

3. Структурні зміни та економічний розвиток України: моногр. / В.М. Геєць, Л.В. Шинкарук, Т.І. Артёмова та ін. / Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К., 2011. – 696 с.

4. Яковенко О. Визначення базових категорій соціальної відповідальності / О.Яковенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 6.-24с.

УДК 330.341

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

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Для розвитку цивілізованих суспільних відносин важливим є формування паритету інтересів бізнесу, держави та суспільства. Важливим інструментарієм побудови партнерських відносин у вирішенні нагальних питань слугує механізм соціальної відповідальності.

Вивченням інструментів взаємоузгодження суспільних інтересів у різних секторах і сферах економіки займаються вчені: Д. Баюра, О. Грішнова, А. Колот, Н. Супрун, О. Петроє [1]. Аналіз літературних джерел свідчить, що на сучасному етапі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) набуває значного поширення, майже у кожній великій компанії є діюча стратегія ведення соціально відповідального бізнесу. Поняття соціальної відповідальності охоплює низку важливих питань. Невирішеним залишається пошук та досягнення оптимального балансу між корпоративними, громадськими та державними інтересами.

Світовий досвід сформував наступні критерії, відповідність яким дозволяє визначити окрему організацію як соціально відповідальну: добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного законодавств; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм підвищення фаховості, морального стимулювання, охорони та зміцнення здоров'я співробітників; реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

КСВ займає важливе місце в сучасній стратегії американських і європейських корпорацій (тільки в США та ЄС інвестиції в КСВ досягають \$2 трлн.) [2], але соціальна відповідальність поки не стала поширеним явищем в Україні.

Для розуміння важливості соціальної відповідальності бізнесу в Україні вже є певні напрацювання, відомі приклади, в Західній Україні поширена допомога підприємців з відбудови українських церков; на Сході, в металургійних областях, великі підприємства все більше турбуються про своїх працівників, забезпечуючи їхній соціальний захист. Однак соціальний розвиток українських регіонів ще далекий від досконалості, і роль бізнесу тут не повинна обмежуватися лише тимчасовими благодійними заходами чи одиничними добродійними проектами.

Соціальна відповідальність – це принцип, який повинен полягати в основі бізнесу для забезпечення благополуччя суспільства, а не тільки для максимізації прибутків. За даними дослідження LvBS українські компанії загалом вирізняються високим рівнем соціальної відповідальності: 90% успішних компаній реалізують соціальні проекти. Але, на жаль, метою такої діяльності часто є промоакція самої компанії (56% проектів), а не системне вирішення соціальної проблеми [3]. Майже третина українських компаній ігнорує соціальну відповідальність. Для більшості з них програми з соціальної відповідальності неактуальні через брак коштів, а кожна десята вітчизняна структура вважає, що це функція держави, а не бізнесу.

Причинами такої ситуації є: загальний низький рівень підприємництва в країні, відсутність політики підтримки малого і середньому бізнесу, недосконала система податків для представників бізнесу. відсутність розробленої стратегії розвитку соціальної відповідальності в країні. Сьогодні, соціальна відповідальність обмежується тільки несистемними заходами у сфері – охорони здоров'я, одиничними акціями у сферах екології та освіти, привалює у суспільстві негативне ставлення до бізнесу як історичної спадщини комунізму, що формує ставлення до ціни, вартості, бізнесу.

Незважаючи на ряд проблем, СВБ розвивається приносячи користь суспільству: український бізнес підвищує свою енергоефективність, створює належні умови для роботи висококваліфікованих спеціалістів, нові робочі місця, займається працевлаштуванням неповнолітніх, частково усуває негативні зовнішні ефекти своєї діяльності та компенсує розвиток соціально важливих сфер життя суспільства, тим самим сприяє розвитку малого бізнесу. У такому ключі повинна будуватися взаємодія бізнесу та держави для створення належних умов ведення підприємництва, збільшення соціальних інвестицій та надання капіталовкладень для приваблення ефективних менеджерів, які здатні реалізувати нові проекти у непростому українському середовищі. Такий підхід дозволить інтегрувати в управлінські рішення передовий досвід поєднання приватних та суспільних інтересів на шляху підвищення конкурентоспроможності.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу знаходиться на шляху розвитку та потребує підтримки держави через створення умов для більш легкого ведення підприємництва та надання інвестицій. Високий рівень корпоративної соціальної відповідальності може позитивно позначитися на їх іміджу компаній та їх конкурентоспроможності. Але ці процеси потребують

активної підтримки з боку держави, яка повинна визначити основні принципи та стимули КСВ для підприємницьких формувань.

Література

1. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу: 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. Крепак Д. С. Працювати на суспільство: що таке корпоративна соціальна відповідальність бізнесу – журнал «Forbes Україна» - 2016 р. – режим доступу: <http://forbes.net.ua>
3. Дослідження Львівської бізнес-школи (LvBS) Українського Католицького Університету – режим доступу: www.lvbs.com.ua

УДК 331.32

Олійник О.О.,
канд.екон.наук, доцент,
Національний університет водного господарства та
природокористування

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАЛАНСУ МІЖ РОБОТОЮ ТА ОСОБИСТИМ ЖИТТЯМ

Вперше категорію «баланс між роботою та сім'єю» було використано у 70-х роках ХХ століття для опису балансу між особистим життям і роботою. У ті роки роботодавці вважали дану концепцію, в основному, як перевагу, що надавалась працюючим матерям, які «боролись» із вимогами своєї роботи і вихованням дітей. Першою компанією із структурованою програмою рівноваги між сім'єю і роботою стала компанія Kellogg, яка ще у 1930 році запровадила чотири зміни по 6 годин замість традиційних трьох змін по 8 годин. Ці зміни призвели не лише до покращення корпоративної атмосфери, але й до підвищення ефективності і продуктивності [1].

В сьогоденні динамічних умовах життєдіяльності суспільства ця проблематика набуває особливої актуальності та стає важливим атрибутом соціально-трудових відносин. За результатами дослідження, в якому брали участь 164 000 респондентів з 28 країн, баланс між роботою та особистим життям сьогодні займає одну з лідируючих позицій в списку вимог, що ставлять претенденти до роботи. 69% працівників у всьому світі виокремлюють таку рівновагу не тільки як запоруку привабливості підприємства як роботодавця, а й як фактор, що впливає на вибір місця роботи [2].