

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-трудові відносини: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 171-177.
6. Кицак Т. Г. Структура корпоративної культури та її роль у розвитку соціально-трудових 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

Міжнародний форум лідерів бізнесу [3]	Соціальна відповідальність бізнесу – це відкрита та прозора ділова практика, заснована на етичних цінностях та повазі до працівників, громад та соціального середовища, що сприятиме стабільному діловому успіху.
Рут Лея [4]	Соціальна відповідальність бізнесу стосується підприємств та інших організацій, які виходять за рамки юридичних зобов'язань, щоб керувати впливом, який вони мають на навколишнє середовище та суспільство. Зокрема, це може включати в себе те, як організації взаємодіють зі своїми працівниками, постачальниками, клієнтами та громадами, в яких вони працюють, а також мірою, якою вони намагаються захистити навколишнє середовище.
Крістофер Пінней [5]	Соціальна відповідальність бізнесу – це набір практик управління, що забезпечує мінімізацію компанії негативні наслідки її діяльності для суспільства, максимально збільшуючи його позитивні наслідки

Визначення поняття у різних працях сформульоване по-різному, хоча в основному думки науковців сходяться. Узагальнюючи різні трактування, можна зробити висновок, що соціально відповідальний бізнес полягає у діяльності, яка позитивно впливає на суспільство.

У сучасному світі відбувається глобалізація економічного простору та інтелектуалізація виробництва, а також той факт, що Україна прагне вступити до ЄС, дослідження та впровадження соціальної відповідальності бізнесу у економічну діяльність є одним із головних пріоритетів на майбутнє.

Для сприяння розвитку підприємницького середовища на основі соціальної відповідальності бізнесу у країнах ЄС була створена стратегія “Європа-2020”[6]. У цій стратегії визначено пріоритети розвитку країн Європейського Союзу, які спрямовані на інтелектуальне зростання (інвестиції у освіту, дослідження та інновації), стале зростання (розвиток економіки на засадах сталості, ефективного та ощадливого використання природних ресурсів) та інклюзивне зростання (зниження рівня бідності, забезпечення зайнятості).

У 2011 році група фахівців із соціальної відповідальності, створена при Міжнародній організації із стандартизації, розробила міжнародний стандарт ISO 26000 (“Керівництво із соціальної відповідальності”)[1]. Стандарт затверджує правила соціальної відповідальності, які характеризують соціальну позицію компанії, та стимулює компанії брати до уваги інтереси суспільства.

Варто зазначити, що соціальна відповідальність бізнесу має дві форми прояву: внутрішню і зовнішню. На рис.1 зображено приклади внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності.

Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу	Внутрішня соціальна відповідальність бізнесу
<input type="checkbox"/> спонсорство і корпоративна благодійність	<input type="checkbox"/> безпека праці
<input type="checkbox"/> охорона навколишнього середовища	<input type="checkbox"/> стабільність заробітної плати
<input type="checkbox"/> взаємодія з місцевою громадою і владою	<input type="checkbox"/> підтримка гідного рівня заробітної плати
<input type="checkbox"/> готовність допомагати в кризових ситуаціях	<input type="checkbox"/> додаткове медичне і соціальне страхування працівників
<input type="checkbox"/> відповідальність перед споживачами товарів і послуг	<input type="checkbox"/> розвиток творчого потенціалу працівників
	<input type="checkbox"/> надання допомоги в кризових ситуаціях

Рис. 1. Форми прояву соціальної відповідальності (складено автором.)
Серед технологій (механізмів) забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в Україні можна виокремити такі елементи як:

- ✓ поширення думки про значення соціальної відповідальності бізнесу для розвитку демократії у країні;
- ✓ донесення до підприємців переваг запровадження соціальної відповідальності на власному підприємстві;
- ✓ створення єдиної інформації про тлумачення соціальної відповідальності бізнесу, а також її критеріїв та форми застосування;
- ✓ внесення поправок до існуючих податкових пільг та створення нових, які визначатимуть частину коштів, які у подальшому використовуватимуться для соціальних програм;
- ✓ поширення стандарту ISO 26000;
- ✓ створення органу, який допомагатиме розробляти та реалізовувати програми, які передбачені соціальною відповідальністю.

Отже, активне поширення соціальної відповідальності бізнесу в Україні спричинене розвитком українського бізнесу та інтеграцією до світової економічної системи. Бізнес є частиною соціуму, тому він не може діяти окремо від суспільства. Слід зауважити, що виникнення соціальної відповідальності бізнесу спричиняється не тільки потребами суспільства, а й самими підприємствами, які хочуть зайняти власну частку на конкурентному ринку. Соціальна відповідальність бізнесу має бути заснована на підприємстві лише за власним бажанням, оскільки, як показує світова практика, нав'язана міжнародними практиками чи іншими органами, соціальна відповідальність бізнесу дуже часто відкидається підприємством.

Література

1. ISO 26000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso.org/iso/home.html>.
2. Commission of the European Communities. 2003. What is Corporate Social Responsibility (CSR)? http://europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/csr_whatiscsr.htm [23 May 2003].
3. International Business Leaders Forum (IBLF). 2003. IBLF Members. <http://www.iblf.org/csr/csrwebassist.nsf/content/g1.html> [23 May 2003].
4. Lea R. 2002. Corporate Social Responsibility, Institute of Directors (IoD) member opinion survey. IoD: London. http://www.epolitix.com/data/companies/images/Companies/Institute-of-Directors/CSR_Report.pdf.
5. Pinney C. 2001. Imagine Speaks Out. How to Manage Corporate Social Responsibility and Reputation in a Global Marketplace: the Challenge for Canadian Business. www.imagine.ca/content/media/team_canada_china_paper.asp?section=media/

6. Europe-2020, European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm)

УДК 338.22

Леган І.М.,
канд. екон. наук, доцент,
завідувач кафедри підприємництва, фінансів та оподаткування
УДФСУ (Житомирська філія)

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОЧІКУВАНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Дилема підвищення економічної ефективності та прибутковості сучасних підприємств з одночасним вирішенням нагальних соціальних питань та реального покращення якості життя населення актуалізує питання інституту соціальної відповідальності.

Поняття «соціальна відповідальність бізнесу» виникло в середині ХХ ст. і означало здатність бізнесу дотримуватись як законів виробництва якісного продукту, так і додаткових зобов'язань перед суспільством в задоволенні його потреб та поліпшенні якості життя людей. Однак більшої актуальності проблема соціальної відповідальності бізнесу набула на початку третього тисячоліття.

Соціальна відповідальність бізнесу сьогодні – це добровільна участь бізнесу у розвитку суспільства, в тому числі в соціальній, економічній та екологічних сферах. Українське суспільство змінюється, тому все частіше споживач обирає соціально-відповідальних товаровиробників, що турбуються про соціальні аспекти розвитку сучасного суспільства.

У економічно-розвинених країнах традиційно виділяють такі способи заохочення бізнесу до соціальної відповідальності:

- зменшення ставок податків або надання податкових кредитів;
- зменшення оподаткованої бази;
- здатність бізнесу впливати на адресність витрачання частини податків, які він сплачує [3].

Однак, розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні стримують певні проблеми, вирішення яких має стати пріоритетною метою політики її розвитку, а саме:

- відсутність будь-яких методів регуляторного заохочення соціально-відповідальних компаній, підприємств чи організацій;
- неповнота або відсутність актуальної інформації щодо переваг соціально-відповідального бізнесу;
- недосконалість нормативно-правової та податкової політики у сфері соціальної відповідальності бізнесу;
- недосконалість системи інформування населення щодо існуючих соціальних стандартів.