



ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА
УНІВЕРСАЛЬНА НАУКОВА
БІБЛІОТЕКА

**УКРАЇНСЬКИЙ ВИБІР:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Національна модель соціальної відповідальності в Україні

**ПРЕС – ДАЙДЖЕСТ
IV квартал 2019 р.**



КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА УНІВЕРСАЛЬНА
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Відділ наукової інформації та бібліографії

*Український вибір:
виклики та перспективи*

Національна модель соціальної відповідальності в Україні

ПРЕС – ДАЙДЖЕСТ
IV квартал 2019 р.

Запоріжжя
2019

УДК 005.35(477)(048)
НЗ5

НЗ5 **Національна модель соціальної відповідальності в Україні :**
прес-дайджест. IV кв. 2019 р. / КЗ «ЗОУНБ» ЗОР, Від. наук.
інформації та бібліографії ; [підгот. Ю.Щеглова ; ред.
Т. Пішванова]. – Запоріжжя : [ЗОУНБ], 2019. – 24 с. – (Український
вибір: виклики та перспективи).

Сучасні економічні умови функціонування нашої країни, підвищення рівня конкуренції на вітчизняному ринку, загострення соціальних та екологічних проблем вимагають від сучасних підприємств реалізації підходів не лише до економічних результатів своєї діяльності, а й до розробки методів управління соціальною відповідальністю бізнесу, яка породжує нові відносини між суб'єктами господарювання, державою та громадськістю.

Четвертий спецвипуск прес-дайджеста присвячений темі формування та розвитку соціальної відповідальності в Україні.

Ільченко-Сюйва Л. В., Слюсарчук О. П.

Соціально відповідальна інвестиційна діяльність як чинник сталого розвитку

Інвестиційна діяльність завжди перебуває в центрі уваги економічної думки, оскільки є однією з найголовніших умов економічного зростання, технічного оновлення та піднесення виробництва, реформування національної економіки, зростання добробуту населення. Нераціональне використання інвестицій приводить до заморожування виробничих потужностей і скорочення обсягів валового внутрішнього продукту країни.

Інвестиційну діяльність можна розглядати з двох позицій - у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні інвестиційна діяльність - це діяльність, пов'язана із вкладенням коштів в об'єкти інвестування з метою одержання прибутку. У вузькому розумінні інвестиційна діяльність, власне інвестування, визначається як процес перетворення інвестиційних ресурсів у вкладення.

Також інвестування розглядають як економічний процес, основною метою якого є використання тимчасово вільних грошових активів для розвитку та примноження основних економічних об'єктів, забезпечення розвитку бізнесу, де основна увага зосереджена на збільшенні капіталу.

З урахуванням концепції обґрунтованого економічного розвитку, загальна концепція передбачає необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Тобто при орієнтованому на прибуток інвестуванні необхідне врахування екологічних, етичних, соціальних аспектів. А відтак інвестиції можуть

здійснюватися не тільки з метою збільшення економічного та фінансового ефекту, а й з метою примноження суспільного блага, що в сукупності стимулює і реалізує позитивні суспільні зміни. У такому випадку мова йде про соціальне інвестування або соціально відповідальне інвестування (надалі - СВІ).

Соціально відповідальне інвестування, незважаючи на відносно «неновизну» цього інструменту (Німеччина апелює до «першого» досвіду соціально відповідального інвестування ще у 18 ст., коли виникла потреба розробки нових вугільних шахт, що в свою чергу спричинило великі екологічні проблеми, пов'язані із вирубкою лісів; Велика Британія як перший досвід такого інвестування також розглядає галузі, пов'язані із вирубкою деревини - видобувні галузі, розширення територій міст тощо), набуло більш широкого поширення в середині ХХ ст. в США і країнах Європи і здебільше було спричинено активним розвитком небанківського сектору фінансових посередників, до якого традиційно відносять інвестиційні, пенсійні, страхові фонди тощо.

Говорячи про соціально-відповідальні інвестиції, мова йде не просто про інвестування тимчасово вільних коштів у будь-які (найбільш прибуткові з метою примноження капіталу) сектори, а виключно у ті, де буде вироблено (максимальний) позитивний соціальний ефект, інвестор буде нести повну відповідальність за економічні, соціальні та юридичні аспекти інвестиційних операцій; сфера інвестування вибиратиметься за потенційними впливами та ефектами.

Такий підхід є конче необхідним для України, коли вся увага українського бізнесу, а з тим і фінансових посередників, зосереджена виключно на збільшенні капіталу. Соціально інвестування дозволяє встановити баланс між задоволенням соціальних потреб і цілями бізнесу. В Україні часто підмінюються або ототожнюються поняття соціальних і соціально-відповідальних інвестицій. Але таке ототожнення є некоректним, оскільки між ними є суттєві відмінності, а саме:

- соціальні інвестиції передбачають вдосконалення корпоративної культури і гармонізацію відносин між представниками компанії та її партнерами;
- соціально-відповідальні інвестиції впливають на компанію опосередковано;
- суб'єктом соціально-відповідального інвестування є взаємини інвесторів, результат яких має зовнішні впливи, в той час як соціально інвестування впливає безпосередньо на розвиток окремого підприємства;

- соціально-відповідальне інвестування поєднує мотиви та вигоди інвестора з етичними принципами.

Соціально-відповідальне інвестування здійснюється декількома методами.

