

**А. І. Кушнір,**  
аспірантка кафедри політекономії  
обліково-економічних факультетів  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **ВІТЧИЗНЯНИЙ ВЕЛИКИЙ БІЗНЕС ЯК ОСНОВА ПОШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**АНОТАЦІЯ.** У статті проаналізовано суть і напрямки впровадження соціально-відповідального бізнесу. Проведено аналіз впливу вітчизняних бізнес-груп на поширення та впровадження принципів соціально-відповідальної поведінки. Визначено основні напрямки та фактори розвитку даного виду діяльності у вітчизняних умовах, та їх позитивний вплив на державу та суспільство.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** великий бізнес, бізнес-групи, соціальна відповідальність, суспільство, напрями, принципи.

**АННОТАЦИЯ.** В статье проанализированы суть и направления внедрения социально-ответственного бизнеса. Проведен анализ влияния отечественных бизнес-групп на распространение и внедрение принципов социально-ответственного поведения. Определены основные направления и факторы развития данного вида деятельности в отечественных условиях, и их положительное влияние на государство и общество.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** крупный бизнес, бизнес-группы, социальная ответственность, общество, направления, принципы.

**ANNOTATION.** The article analyzes the nature and directions of implementing socially responsible business. The analysis of the impact of domestic business groups to disseminate and implement the principles of socially responsible behavior. The main trends and factors of this type of activity in the domestic environment, and their positive impact on the state and society.

**KEY WORDS:** big business, business groups, social responsibility, society, trends, principles.

**Постановка проблеми.** Великий бізнес є частиною економічної системи майже всіх країн світу, основною формою організації діяльності якого є бізнес-групи. Метою діяльності будь-якої бізнес-групи є отримання прибутку. Але разом з цим великий бізнес відіграє важливий вплив на всі сфери життя людства. Питання взаємодії координації інтересів бізнесу і суспільства, в рамках якого цей бізнес функціонує, і є основою нашого аналізу.

Саме бізнес-групи одні із перших стали втілювати в життя напрями соціально-відповідального бізнесу. В сучасних умовах гло-

балізації світу орієнтація вітчизняних бізнес-груп на концепцію соціально-відповідального бізнесу має забезпечити створення цінностей для споживачів, держави, партнерів і суспільства України в цілому. Але переважно лише великій бізнесу впроваджує в життя соціальну відповідальність, українські підприємства середнього та малого бізнесу поки що не мають чіткого розуміння важливості впровадження такої діяльності та недостатньо поінформовані про переваги, які можна отримати від її використання.

Отже, актуальність визначення місця великого бізнесу України в поширенні та впровадженні принципів соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві безсумнівна.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Найбільший вклад у дослідження даної проблематики зробили вчені: П. Друкер, Р. Фрімен, Г. Саймон, В. Томпсон, М. Мескон, А. Керолл та ін. Даним питанням в Україні займається не багато науковців, але є вчені, котрі досліджують окремі напрями проблематики: І. Акімова, Н. Водницька, Ю. Саєнко, А. Колот, В. Бурєга, М. Мурашко. Питанням розробки механізму управління соціально-відповідальною діяльністю присвячені роботи Л. Грициної, М. Стародубської, О. Лазаренко, Ф. Евдокимова, О. Степанової. Дослідженням проблем відносин бізнесу із зацікавленими сторонами займалися Ю. Благов, Р. Краплич, А. Каптерєв, Н. Калінкіна, Н. Піроженко, В. Мартиненко, С. Литовченко.

**Мета статті.** Теоретичне обґрунтування позитивного впливу великого бізнесу України, в прояві бізнес-груп, на впровадження принципів соціально-відповідального бізнесу.

Відповідно до поставленої мети було визначено такі основні завдання:

— розглянути суть феномену соціально — відповідального бізнесу;

— узагальнити існуючі напрями соціально-відповідального бізнесу;

— визначити провідні бізнес-групи України, за критерієм впровадження основ соціальної відповідальності в своїй діяльності;

— визначити причини зростання значення соціальної відповідальності в великому бізнесі на сучасному етапі та обмежувальні фактори розвитку в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поняття «соціальна відповідальність бізнесу» трактується по-різному, і не лише в межах вітчизняної економіки, але й у міжнародному просторі.

