

практику, для яких вони стають частиною соціального та бізнесового життя, переходячи від простих до більш розвинених форм і концепцій. До таких підприємств в Україні сьогодні належать компанії «МЕТРО Кеш енд Кері Україна», корпорація FozzyGroup, Група компаній «ФОКСТРОТ» ТОВ «Епіцентр-К», ТОВ «Емвей Україна», ТОВ «Ашан Гіпермаркет Україна» тощо. Керівники таких підприємств все далі більше розуміють, що реалізація програм СВБ на початку впровадження об'єктивно спричиняє значне зростання витрат, але в довгостроковому періоді вони компенсуються зростанням доходів від покращення гудвілу та підвищення їх інвестиційної привабливості та зростання рівня конкурентоспроможності.

Отже, для підвищення ефективності і якості програм СВБ потрібне залучення різноманітних стейкхолдерів (зацікавлених сторін), у тому числі громадських організацій, університетів, держави, шляхом стимулювання соціально-економічного розвитку та ділової репутації підприємств торгівлі.

Література

1. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність: монографія / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин: Лисенко М.М., 2011. – 175 с.

2. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України. – № 7. – 2009. – С. 74-85.

3. Мельник С. Становлення соціальноорієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С.Мельник // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32 – 36.

4. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf

УДК: 316.342.4:330.33.012

Горбов В.В.,

канд. соц. наук, старший викладач,

Горбова Ю.С.,

асистент,

кафедра соціології,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ОЦІНКИ

Соціально відповідальні відносини в суспільстві не могли б стати реальністю без розвинутих громадянських інститутів, без громадянського суспільства загалом, у якому громадяни реально наділені широкими

демократичними правами, використовують їх і виконують зобов'язання один перед одним, перед суспільством і державою.

Сучасна корпоративна соціальна відповідальність може вважатися такою за умов, коли приватний бізнес її усвідомлює не тільки у своїх відносинах із діловими партнерами, але й поводить соціально відповідально щодо найманих працівників і організаційних структур, що виражають їх інтерес, і до суспільства загалом. Громадянська ж відповідальність корпорації – це відмова від несумлінних методів конкуренції, екологічний захист навколишнього середовища, сприяння формуванню позитивного іміджу корпорації за кордоном, здійснення реальних кроків, що допомагають країні зайняти більш гідне місце в міжнародному розподілі праці тощо.

Існує багато причин, які сприяють активізації соціальних функцій бізнесу в сучасних умовах. У першу чергу треба відзначити світові тенденції, що визначають підвищення значущості корпоративної соціальної відповідальності: а) зростання населення нашої планети при обмеженості ресурсів; б) забруднення довкілля та глобальне потепління, що загрожують життю людей сьогодні та існуванню бізнесу завтра; в) прийняття більшістю країн більш жорстких законів щодо використання ресурсів та утворення шкідливих викидів; г) глобалізація ринків капіталу. До того ж значно підвищився рівень інформованості інвесторів та фінансових інститутів, котрі віддають тепер перевагу більш стійкому бізнесу з точки зору фінансових, соціальних та економічних показників. Необхідно відзначити також підвищення значущості нематеріальних чинників економічного зростання, пов'язаних із розвитком людського потенціалу, здатністю до інновацій та сприйняття новітніх технологічних досягнень; прийняттям більшістю країн високих стандартів соціальної захищеності населення.

Український бізнес поки що знаходиться на стадії становлення, його подальший розвиток та зміцнення багато в чому буде залежати від того, наскільки він своєчасно та адекватно сприйме апробовані міжнародною практикою принципи соціальної відповідальності. Тільки в цьому випадку він може стати каталізатором позитивних змін у соціально значущих сферах суспільства, створювати та підтримувати гідні умови праці для персоналу, що працює на його підприємствах тощо.

У соціологічній площині корпоративну соціальну відповідальність слід визначити як інструмент створення ефективно функціонуючої системи соціальних гарантій для представників різних груп і прошарків суспільства, у забезпеченні умов для вільного розвитку, максимального розкриття творчого потенціалу кожного індивіда, забезпечення особистої безпеки громадян, у підтримці екологічно здорового середовища їх проживання. Слід зазначити, що для практики соціальної відповідальності в Україні стає характерним перенесення інтересів бізнесу з персоналу компанії на зовнішнє соціальне оточення. Уже зараз можна прогнозувати трансформації в соціальних інтересах національного бізнесу, коли компанії прагнуть вийти за межі своєї

виробничої діяльності. Проблема ефективного розвитку корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що на сьогодні серед компаній наявна низька соціальна активність. Підміна добровільного бажання компаній бути соціально відповідальними на державний вплив та примушення може стати перепорою для гармонізації суспільного розвитку. Проте органам державної влади варто сприяти розвитку законодавчих норм, що регулюють соціальні обов'язки бізнесу.

У даному контексті особливої актуальності набуває соціологічна оцінка практик корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях: як організаційних, так і суспільних. Зацікавленість органів державної влади та місцевого самоврядування в застосуванні оцінки практик корпоративної соціальної відповідальності проявляється в тому, що вони мають можливість отримувати об'єктивну інформацію про суспільні відносини у відповідних сферах на всіх рівнях; виявляти латентні форми соціальної напруженості в національній економіці та своєчасно вживати заходи для її подолання; постійно проводити вивчення, аналіз ефективності діяльності органів державної влади на різних рівнях.

Соціологічна оцінка стану корпоративної соціальної відповідальності може ґрунтуватись на вивченні думки основних стейкхолдерів компанії стосовно практик корпоративної соціальної відповідальності, наприклад, за індикаторами інвестування в розвиток персоналу, охорони навколишнього середовища, випуску якісної продукції (послуги), соціального розвитку місцевого товариства тощо.

Необхідність соціологічного дослідження сучасних практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні постає все більш актуальним напрямком, оскільки з кожним роком це явище ускладнює свою структуру та соціальні ефекти. Отже, зараз перед соціологами постає нагальне питання в розробці методології та індикаторів вивчення й оцінки стану КСВ для формування належного зворотного зв'язку між бізнесом і суспільством та між бізнесом і державою.

УДК 005.35.330.342

Матукова Г. І.,
д-р пед. наук, проф.,
зав. каф. менеджменту і публічного адміністрування,
Орлова М. В.,
студентка спец. «Менеджмент»,
Криворізький економічний інститут,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ ТА ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