- Перший полягає в достатньо жорсткому відборі і просіюванні проєктів, які відповідають всім критеріям соціально-відповідального інвестування. Цей метод вважається достатньо складним, оскільки інвестори повинні ретельно аналізувати характеристики компаній, цінні папери яких вони планують придбати для формування інвестиційного портфеля.

- Другий - громадські інвестиційні операції. Метою реалізації цього методу є спрямування коштів, виділених інвесторами, на розвиток економічних об'єктів і проєктів, які отримують недостатнє для нормальної діяльності фінансування та залучення фінансових посередників.

Такий підхід передбачає триангуляцію дій по різних напрямках, що у країнах ЄС та Північної Америки знайшло відображення у вигляді реалізації принципу ESG (ecology-society-governance екологія-врядування-врядування).

Врядування в даному випадку розглядається як на рівні окремого підприємства (CSR - corporate social responsibility – корпоративна соціальна відповідальність), так і на державному рівні. Як показує світовий досвід, соціально відповідальними інвесторами можуть бути як окремі особи, так й інституції.

Так, наприклад, ринок соціально відповідальних інвестицій у США є найбільшим у світі. За останні роки обсяг СВІ зріс на 486%. Для порівняння: за той самий період весь обсяг інвестицій під професійним управлінням зріс на 376 %. Сьогодні фактично кожний дев'ятий долар у США вкладається в інвестиції з урахуванням екологічних, соціальних чи етичних факторів.

Таку динаміку зростання соціально відповідальних інвестицій можна пояснити передусім побудовою фінансової системи США, що ґрунтується на ринку цінних паперів. А отже, фактично мова йде про інституції та інституційних інвесторів (більше 90% активів, що належать до соціально відповідальних інвестицій).

Соціально-відповідальні інвестиції набули надзвичайного поширення й у Німеччині. Тут, на відміну від США, можна відзначити зростаючу роль приватних інвесторів - їх частка у 2015 р. зросла в 4 рази у порівнянні з 2011 р.

Розвиток соціально відповідального інвестування передбачає переосмислення ролі державного регулювання та перегляду функцій органів державного управління щодо регулювання інвестиційної діяльності та діяльності фінансових посередників.

По-перше, оскільки основним рушієм соціально відповідального інвестування є небанківські фінансові посередники, то важливим фактором у належній реалізації СБІ стає рівень їх інституційного розвитку, забезпечення їх належного функціонування. Для України цей момент залишається проблемним. А отже, на НБУ має бути покладені як роз'яснювальні функції (що таке СБІ), так і контрольні функції (дотримання принципів СБІ при укладанні інвестиційних угод тощо, дотримання принципів ESG, розробка та запровадження методологічних пропозицій щодо розрахунків чистої поточної цінності інвестиційних проєктів з урахуванням екологічних та соціальних впливів).

По-друге, дотримання принципів ESG передбачає дотримання єдиного курсу різних лінійних міністерств. Ті галузі, які є фінансово прибутковими, не завжди можуть розглядатися як пріоритетні для інвестування в рамках СБІ. Наприклад, виробництво алкогольних чи тютюнових виробів, експорт лісу-кругляку тощо.

Незважаючи на певні інституційні та економічні обмеження, СБІ має великий і зростаючий сегмент по всьому світу, перехід до СБІ у сформульованій державою політиці розвитку дає можливості забезпечити обґрунтований економічний розвиток та стимулювати позитивні соціальні зміни.

Суспільне бачення розвитку України до 2030 року охоплює такі орієнтири для досягнення, як добробут та здоров'я населення, що забезпечуватимуться інноваційним розвитком економіки, побудованим на сталому використанні природних ресурсів. Причому економічне зростання буде ґрунтуватися на моделі «зеленої» економіки, якого можна досягти, зокрема, й завдяки активізації соціально відповідального інвестування.

Україна перебуває на ранній стадії розвитку соціально-відповідального інвестування. Основною причиною низького попиту на такого типу інвестиції є недостатні знання інвесторів та нерозуміння потенційного позитивного зовнішнього ефекту, який мають соціально-відповідальні інвестиції. А отже, дослідження даного питання, дослідження «історій успіху» та розповсюдження позитивного досвіду серед можливих інвесторів є надзвичайно актуальним та важливим.

Інвестиції: практика та досвід. - 2019. - № 10. - С. 109-114.

Селіверстова А. С., Лосовська Н. В.

Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу

Сучасне суспільство функціонує в умовах гострих соціальних проблем, тому важливого значення сьогодні набувають пошук та практичне використання нових ефективних інструментів управління його сталим розвитком. Концепція соціальної відповідальності бізнесу є ефективним та апробованим міжнародними компаніями інструментом забезпечення сталого розвитку як суспільства, так і країни в цілому. Реалізація концепції соціальної відповідальності бізнесу передбачає не тільки розробку певної соціальної стратегії, але також створення системи контролю, зворотного зв'язку, інфраструктури.

Ефективність концепції соціальної відповідальності бізнесу залежить від створення з боку держави стимулів, що сприяють вигідній співпраці в сферах підвищення іміджу компанії, стійкості розвитку та конкурентоспроможності.

Важливість розвитку соціальної відповідальності бізнесу полягає в мінімізації компаніями негативних наслідків своєї виробничої діяльності, у вирішенні проблем глобального і місцевого розвитку, у формуванні атмосфери передбачуваності, довіри та спільних цінностей в суспільстві. Бізнес завдяки соціальній відповідальності стає більш стійким в економічному та соціальному плані, отримує можливість збільшення своїх нематеріальних активів.

