектр питань, включаючи методологію, принципи, стандарти, законодавчі акти різних рівней.

CSR охоплює широкий спектр питань, включаючи: етичні принципи: Забезпечення того, щоб організація діяла етично та відповідально; права людини: забезпечення того, щоб права людини були захищені; робоча сила: забезпечення справедливих умов праці та захисту прав працівників; суспільство: забезпечення того, щоб організація позитивно впливала на суспільство.; споживачі: забезпечення того, щоб споживачі були захищені та мали доступ до інформації; середовище: забезпечення того, щоб організація охороняла навколишнє середовище.

Соціальний бізнес аналіз (SBA) - це методологія, яка використовується для оцінки соціальної відповідальності бізнесу. SBA використовується для того, щоб зрозуміти, як діяльність бізнесу впливає на суспільство, і визначити, чи є ця діяльність соціально відповідальною. Необхідно аналізувати впровадження практики соціальної відповідальності (CSR) та соціального бізнес аналізу (SBA) як окремо так із врахуванням комплексного дуального підходу. Необхідність застосування CSR визначається наступними факторами.

Економічні фактори: CSR може принести значні економічні вигоди для бізнесу, такі як: покращення репутації та довіри з боку зацікавлених сторін, таких як споживачі, інвестори та працівники; зменшення

ризиків, пов'язаних з діяльністю бізнесу; збільшення конкурентоспроможності.

Соціальні фактори: CSR може сприяти покращенню якості життя людей, допомагаючи їм отримати доступ до освіти, охорони здоров'я, чистої води та інших ресурсів.

Екологічні фактори: CSR може допомогти зменшити вплив бізнесу на навколишнє середовище, сприяючи збереженню природних ресурсів і зменшенню викидів шкідливих речовин. Коли необхідно застосування соціальної відповідальності бізнесу (CSR).

Необхідність застосування SBA визначається наступними факторами: необхідність оцінки соціальної відповідальності бізнесу: SBA дозволяє організаціям оцінити свою соціальну відповідальність і визначити, де є можливості для покращення; забезпечення прозорості та підзвітності: SBA допомагає організаціям бути більш прозорими та підзвітними перед своїми зацікавленими сторонами щодо своєї соціальної відповідальності; підвищення ефективності соціальної відповідальності (CSR) - ініціатив: соціальний бізнес аналіз SBA дозволяє організаціям оцінити ефективність своїх CSR-ініціатив і визначити, чи досягають вони своїх цілей.

Загальні практичні завдання необхідності застосування CSR та SBA можна сформулювати наступним чином: сприяння сталому розвитку бізнесу та суспільства. CSR та SBA можуть допомогти бізнесу діяти більш відповідально та сприяти сталому розвитку суспільства; покращення якості життя людей. CSR та SBA можуть допомогти покращити якість життя людей, допомагаючи їм отримати доступ до освіти, охорони здоров'я, чистої води та інших ресурсів; захист навколишнього середовища. CSR та SBA можуть допомогти захистити навколишнє середовище, сприяючи збереженню природних ресурсів і зменшенню викидів шкідливих речовин.

Крім загальних завдань, CSR та SBA можуть вирішувати і конкретні практичні завдання, такі як: покращення репутації та довіри бізнесу. CSR може допомогти бізнесу покращити свою репутацію та довіру з боку зацікавлених сторін, таких як споживачі, інвестори та працівники; зменшення ризиків, пов'язаних з діяльністю бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу (CSR) може допомогти бізнесу зменшити ризики, пов'язані з його діяльністю, такі як фінансові (податкові), ризики правового регулювання, ризики іміджеві та фондові ризики. Спостерігається збільшення конкурентоспроможності бізнесу. CSR може допомогти бізнесу збільшити свою конкурентоспроможність, зробивши його більш привабливим для споживачів, інвесторів та працівників. CSR є важливою концепцією для бізнесу в будь-який час. Однак, існують деякі ситуації, коли застосування CSR є особливо важливим: коли бізнес працює в країнах з високим рівнем бідності та нерівності. У таких країнах бізнес може відігравати важливу роль у покращенні якості життя людей. Також, коли бізнес працює в галузях, які мають значний вплив на навколишнє середовище. У таких галузях бізнес має нести відповідальність за

мінімізацію свого негативного впливу на навколишнє середовище. І коли бізнес стикається з кризою довіри. У таких випадках CSR може допомогти бізнесу відновити довіру своїх зацікавлених сторін.

Практика застосування CSR та SBA при дуальному підході широко використовується в усьому світі. Організації різних розмірів і галузей впроваджують ці підходи, щоб підвищити свою соціальну відповідальність та позитивний вплив на суспільство.