Ще й до сьогодні дискусії не оминають дане питання. За Міжнародним Стандартом ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» прийнятий 28 жовтня 2010 року соціально відповідальний бізнес — відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації і реалізується нею в практиці взаємовідносин [5].

Українські підприємства вважають, що головними завданнями СВБ, яких вони мають дотримуватись, це сплата податків, зменшення негативного впливу на зовнішнє середовище, виконання законів та інших законодавчих проектів, що регулюють їх діяльність. І в основному, лише бізнес-групи, яким притаманні риси міжнародності, які активно діють у процесі глобалізації, впроваджують ряд інших напрямів соціальної відповідальності, таких як благодійність, меценатство, створення аналітичних і наукових бізнес центрів.

Більшість учених єдині у тому, що діяльність соціально-відповідальних компаній повинна бути зосереджена за такими напрямками:

1) підвищення динаміки інноваційного розвитку — сприяння формуванню наукових центрів, як у масштабах корпорацій, так і в масштабах країни;

2) відповідальне корпоративне управління, яке включає добросовісну та вчасну сплату податків, виконання вимог законодавства на всіх рівнях;

3) співпраця з групами впливу, формування взаємовигідних і доброзичливих відносин з місцевими співтовариствами і сприяння їх розвитку, підтримка будь-яких ініціатив в цьому напрямку;

4) розвиток людського капіталу, надання місцевій молоді і власному трудовому колективу широких можливостей для навчання і підвищення кваліфікації відповідно до вимог світового ринку і національної економіки;

5) гідна праця і соціальний діалог реалізуються через корпоративні програми з охорони та зміцнення здоров'я співробітників, програми морального стимулювання персоналу;

6) реалізація та участь у благодійних і спонсорських проектах [1; 2; 12].

У цілому основними напрямками вітчизняного соціально відповідального бізнесу має бути добровільне зобов'язання бізнес-

груп проводити таку політику, приймати ті рішення, розвивати ті напрямки діяльності, які є бажаними з точки зору цілей і цінностей суспільства України.

Сьогодні великий бізнес України, котрий проводить політику соціальної відповідальності, представлений основними 5 бізнес-групами [5; 9]:

Група «Приват». До сфери інтересів групи входять фінанси, металургія, коксохімія, нафтобізнес. Кількість підприємств, що входять до складу групи, становить 1089. Саме за фінансової підтримки групи «Приват» був створений і функціонує аналітично-науковий «Центр досліджень корпоративних відносин» — метою якого є вивчення роботи об'єднань громадян України, створених для реалізації своїх законних політичних, соціальних, фінансово-економічних та інших спільних інтересів, що підпадають під визначення корпоративних [4].

Благодійний фонд групи «Допомагати просто!» реалізується в програмах:

— «Дитинство для всіх», яка стартувала 2 квітня 2012 року. Основна місія програми допомоги зібрати кошти на закупку обладнання для лікування онкохворих дітей. У рамках проекту фонд забезпечує повний супровід програми — від організації збору коштів до установки і підключення обладнання в лікарнях.

— «Допомога релігійним організаціям» — допомагає зібрати кошти та направити їх на відновлення та побудову святинь. У рамках програми вже відбувається побудова Свято-Воскресенського кафедрального собору.

— «Єкстренні події» — участь і допомога при різних стихійних катастрофах, благодійних акціях. У рамках програми була надана допомога на такі цілі, як: допомога ветеранам на честь «Дня перемоги», допомога ВІЛ-інфікованим людям, відновлення дитячих майданчиків, допомога сім'ям загинувшим шахтарів і ряд ін. [7].

Приватне акціонерне товариство «Систем Кепітал Менеджмент», котре володіє контрольними пакетами акцій більше 800 підприємств, що працюють у гірничо-металургійній, енергетичній, телекомунікаційній галузях, у банківському, страховому, медіа-бізнесі, у роздрібній торгівлі, у сфері нерухомості й інших галузях економіки.

Компанія «СКМ» — одна з перших українських компаній публічно задекларувала взяття на себе зобов'язань щодо соціальної відповідальності бізнесу. На сайті компанії у 2005 р. було розміщено документ про «Корпоративну соціальну відповідальність».