Сучасне розуміння соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством, безумовно, виходить за рамки задоволення інтересів акціонерів та інвесторів. Сьогодні як широкою громадськістю, так і науковим співтовариством визнається, що бізнес, як невід'ємна частина суспільства, не може діяти в ізоляції від нього і тому повинен враховувати інтереси більш широких верств населення

Соціальна відповідальність бізнесу - це добровільна діяльність, спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання по добросовісному виконанню міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у рамках соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов'язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості в цілому), що виконується

згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки.

Цілями соціальної відповідальності бізнесу є:

1. Стійке економічне зростання.
2. Громадська згода.
3. Розвиток людського потенціалу.

Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу - це сукупність управлінських дій, спрямованих на організацію взаємодії між елементами системи управління соціальною відповідальністю (принципів, методів, функцій та інструментів) з метою досягнення економічних інтересів підприємства із врахуванням особливостей його зовнішнього та внутрішнього середовища.

Відповідно до принципів системного підходу організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу як система повинен мати певну структуру. Структура визначає стійкі зв'язки і відносини всередині, основні напрями управлінського впливу, що забезпечує цілісність механізму. Обґрунтування структури механізму є одним із ключових завдань розроблення концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Як і будь-яка система управління, організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу складається із керуючої та керованої підсистем, які взаємопов'язані між собою. Керованою підсистемою є саме соціальна відповідальність підприємства, а зміст і структуру керуючої підсистеми, яка є основою механізму управління, становлять цілі та функції управління, що потребують детального аналізу й обґрунтування.

Функції управління реалізуються через організаційну структуру управління соціальною відповідальністю. Отже, важливим елементом механізму є організаційна структура управління соціальною відповідальністю. Організаційна структура впорядковує процес управління, взаємодію ланок, встановлює підпорядкованість та розподіляє відповідальність.

Об'єктом організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу є система соціальних та економічних відносин, що складається в процесі діяльності між різними суб'єктами цієї діяльності на різних рівнях управління. Суб'єктами цього механізму виступають сторони управління соціальною відповідальністю, до яких слід віднести державу, власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськість.

Основними цілями реалізації організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу є: сприяння сталому розвитку підприємства і економіки в цілому, оздоровленню навколишнього середовища і підвищенню добробуту суспільства.

Соціальна відповідальність бізнесу як найважливіший механізм задоволення інтересів суб'єктів ринку реалізує своє значення через призму функцій. Основними функціями підприємства є загальнонаукові функції управління: організаційна, інформаційна, аналітична, регулююча, стимулююча, планування та прогнозування, моніторинг, контроль. Стрижневою функцією є саме соціальна, оскільки успішна реалізація концепції соціальної відповідальності спрямована на створення умов для соціального розвитку в інтересах бізнесу, суспільства і держави, вимагає ефективних скоординованих дій усіх суб'єктів соціальної взаємодії.

Незважаючи на свою відносно нову функціональність у суспільстві, практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу уже створила певні принципи, серед яких доцільно виділити наступні:

- баланс інтересів держави, бізнесу та працюючих;
- дотримання правових норм і стандартів;
- добросовісне виконання угод, підписаних в рамках соціального партнерства;
- ефективність роботи та раціональність використання ресурсів (матеріальних, фінансових, інтелектуальних, людських);
- добровільність прийняття та виконання додаткових соціальних зобов'язань, не передбачених чинним законодавством;
- різноманітність форм і методів реалізації;
- звітність та системність;
- відкритість до діалогу з зацікавленими особами.

Важливе місце в організаційно-економічному механізмі управління соціальною відповідальністю займає інструментарій реалізації цього механізму. Основне завдання інструментарію - забезпечити такі організаційні умови, щоб компанія виконувала всі поставлені перед нею економічні завдання. У менеджменті інструментами впливу керуючої системи на керовану вважають методи, стимули, важелі, санкції та ресурси. Інструментарій реалізації організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу складається з таких основних складових:

- інструменти економічного характеру;

- інструменти організаційного характеру;
- інструменти соціального характеру.

Оцінку соціальної відповідальності бізнесу здійснюють на основі методичних підходів, які можна розподілити на методики соціальної звітності, індексний і рейтинговий методи, кількісні та якісні методи.

Методика соціальної звітності передбачає підготовку звітності підприємств за міжнародними стандартами: COP - Communication on Progress; Account Ability 1000; Global Reporting initiative - GRI або на власний розсуд підприємства за показниками та функціональною структурою.

У вітчизняній та міжнародній практиці набули широкого використання індексні та рейтингові методи: Dow Jones Sustainability Index; Index Domini Social Investment (DSI 400); Index FTSE4Good; Corporate Philanthropy Index; London Benchmarking Groups Method.

Внутрішню соціальну відповідальність бізнесу визначають за допомогою модифікованої матриці SPACE- аналізу або на основі експертної оцінки.

Індекс прозорості та підзвітності є популярним для визначення рівня соціальної відповідальності бізнесу для вітчизняних компаній.

Всебічне оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу може бути забезпечене комбінуванням якісних та кількісних методів.

