

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК: 330.101.8

Поселюжна О. О.  
студентка 1 року ОС магістр  
факультету економіки і права  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

В умовах, коли спостерігаються соціально-політична нестабільність, занепад економіки, невизначеність суспільних тенденцій розвитку, для стабілізації й виправлення ситуації виникає необхідність у підвищенні відповідальності кожного з членів суспільства. Зважаючи на вагу тієї ролі, яку відіграє бізнес у житті суспільства та можливості щодо впливу на ситуацію, особливо актуальним стає питання підвищення його соціальної відповідальності. Таким чином актуальність теми полягає в необхідності наукового обґрунтування стратегічних напрямків розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств для подолання кризових явищ, створення підґрунтя стійкого розвитку та підвищення їх конкурентоспроможності.

У світовій економічній науці проблемою корпоративної соціальної відповідальності займалися такі вчені як: Боуен Г., Фрідмен М., Девіс К., Балакіреєв В., Черних О. та інші [1 – 5]. Втім на характер та форми соціально відповідальної поведінки значною мірою впливають соціально-культурні, морально-етичні, психологічні та інші властивості, що притаманні кожній країні та спільноті. Отже, підвищення соціальної відповідальності бізнесу в Україні потребує критичного розгляду й адаптації закордонного досвіду та подальших досліджень щодо визначення стратегічних напрямків її розвитку з урахуванням місцевої специфіки.

Мета даної статті полягає у теоретичному обґрунтуванні стратегічних напрямків розвитку соціальної відповідальності на підприємствах України.

Поняття соціальної відповідальності, яке вперше було застосоване американським економістом Боуеном Г., і визначалось як «реалізація такої політики, ухвалення таких рішень, або проведення такої лінії поведінки, які були б бажаними з позиції цілей та цінностей суспільства» [1, с. 102], з часом набуло широкого розповсюдження та зазнало певних змін у своєму змісті.

Узагальнюючи існуючі погляди сучасних науковців, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це складова стратегічного управління підприємством, що покликана сприяти стійкому розвитку підприємства та суспільства, забезпеченню соціальних потреб та збереженню навколишнього середовища і яка проявляється у добровільному прийнятті відповідальності за суспільні наслідки управлінських рішень.

Для визначення стратегічних напрямів розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств слід окреслити існуючі особливості та передумови соціальної діяльності в Україні. Досліджуючи процес формування соціальної відповідальності на пострадянському просторі В. Балакіреєв відзначає такі його особливості, як:

порушення принципу максимізації прибутку. Соціально відповідальна поведінка в певній мірі ускладнює і відмежовує шляху отримання прибутку і накладає ряд додаткових умов, лише виконав ці умови, підприємство може досягти фінансового успіху.

слабкість тиску та обурення на підприємства з боку споживачів і громадян;

недостатність коштів для проведення соціальних заходів, тому що для більшості підприємств це є значними витратами;

швидке бажання отримання прибутку шляхом не відповідального ставлення до соціальних питань підприємства;

відсутність досвіду у вирішенні соціальних питань;

складність розрахунку економічного ефекту від соціальної діяльності [2].

Отже, причиною низького рівня соціальної відповідальності є не відсутність коштів, а відсутність у власників підприємств стратегічного

бачення розвитку свого підприємства в контексті розвитку суспільства. За таких умов соціально відповідальна діяльність підприємств потребує зовнішнього стимулювання та інформаційного супроводу.

Для переважної більшості українських компаній, за даними Трішина Є., головним стимулом прийняття нової парадигми дій є пільгове оподаткування підприємств, що застосовують соціальну відповідальність, зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади і позитивні приклади впровадження програм і заходів соціальної відповідальності в світі [3]. А отже, стратегічними напрямками розвитку соціальної відповідальності є створення нормативно-правової бази, що містила б систему податкових пільг, а також створення мережі з поширення досвіду соціальної відповідальності вітчизняних та закордонних підприємств. Також слід зазначити, що оскільки впровадження досвіду соціальної відповідальності значною мірою залежить від менеджменту та власників компанії, то актуальною є організація роботи з підвищення кваліфікації цих категорій.

На думку Сухотеріної М., для двох третин українських підприємств у сфері соціальної відповідальності актуальними є: розробка Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності, започаткування просвітницьких програм для споживачів, розробка та реалізація широкої інформаційно-просвітницької кампанії з різних аспектів соціальної відповідальності, впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування. Представники лише незначної частини українських підприємств вважають за доцільне інституалізацію цього явища введенням окремих посад з КСВ в організаціях і збільшення їх бюджетів на програми та заходи з КСВ [4].

Отже, відповідно до очікувань, що сформувались на підприємствах, окремим стратегічним напрямком розвитку слід визнати підвищення компетентності споживачів та сприяння зростанню відповідального споживання через просвітницькі програми. Також актуальною стає підготовка фахівців, що будуть працювати за цими програмами, та

моніторинг їх ефективності підготовленими спеціалістами з КСВ на підприємствах.

В даний час перед нашою державою стоїть актуальне завдання допомогти і прискорити процес розвитку корпоративної соціальної відповідальності через підтримку енергозберігаючих технологій компаній, надання преференцій соціально відповідальним компаніям, виведення КСВ-ініціатив на рівень державних інтересів, поширення та підтримку досвіду соціально відповідальних компаній [5]. Отже, ще одним стратегічним напрямком є раціональне природокористування, енерго- та ресурсозбереження: впровадження технологій та поширення успішного досвіду.

Таким чином, з урахуванням визначених особливостей формування соціальної відповідальності та аналіз існуючих підходів до поширення соціальної відповідальності автором було запропоновано наступні напрямками її стратегічного розвитку: створення нормативно-правової бази, що містила б систему податкових пільг; створення мережі з поширення досвіду соціальної відповідальності; підготовка фахівців та підвищення кваліфікації менеджменту в сфері КСВ; підвищення компетентності споживачів та сприяння зростанню відповідального споживання; раціональне природокористування, енерго- та ресурсозбереження.

В подальших дослідженнях доцільно зосередити увагу на формуванні моделі оцінки ефективності соціальної відповідальності підприємств за запропонованими напрямками.

### Література

1. Bowen H. Social responsibilities of the businessman / H. Bowen. – N. Y. : Harper & Row, 1953. – 276 p.
2. Балакирев В. Оценка влияния корпоративных социальных программ в России: ситуация, постановка задачи / В. Балакирев // Организация. – 2005. – № 3 – 4 (20/21). – С. 65 – 77.

3. Блог Євгена Тришина – Про маркетинг. «Маркетинг в Україні». «КСВ – корпоративна соціальна відповідальність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ua-marketing.com.ua/?page\\_id=667](http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667).

4. Сухотеріна М. І. Механізм реалізації корпоративної соціальної відповідальності машинобудівних підприємств / М. І. Сухотеріна // Економічний форум. – 2014. – № 2. – С. 163 – 167.

5. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспектива розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Вид. «Фарбований лист», 2010. – 56 с.

Науковий керівник,  
к.е.н., доц.

Ушкальов В. В.

Опубліковано в авторській редакції