Наведемо приклади практики застосування CSR та SBA компаніями IKEA, Coca Cola, Apple. Компанія IKEA має політику, яка зобов'язує її до закупівлі деревини з стійких джерел. Компанія також проводить навчання для своїх працівників з питань соціальної відповідальності. Компанія Coca Cola має програму, яка забезпечує доступ до чистої води для людей у країнах, де вона працює. Компанія також співпрацює з місцевими громадами для розвитку їхніх економічних можливостей. Компанія Apple має програму, яка сприяє повторному використанню та переробці її продуктів. Компанія також інвестує в дослідження та розробки нових технологій, які допомагають зменшити її вплив на навколишнє середовище. У всіх цих компаніях можна спостерігати переваги застосування CSR та SBA. В цих компаніях при запровадженні CSR та SBA відслідковуються значні переваги для бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. Наведемо деякі з цих переваг. По - перше, покращення репутації та довіри: організації, які демонструють свою прихильність до соціальної відповідальності, мають більшу репутацію та довіру з боку зацікавлених сторін, таких як споживачі, інвестори та працівники. По - друге: зменшення ризиків: організації, які мають ефективну систему управління соціальною відповідальністю, можуть зменшити ризики, пов'язані з її діяльністю. По - третє: збільшення конкурентоспроможності: організації, які демонструють свою прихильність до соціальної відповідальності, можуть мати конкурентну перевагу перед організаціями, які цього не роблять. В четвертих, це покращення якості життя людей: CSR та SBA можуть сприяти покращенню якості життя людей, допомагаючи їм отримати доступ до освіти, охорони здоров'я, чистої води та інших ресурсів. І наприкінці: захист навколишнього середовища: CSR та SBA можуть допомогти зменшити вплив бізнесу на навколишнє середовище, сприяючи збереженню природних ресурсів і зменшенню викидів шкідливих речовин.

Висновки. Таким чином, із теоретичних визначень досліджуваних понять можна зробити узагальнення, що соціальний бізнес аналіз (SBA) - це методологія, яка використовується для оцінки соціальної відповідальності бізнесу. SBA використовується для того, щоб зрозуміти, як діяльність бізнесу впливає на суспільство, і визначити, чи є ця діяльність соціально відповідальною. Визначено, що

соціальна відповідальність бізнесу (CSR) та соціальний бізнес аналіз (SBA) є актуальними темами в сучасному світі з наступних причин: зростаюча увага до соціальної відповідальності бізнесу. У суспільстві зростає увага до соціальної відповідальності бізнесу. Споживачі, інвестори та працівники все більше очікують від бізнесу відповідальної поведінки. Поступово відбувається зміна парадигми ведення бізнесу - бізнес все більше розглядається як частина суспільства, яка має нести відповідальність за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище. Враховується фактор зростаючої глобальної конкуренції. У умовах глобальної конкуренції бізнесу необхідно бути більш відповідальним, щоб бути привабливим для споживачів, інвесторів та працівників. CSR та SBA є важливими інструментами для бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. Практика застосування цих підходів може принести значні переваги для всіх зацікавлених сторін.

Список літератури

1. Глобальний договір ООН (Global Compact). [Електронний ресурс] Режим доступу: URL : <http://www.unglobalcompact.org>
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Колот А.М., Грішнова О.А., О.О. Герасименко та ін. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / за заг. ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.
4. Колот А.М., Грішнова О.А. Соціальна відповідальність : теорія і практика розвитку : монографія / за наук. ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.
5. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 1979. Vol. 4 (4). P. 497-505.
6. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*. 2011. January-February, 54. P. 1-17.
7. ISO – Management and Leadership Standards [Elektronnyi resurs] – ISO 26000 – Social Responsibility. URL : <http://www.iso.org/sr>
8. The Global 100. Corporate Knights. Winter 2018. P. 38-61. [Elektronnyi resurs] URL : http://www.corporateknights.com/wp-content/reports/2018_Global_100.pdf

References (transliterated)

1. Hlobalnyi dohovir OON (Global Compact) [Elektronnyi resurs] – URL : <http://www.unglobalcompact.org>.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. A.M. Kolot O.A. Hrishnova, ta in. Sotsialna vidpovidalnist [Social Responsibility]: navch. posib. // za nauk. red. A.M. Kolota. - Kyiv : KNEU, 2015. – pp. 519
4. Kolot A.M., Hrishnova O.A. Sotsialna vidpovidalnist : teoriia i praktyka rozvytku [Social Responsibility: Theory and Practice of Development] Sotsialna vidpovidalnist : teoriia i praktyka rozvytku monohrafiia / za nauk. red. A.M. Kolota. - Kyiv : KNEU, 2012. – pp. 501
5. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 1979. Vol. 4 (4). – pp.497-505.
6. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*. 2011. January-February, 54. – pp.1-17.
7. ISO – Management and Leadership Standards [Elektronnyi resurs] – ISO 26000 – Social Responsibility. URL : <http://www.iso.org/sr>
8. The Global 100. Corporate Knights. Winter 2018. R. 38-61. [Elektronnyi resurs] – URL : http://www.corporateknights.com/wp-content/reports/2018_Global_100.pdf

Надійшла (received) 05.01.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Юр'єва Ірина Анатоліївна (Yuryeva Irina) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8159-7763>; Iryna.Yurieva@khp.edu.ua