Відповідно до наведених підходів до оцінки соціальної відповідальності, вважаємо, що слід виділяти часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники та враховувати відповідність цілям, критерії міжнародних стандартів та галузеву специфіку оцінюваного суб'єкта господарювання.

Метою формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу є забезпечення сприятливих організаційних та економічних умов для здійснення соціально направленої діяльності.

Економіка та держава. - 2019. - № 7. - С. 13-16.

Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В.

Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні

Вагоме значення в застосуванні механізмів структурної економічної політики регулювання підприємництва мають соціальні інструменти та заходи. Свідченням розвитку підприємництва є здатність державних адміністрацій в рамках заходів симулювання соціальної відповідальності домогтися: підвищення вищого рівня задоволення потреб і захисту прав споживача; підвищення пропозиції праці та покращення зайнятості; підвищення рівня оплати праці, покращення соціальних гарантій працюючих; розширення можливостей підприємств, що сприяє стабільності соціальної сфери та покращенню передумов для природного і міграційного приросту населення.

Варто відмітити пріоритетне значення соціальної відповідальності підприємств у контексті зміцнення економічної безпеки внутрішнього ринку. Безперечно, що ринок вимагає від товаровиробників з більшою відповідальністю підходити до задоволення поточних і формування перспективних потреб споживачів та тісніше узгоджувати напрями розвитку бізнес-процесів з інтересами місцевого населення. В результаті вирішення таких завдань можна буде очікувати на забезпечення та підтримання високого рівня лояльності споживачів, а відтак стримати залежність внутрішньо регіонального та локального ринків від імпорту продукції.

Наразі у сфері підприємництва України досі недостатньо використовуються сучасні інструменти мотивації, зокрема й щодо підвищення рівня соціальної відповідальності. Тому органам державної влади задля формування соціально відповідального підприємницького середовища на внутрішньому ринку слід надавати організаційну підтримку та фінансові стимули вітчизняним підприємствам щодо впровадження прогресивних форм оплати і стимулювання праці, посилення правових норм укладання колективних договорів та угод, покращання можливості професійно-кваліфікаційного розвитку кадрів, підвищення ефективності організації та обслуговування робочих місць, вдосконалення системи соціально-економічних взаємозв'язків на різних рівнях.

Відомо, що всі плани та заходи підприємства реалізує персонал. Тому ефективність досягнення стратегічних завдань залежить від якості

налагодження соціально-трудових та комерційних відносин з персоналом. Варто відзначити спільні предмети таких відносин, де кожна зі сторін прагне посилити економічну віддачу від досягнення оптимального значення, як-от: продуктивність та ефективність праці, інтелектуальний капітал, професійно-кваліфікаційний розвиток, соціальна відповідальність, соціальний захист, соціальна безпека. Тут важливою є підтримка органів державної влади, яка буде спрямована на:

1) забезпечення зростання комплексної зайнятості населення через розвиток державно-приватного та соціального партнерства, регуляторних процедур, бізнес-проектування;

2) підвищення продуктивності та ефективності праці завдяки реалізації практики довірчих відносин та рівного партнерства, колективних переговорів, партнерства сторін, нестандартної зайнятості, соціалізації інноваційної активності;

3) формування високої мотивації праці та рівня якості трудового життя через забезпечення міжфункціональної кооперації, інтересів мотивації праці, інтерактивності та спільної роботи сторін соціального діалогу, комунікативної співпраці.

Об'єктивною тенденцією розвитку сучасних економічних відносин є все більш посилювана роль та важливість застосування нематеріальних факторів виробництва та чинників конкурентоспроможності підприємств шляхом як збільшення обсягів та частки в структурі реалізованих товарів (послуг) нематеріальних активів, так і більш активного та ефективного їх використання. Тому спостерігається посилення прямої залежності між збільшенням частки в структурі активів об'єктів інтелектуальної власності, інших нематеріальних активів та нарощенням стратегічного конкурентного потенціалу. А це вимагає від підприємств розроблення та реалізації програм, що передбачатимуть формування соціальної відповідальності як персоналу (котрий здатний виконувати високоінтелектуальну працю), так і керівництва підприємства (спроможного забезпечувати зростання професійно-кваліфікаційного рівня персоналу).

Система соціальної відповідальності дозволяє підвищити якість сформованості та ефективність використання інтелектуального капіталу і, у підсумку, посилити конкурентні позиції підприємства на ринку та наростити конкурентні переваги на засадах запровадження нових підходів до комерціалізації і підтримки ринкових інновацій, приведення змін в організаційно-управлінській структурі у відповідність до цілей та завдань

розвитку.

Позитивним є те, що роль соціальної відповідальності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств постійно зростає, випереджаючи значущість засобів праці та їх ресурсів за рахунок пришвидшення низки важливих для бізнес-процесів, а саме: запровадження нових технологій, використання інтелектуальних творчих знань, ширшого залучення об'єктів інтелектуальної власності, зростання частки нематеріальних активів у ринковій вартості підприємства.

Розвиток соціальної відповідальності стає невід'ємною передумовою економічної безпеки підприємства, адже характеризує сформованість його інтелектуального та кадрового капіталу, а також ефективність його використання в цілях створення і комерціалізації результатів науково-дослідної та інноваційної діяльності для посилення конкурентоспроможності й підвищення ефективності бізнес-процесів.

