

УДК 331.1

Коваленко І.Ф.,
канд. екон. наук, доц.,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СТАНОВЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ВІТЧИЗНЯНИХ РЕАЛІЯХ

В сучасних реаліях бізнес-діяльності традиційні методи досягнення конкурентних переваг, такі як, наприклад, цінова політика чи якість товарів та послуг потребують доповнення новими засобами, які містять у своїй основі «соціальні компоненти» та генерують наявність етичних норм у корпоративній поведінці. В якості одного з найефективніших способів досягнення вищезначених цілей сучасна наука розглядає корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), основними цінностями якої являється участь бізнесу у вирішенні соціальних, екологічних та економічних проблем, гармонізації суспільних відносин задля формування базових засад збалансованого суспільного розвитку.

Дослідження всесвітньовідомих наукових шкіл переконливо доводять ідеї про те, що екологічна і соціальна активність бізнес-організацій істотно впливає на їх ділову репутацію, формує прогресивний бренд роботодавця, знижує ризики фінансового характеру, поліпшує відносини зі стейкхолдерами. Результативні практики у сфері соціальної відповідальності сприяють залученню додаткових інвестицій, оскільки будь-який портфельний інвестор, приймаючи рішення щодо купівлі пакетів акцій тієї чи іншої компанії, оцінює весь спектр ризиків, об'єднуючи в своєму фондовому аналізі економічні, екологічні та соціальні показники. Тому набуває поширення тенденція, коли все більше інвесторів починають розглядати КСВ в якості одного з основних критеріїв інноваційної та орієнтованої на майбутній розвиток бізнес-організації. Важливим доказом актуальності соціально відповідальної діяльності для бізнесу є також той факт, що більшість світових корпорацій займають лідируючі позиції в сфері КСВ та впливають на становлення і розвиток базових концептуальних засад соціальної відповідальності бізнесу.

Нинішні українські реалії зумовлюють підвищену затребуваність бізнесових соціальних інвестицій як на суспільному, так і на організаційному рівні, оскільки в умовах поширення кризових соціально-економічних явищ вони являються дієвим іструментом вирішення наявних проблем та зменшення негативних суспільних наслідків.

Такі виклики сьогодення мають спонукати українські бізнесові кола до удосконалення соціальної стратегії, розробки та запровадження нових механізмів узгодження інтересів в діалозі "бізнес - суспільство - держава", формуючи консолідовану позицію соціально відповідальної поведінки. Разом з тим, одним з ключових факторів успіху в реалізації цієї стратегії має бути відповідь на питання - "Що суспільство очікує від бізнесу" і - можливо, ще більш важливе - "Що воно готове дати взамін".

Українському бізнес-середовищу необхідно активно брати на озброєння ідеї про те, що конкурентоспроможність компанії безпосередньо залежить від її суспільного сприйняття, фірмового бренду, корпоративної культури, інформаційної відкритості та прозорості діяльності, гармонійних відносин зі стейкхолдерами. Значну роль відіграє також і використання етичних норм в діловій практиці. Розвиток громадянського суспільства, зростання впливу суб'єктів сфери соціально-трудових відносин, активність профспілкових організацій та територіальних громад, - всі ці фактори здатні істотно ускладнити функціонування компанії, яка продукує соціально безвідповідальну поведінку. Інформатизація сучасного суспільства тільки підсилять актуальність цих процесів. Доступність Інтернету підвищуватиме рівень інформованості споживачів, які матимуть можливість оцінити продукцію з точки зору її екологічної чистоти, норм безпеки, етичності ділових стосунків, відповідності міжнародним стандартам.

Соціальна діяльність бізнесу сприятиме формуванню соціальної та громадянської активності суспільства. В свою чергу держава за допомогою своїх власних інститутів повинна стимулювати діяльність бізнесу в інтересах суспільства. Мають створюватися нові інституціональні умови для найбільш прогресивних моделей соціального інвестування.

Ефективні практики соціально відповідального бізнесу консолідуватимуть суспільство, сприятимуть його згуртованості та поширенню солідарності. Соціальна відповідальність бізнесових організацій формуватиме головні засади соціально орієнтованої економіки. Інтегруватиме в єдину систему соціальні функції держави, соціальні цілі і механізми підвищення ефективності діяльності підприємств, територіальну соціальну політику місцевих органів влади, сприятиме підвищенню ефективності функціонування економіки і трудових відносин на всіх рівнях.

Література

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством / Колот А.М. // Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб.наук. пр. — К. : КНЕУ, 2013. — №2(6). — С. 6—16.
2. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / Питер Друкер ; пер. с англ. Наталии Макаровой. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 256 с.
3. Колот А. М. Асиметрії розвитку соціально-трудової сфери: прояви, причини, передумови подолання / Колот А.М.// Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 6 (132). — С. 205–211.

4. Кицак Т. Г. Основні напрями формування корпоративної культури на підприємстві // Формування ринкової економіки. Зб. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2007. – № 5. – С. 27–29.
5. Кицак Т. Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Соціально-трудова відносина: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 171-177.
6. Кицак Т. Г. Структура корпоративної культури та її роль у розвитку соціально-трудова відносин на підприємстві [Електронний ресурс] / Т. Г. Кицак. – Режим доступу : www.ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/.

УДК 351.84

Шергіна Л.А.,
канд. екон. наук, доцент,
кафедра економіки підприємств,
Подольн Т.,
студентка,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПРІОРИТЕТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки, яка орієнтується на соціальну сферу, першочерговим завданням для кожної країни є створення та впровадження соціальної відповідальності усіх суб'єктів господарювання. Особливо гостро дана проблема стосується нашої країни, адже зараз в Україні відсутня національна ідея, яка є здатна об'єднати громадян із різними поглядами, політичними уподобаннями та мовою спілкування.

Актуальність дослідження соціальної відповідальності бізнесу підтверджується безліччю статей іноземних і вітчизняних науковців та трактувань світових організацій. Тому, виходячи із цього, існує багато визначень даного терміну. Різні наукові підходи до трактування поняття «соціальна відповідальність бізнесу» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Альтернативні трактування поняття “соціальна відповідальність бізнесу”

Автор, джерело	Альтернативне трактування
1	2
Європейська комісія [2]	Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, за допомогою якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у взаємодії зі своїми зацікавленими сторонами на добровільній основі