В умовах відновлення розвитку економіки при стимулюванні соціальної відповідальності підприємства актуально вжити превентивні заходи, передусім з недопущення погіршення ефективності його управління (внаслідок раптової зміни керівництва чи власників, збільшення плинності кадрів, зниження продуктивності праці, погіршення ефективності системи мотивації персоналу, помилок в прогнозуванні і отриманні неправильних результатів, умисних неправомірних дій чи бездіяльності працівників, збільшення втрат робочого часу). Крім того, діяльність з забезпечення соціальної відповідальності підприємства повинна враховувати й вплив зовнішніх факторів, зокрема, недоліки в системі підготовки кадрів як для його галузі функціонування, так і у сфері безпеки; непередбачуваних змін ринкової кон'юнктури; переманювання провідних фахівців; зміни в обсягах та структурі трудових ресурсів в районі діяльності підприємства. Тому для досягнення достатнього рівня соціальної відповідальності підприємницької діяльності необхідно скласти та реалізувати план заходів, що передбачає гарантування безпеки дій персоналу (стосується внесення у посадові інструкції інформації про дії з створення передумов та виконання функцій, що гарантують соціальну відповідальність стосовно майна, ресурсів, а також запровадження для окремих категорій персоналу, що мають доступ до запасів і грошових коштів матеріальної відповідальності).

Економіка та держава. - 2019. - № 5. - С. 4-8.

Гусева О. Ю.

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: поточний стан та перспективи розвитку

В умовах підвищення динамізму конкуренції та поглиблення глобалізації удосконалення процесів стратегічного управління бізнесом стає можливим шляхом запровадження концепції соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність, яка включена у загальну систему стратегічного управління, дозволяє ефективно узгоджувати інтереси зовнішніх та внутрішніх сторін, використовувати програми соціального інвестування та налагоджувати механізми корпоративних комунікацій. В останні роки в розвинутих країнах процеси корпоративної соціальної відповідальності - (КВС) - активно інтегруються у бізнес-процеси компаній.

Як відомо, основні продуктивні сили сучасного світу належать великим компаніям- виробникам, які є гравцями міжнародного ринку. Вони прагнуть принести в країни, куди вкладають свої капітали, власну соціальну ідеологію, звичайні для них норми трудових відносин, партнерство з профспілками, соціальну відповідальність.

Зазвичай виділяють чотири основних типи соціальної відповідальності бізнесу. Базова відповідальність - економічна - включає створення робочих місць і сплату податків для підтримки життєдіяльності держави. Юридична відповідальність передбачає дотримання бізнесом місцевих і міжнародних законів. Етична відповідальність вимагає дотримання співробітниками і компанією в цілому загальнолюдських норм поведінки у взаєминах один з одним, конкурентами, державою і суспільством.

Найвищий тип соціальної відповідальності - добровільна. Це інвестування в проекти, що приносять значну користь суспільству, але не мають прямої віддачі. Це захист навколишнього середовища, інвестиції в здоров'я та грамотність населення, інфраструктуру, боротьбу з бідністю тощо. З метою аналізу ефективності соціальної відповідальності компаній у різних країнах світу застосовується низка найбільш відомих у цьому напрямі рейтингів, зокрема рейтинги Forbes і Fortune. На сайті журналу «Форбс» (The Forbes) публікується щорічне дослідження, яке складається репутаційним інститутом (RI), консалтинговою фірмою з управління репутацією в Бостоні. Він відстежує репутацію компаній за рівнем соціальної відповідальності, зважуючи споживчі уявлення про керування

компанією, позитивний вплив на суспільство та ставлення до працівників, для чого має власну систему показників RepTrak. Ефект від впровадження соціально-відповідальної політики проявляється у створенні позитивного іміджу, підвищенні репутації та гудвілу, встановленні міцних зв'язків із цільовими аудиторіями. Хоча формування позитивного іміджу на засадах корпоративної соціальної відповідальності - це процес неперервний, який потребує значних грошових коштів, переваги, які отримує підприємство в результаті, є достатньо вагомими.

Проаналізувавши рейтинги організацій на рівень ефективності соціальної відповідальності з різних джерел, бачимо, що серед лідерів в кожному з рейтингів фігурують компанії зі Сполучених Штатів та країн Північно-Західної Європи.

Що стосується галузей, то найбільш соціально відповідальними є компанії у сфері ІТ-технологій та телекомунікацій. Вони максимально слідують основним принципам корпоративної соціальної відповідальності. Okремо варто відмітити і компанії, що займають топові позиції і при цьому займаються видобутком палива або виготовленням обладнання, адже це свідчить про застосування ними новітніх технологій, що мають мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище. У подібних міжнародних рейтингах поки що відсутні українські компанії.

У теперішній час в Україні інститут корпоративної соціальної відповідальності перебуває на етапі становлення. Найбільш активними у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунття сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, які протягом останніх років удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій загального управління якістю, та компанії, які постійно слідкують за новітніми тенденціями та технологіями. Те, що розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні є актуальним і буде набирати обертів, підтверджують і дані соціологічних досліджень.

Український споживач у цьому відношенні мало відрізняється від глобального. За даними Глобального звіту про корпоративну соціальну відповідальність, в Україні 70% покупців готові платити більше за продукцію тих компаній, які проявляють відповідальність щодо суспільства та навколишнього середовища. Турбота бренду про навколишнє середовище впливає на рішення про покупку 84% українців (і 85% глобальних споживачів). Вже до 2025 року основну частину співробітників становитимуть мілленіали — 75%. Покоління Z ставиться

до питань екології та соціальної відповідальності дуже серйозно. Згідно з дослідженням Cone Communications, 64% опитаних мілленіалів не працюватимуть у компанії, якщо у неї немає сильної програми корпоративної соціальної відповідальності. Тобто корпоративна соціальна відповідальність - це реальна конкурентна перевага, заснована на тому, що компанія бере на себе відповідальність за соціальні та екологічні наслідки своєї діяльності.

На українських підприємствах здебільшого реалізуються такі елементи соціальної відповідальності:

- корпоративне управління;
- трудові відносини;
- права людини;
- охорона праці;
- чесні операційні практики;
- турбота про довкілля;
- робота із зацікавленими сторонами, з якими взаємодіє компанія (співробітниками, партнерами, споживачами, державними органами, акціонерами тощо).

До головних вигід, які отримують українські підприємства від корпоративної соціальної відповідальності, відносяться:

- ✓ Збільшення залученості співробітників та їх лояльності до компанії.
- ✓ Формування довіри до компанії стейкхолдерів - кола зацікавлених сторін, з якими взаємодіє компанія (партнери, клієнти, влада, громадські організації та ін.).
- ✓ Зниження репутаційних ризиків та критичності сприйняття діяльності компанії, простіше подолання кризових часів.
- ✓ Впровадження інновацій.
- ✓ Заощадження коштів завдяки впровадженню концепції «зеленого офісу».
- ✓ Залучення інвестицій та вихід на нові ринки.
- ✓ Сталий розвиток бізнесу у довгостроковій перспективі.

Дослідження показують, що соціальна відповідальність буде розвиватись завдяки бізнесу, державі та новому поколінню співробітників. Щороку збільшується кількість компаній, які реалізують проекти корпоративної КСВ, створюють стратегії сталого розвитку, випускають нефінансові звіти та створюють окремі відділи і департаменти

корпоративної соціальної відповідальності.

За останніми дослідженнями центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», у якому взяло участь 400 українських компаній, були зроблені такі висновки:

- Переважна більшість компаній (83%) впроваджує політику корпоративної соціальної відповідальності.

- Головними причинами реалізації політики соціальної відповідальності є моральні міркування (55%), покращення репутації (26%) та збільшення лояльності працівників (23%).

- Головною причиною для невпровадження політики соціальної відповідальності представники компаній називають відсутність коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правової бази, що сприяла б цій діяльності, та податковий тиск.

- Тільки у половини компаній є стратегія (політика) соціальної відповідальності, і тільки чверть компаній має бюджет на виконання програм/заходів із соціальної відповідальності. У переважній більшості представників українського бізнесу пошуком ідей для програм з соціальної відповідальності та розробкою планів їх реалізації займається керівництво.

- Головними стимулами впровадження соціальної відповідальності для українських компаній стало б введення пільгового оподаткування, зменшення адміністративного тиску та пропозиції місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіону.

- Перспективи розвитку соціальної відповідальності: на думку опитаних представників компаній, у найближчий час для розвитку соціальної відповідальності бізнесу необхідно розробити нормативно-правову базу в державі, яка б сприяла цій діяльності, підвищувати обізнаність про Національний контактний пункт з відповідальної бізнес-поведінки, ввести курси з соціальної відповідальності бізнесу до університетських програм та активізувати участь бізнес-асоціацій в її популяризації.

У таких умовах ще більшої актуальності набуває питання прозорості соціальної відповідальності компаній. Тому підприємства повинні приділяти більше уваги питанням прозорості та відкритості у своїй діяльності. Зокрема, їм слід надавати вільний доступ до корпоративних документів та оприлюднювати інформацію з питань соціальної відповідальності бізнесу, у тому числі і на веб-сайті.

Зазначимо, що політика прозорості повинна відповідати сфері

діяльності, розмірам і місцю розташування організації, не торкаючись при цьому питань комерційної таємниці та інших конкурентних переваг.

В Україні дослідженням українських компаній на предмет розкриття інформації також займається Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Рейтинг прозорості розроблений на основі методики організації Beyond Business (Ізраїль), об'єкт оцінки - веб-сайти компаній. Саме дослідження інтернет-сторінки компаній може засвідчити, наскільки бізнес охочий до діалогу і яку інформацію він готовий надавати про себе публіці. Оцінка ста найбільш великих українських компаній у 2018 році показала, що великий бізнес в державі все ще неактивно висвітлює корпоративну соціальну відповідальність. Про це свідчить середній рівень відкритості українських компаній, який склав загалом 14 %. Сайти компаній не містять достатньо інформації щодо соціальної відповідальності, у 18-ти компаній сторінки в мережі взагалі відсутні. Всього лише 34 з них мають на сайтах сторінки, присвячені їх соціальній відповідальності.

Відповідно до результатів рейтингу, вітчизняні компанії найбільше опікуються питаннями розвитку громад (21 % розкриття інформації) й даними для споживачів, а найменше висвітлюють питання етики та корупції. Згідно з дослідженням 2017 року, лідируючою сферою була робота з персоналом. «Найпрозорішими», за результатами рейтингу, виявилися підприємства сфери комунікацій. На другій позиції - підприємства сфери електроенергетики. Одним відсотком їм поступається бізнес важкої промисловості, що має найбільше представників серед топових компаній України. Найбільш інертні стосовно висвітлення соціальних тем залишаються підприємства видобувної промисловості. Також низькі показники відкритості мають компанії фармацевтичного сектору і представники агропромислового комплексу.

Отже, можна зробити висновок, що компанії України поступово переходять від внутрішніх проєктів з реалізації корпоративної соціальної відповідальності до зовнішньої цільової аудиторії

Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2018.- № 4. - С. 47-55.

Притуляк Н. М.

Соціальне інвестування як форма реалізації корпоративної відповідальності

Прогресивне людство поступово усвідомлює: функціонування підприємницьких структур має сприяти збалансованому й гармонійному розвитку суспільства, що полягає в забезпеченні якнайвищої якості життя для теперішніх і майбутніх поколінь. Виникає об'єктивна потреба в перегляді ролі суб'єктів господарювання у виконанні завдань, пов'язаних із соціальним забезпеченням населення. І річ не лише в тім, що приватний сектор є найбільш активною і значною частиною економіки, котра має ресурси й можливості для подолання серйозних проблем, що постають перед суспільством та його окремими верствами. Практика підприємницької діяльності багатьох компаній світу, з яких тільки третина залишається ефективною в довгостроковій перспективі, переконує, що для забезпечення стабільного успіху вже не достатньо орієнтуватися суто на досягнення високих фінансових результатів. Обставини, за котрих стабільність і ринкове лідерство є надто хиткими, вимагають переосмислення точок опори фінансово-економічної конструкції бізнесу, створення умов для його тривалого розвитку.

Оскільки життєдіяльність суб'єктів господарювання дедалі більшою мірою залежить від кваліфікованих і професійних кадрів, лояльних споживачів, налаштованих на партнерство інвесторів, прихильності влади й місцевих співтовариств, формується розуміння об'єктивної потреби та вигідності участі підприємництва в соціальному забезпеченні. Масштабні зарубіжні дослідження засвідчують, що соціально орієнтований бізнес - перспективний, трендовий напрям діяльності: він демонструє найвищі темпи свого розвитку та є втричі успішнішим, ніж його традиційний вид, представники якого прагнуть лише отримати миттєвий прибуток.

Варто зауважити: якщо в європейських і американських компаніях соціальна відповідальність уже пододала шлях від управлінської екзотики до стандартних рутин, ставши невід'ємною складовою стратегій їх розвитку, то діяльність вітчизняних підприємств поки що здебільшого характеризується виснажливим природокористуванням, згубним впливом на екологічний баланс територій їх розташування, брутально-прагматичним ставленням до найманого працівника, високим рівнем травматизму на робочих місцях, сумнівною якістю продукції тощо.

Корпоративна соціальна відповідальність (далі - КСВ) регламентує

етичні правила й норми здійснення підприємницької діяльності в зовнішньому та внутрішньому середовищах; сприяє її соціалізації й соціально- етичній спрямованості; несе суспільно значиму користь для всіх зацікавлених сторін.

Реалізація концепції КСВ спонукає приватний сектор до дій, спрямованих на підвищення добробуту суспільства завдяки його добровільній участі в здійсненні соціально значущих проєктів і програм. Мається на увазі допомога підприємств у фінансуванні соціального захисту найуразливіших груп населення, діяльності освітньо-культурних установ та заходів, муніципальних і загальнодержавних соціальних програм. Це означає, що практика соціально відповідальної поведінки підприємницької структури ґрунтується на здійсненні відповідних вкладень її фінансових та інших ресурсів у вирішення соціальних питань.

Отже, КСВ передбачає не лише декларування ініціатив чи дотримання законодавчо встановлених вимог і зобов'язань, а й виконання інституціонально не властивих бізнесу функцій з інвестування коштів у об'єкти соціальної сфери.

Соціально інвестування є порівняно новим, але динамічним явищем, воно швидко поширюється завдяки усвідомленню дедалі більшим числом учасників ринку необхідності та переваг інтеграції принципів корпоративної відповідальності у стратегію розвитку компанії. Хоча в сучасній економічній літературі досі немає єдиного підходу до визначення економічної сутності цього поняття, переважна частина авторів трактує його як процес вкладення фінансових, матеріальних, технологічних, управлінських ресурсів у об'єкти соціальної сфери.

Соціально відповідальне інвестування (*далі* - СВІ) є більш ємним поняттям, оскільки охоплює не тільки фінансову участь у окремих проєктах з охорони здоров'я, збереження навколишнього середовища або розвитку регіону розташування, а й усю сукупність додаткових витрат компанії, пов'язаних із регулярним вжиттям заходів, котрі передбачають урахування наслідків її діяльності, запобігають недобросовісній бізнес-практиці (з порушенням етичних норм), спрямовані на задоволення розумних потреб усіх зацікавлених сторін. Головною метою СВІ є не просто отримання прибутку за будь-яку ціну чи штучне формування позитивного іміджу завдяки разовій участі в реалізації соціальних програм, а свідомий і добровільний вибір безпрограшної тактики досягнення економічного результату виключно на основі відповідальної діяльності в усіх її сферах, котра, зокрема, передбачає непохитну

готовність іти на втрати заради захисту інтересів навколишнього середовища.

Такий вид інвестування є вищою формою соціальної відповідальності бізнесу, який дотримується відкритої й прозорої ділової практики, базується на етичних і моральних нормах, демонструє прогресивний менеджмент, високу організаційну культуру, надійні перспективи розвитку. Формування нової філософії підприємництва відбувається в результаті кардинального переосмислення її суб'єктами своєї базової функції, що обумовлює впевнений відхід від прагнення до матеріальної вигоди та власного збагачення на користь вибору соціально орієнтованих управлінських рішень, спрямованих на поліпшення умов життя теперішніх і майбутніх поколінь, приріст людського й соціального капіталу в частині якості соціальних комунікацій, міри довіри між людьми, соціальної солідарності, готовності до спільної роботи на загальне благо.

Це не означає, що СВІ є філантропією, спонсорством чи меценатством. На відміну від різних видів доброчинності, така інвестиційна діяльність пов'язана з регулярним, стратегічним розміщенням капіталу, націленим на отримання фінансового результату, але за умови здійснення позитивних соціальних зрушень, недопущення негативного впливу на навколишнє середовище та дотримання етичних норм. У цьому проявляється двоїста природа соціально відповідальних інвестицій, які слугують інструментом одночасного задоволення потреб і суспільного, і корпоративного секторів, ресурсом гармонійного балансування між економічною ефективністю та соціальною справедливістю. Тому слушним є загальне визначення СВІ як процесу інтеграції корпоративних цінностей і суспільних проблем із інвестиційними рішеннями.

Доказом виникнення корпоративного ефекту від СВІ є безперервний і абсолютно логічний зв'язок між частиною та цілим (у цьому випадку - компанією й суспільством). Наприклад, вкладення в екологічну безпеку виробництва, котрих вимагають місцеві громади, не тільки окупаються завдяки зниженню професійної захворюваності, налагодженню корпоративних взаємовідносин і діалогу із соціальним оточенням, а й генерують додатковий ефект у вигляді посилення мотивації до сумліннішого виконання обов'язків (причому не лише в межах заданої компетенції), підвищення продуктивності праці, скорочення витрат, пов'язаних із аварійними ситуаціями, поліпшення іміджу підприємницької структури, забезпечення високих темпів її капіталізації.

Зазначене підтверджується результатами багатьох емпіричних досліджень, виконаних зарубіжними фахівцями. Так, за оцінками Бостонської наукової групи, компанії, що здійснюють СБІ, мають у 2-4 рази вищі темпи зростання, ніж їхні конкуренти. Виявлено, що за інших рівних умов реалізація стратегії соціальної відповідальності збільшує ринкову вартість корпорацій та знижує ризики. Результати інших досліджень, які проводилися спеціалістами Гарвардської бізнес-школи та охоплювали 17-річний період, теж засвідчили існування істотної позитивної кореляції між економічно-фінансовими показниками й соціальною активністю представників корпоративного сектору. Фахівцями організації Conference Board встановлено, що підвищення прибутковості продажів, активів, капіталу та акцій у соціально активних компаніях є значнішим, ніж у інших бізнес-структур.

Підсумовуючи викладене, доходимо висновку, що соціально відповідальне інвестування є одним із видів бізнесу, котрий забезпечує нагромадження людського, соціального, природного, клієнтського та інших видів капіталу. Внесок цих унікальних ресурсів у результати діяльності економічного суб'єкта полягає в підвищенні мотивації до продуктивної, ініціативної праці; створенні сприятливих умов для активізації процесу розроблення та впровадження різноманітних новацій; оптимізації взаємодії зі споживачами й постачальниками, вдосконаленні та розвитку подальших відносин із ними; забезпеченні екологічної безпеки й ресурсозбереження; розбудові місцевих співтовариств.

Здатність підприємницької структури формувати та використовувати складові інтелектуального капіталу дедалі більшою мірою визначає її економічну силу, а саме: спроможність досягати стійких конкурентних переваг, підвищувати ефективність, забезпечувати сталий розвиток, оперативно реагувати на зміни ринкової ситуації.

Притаманна СБІ вигідність (причому не тільки для його об'єктів, а й суб'єктів) вказує на те, що цей вид діяльності є не просто свідченням громадянської позиції бізнесу, проявом його небайдужості до соціально-екологічних проблем. Він виступає обов'язковою умовою забезпечення тривалого успіху, а тому заслуговує на всезагальне визнання та управлінське втілення приватним сектором.

Фінанси України. - 2018. - № 8. - С. 63-74.

Національна модель соціальної відповідальності в Україні

**Прес – дайджест
IV квартал 2019 р.**

Підготувала: *Ю. Щеглова*
Редактор: *Т. Пішванова*
Комп'ютерна верстка: *Г. Мацієвська*

Наклад 40 прим.
Віддруковано у Запорізькій ОУНБ
просп. Соборний, 142, Запоріжжя, 69095

Відділ наукової інформації та бібліографії
Телефон: (061) 787-53-57
Ел. пошта: bibliograf.zounb@ukr.net, bibliograf@zounb.zp.ua



**ЗАПОРІЖЖЯ
ПР. СОБОРНИЙ, 142
061 787 53 57**

**BIBLIOGRAF.ZOUNB@UKR.NET
BIBLIOGRAF@ZOUNB.ZP.UA**

**FACEBOOK.COM/BIBLIOGRAF.ZOUNB
YOUTUBE.COM/BIBLIOGRZOUNB**

ZOUNB.ZP.UA