«СКМ» зацікавлена в тому, підкреслюється в цьому документі, щоб в українських бізнесових колах зростало розуміння важливості соціального аспекту сталого розвитку водночас з екологічним і економічним аспектами.

Фонд «Розвиток України», який був створений групою компаній «СКМ» у рамках реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності. Основні програми фонду:

«Дискусійний клуб» — є платформою для конструктивного діалогу між ринком праці та сферою освіти. Основна мета такого діалогу — пошук шляхів підвищення практичної цінності знань і навичок випускників українських вищих навчальних закладів із погляду реального сектора економіки.

«Журналістика цифрового майбутнього». Мета — навчання журналістів, готових долучитися до цифрової культури та розвивати свої редакції згідно зі світовими тенденціями в ЗМІ.

«Телемедицина». Ініціатива здійснюється у межах проекту «Рак виліковний. Своєчасна діагностика і лікування онкологічних захворювань». Проект передбачає об'єднання наявних ініціатив у галузі телемедицини з боку Міністерства охорони здоров'я України, Національної академії медичних наук України, компанії «МТС Україна», Благодійного фонду «Розвиток України» й енергетичної компанії ДТЕК. Метою проекту є підвищення доступності високоспеціалізованої медичної допомоги для жителів обласних центрів і жителів віддалених населених пунктів України за допомогою телекомунікаційних технологій.

«Адресна допомога» — передбачає надання фінансової допомоги людям, які її потребують й опинилися у важкій життєвій ситуації.

«Програма соціального партнерства» — розробка і впровадження локальних стратегій розвитку бізнес-середовища та соціальної сфери. Також передбачено реалізацію проектів, які не потребують масштабних інвестицій, але вирішують важливі для регіонів присутності проблеми, що стосуються соціальної інфраструктури, охорони здоров'я, освіти, екології, енергоефективності, спорту і культури.

У 2011 у проекти соціального партнерства «СКМ» інвестувала приблизно 100 млн грн. Основна частка проектів припала на найбільші галузеві холдинги групи «СКМ» — «Метінвест» і «ДТЕК», які реалізували приблизно 300 проектів у межах «Програми соціального партнерства» із загальним обсягом інвестицій 69,28 і 25,34 млн грн відповідно. У 2012—2014 рр. на програми соціального партнерства заплановано виділити понад 480 млн грн [3].

Група «Індустріальний союз Донбасу». Основу корпорації становлять підприємства чорної металургії і важкого машинобудування. До складу входить більше 400 підприємств [6].

Щорічно корпорація виділяє десятки мільйонів гривень на програми благодійності, територіального розвитку, освіти, медицини та спорту. Основні напрями соціальної відповідальності групи «ІСД» це захист природного середовища; благодійність і спонсорство; членство в міжнародних організаціях і місцевих організаціях.

«ІСД» також активно підтримує інші міжнародні ініціативи, серед яких «Глобальний Договір ООН» і «Глобальна бізнес-коаліція проти ВІЧ/СНІДа, туберкулеза і малярії». Корпорація являється лідером в області технічного переозброєння металургійних комбінатів. Загальний об'єм інвестицій з 2005-2011 рр. складає 2,7 млрд дол.

Також «ІСД» велику увагу приділяє спорту, створений СК «ІСД» і ФК «Металург» [8].

Науково-виробничо-інвестиційна група «Інтерпайп». Група зосереджена на сталеливарній промисловості, хоча і опосередковано контролює активи в різних сферах промисловості, послуг та інформації. Фонд Віктора Пінчука, котрий представлений бізнес-групою «Інтерпайп», — це незалежний приватний міжнародний благодійний фонд, що базується в Україні. На сьогодні Фонд оперує більш ніж 20 проектами в різних галузях суспільного життя, включаючи охорону здоров'я, освіту, мистецтво, розвиток громадянського суспільства і філантропії та глобальну інтеграцію. Фонд є членом Європейського Центру фондів і Українського форуму грантодавців.

Соціальна відповідальність представлена програмами: «Охорона здоров'я та безпека праці», «Екологічні стандарти», «Інвестиції в наших співробітників» [10].

Приватна міжнародна компанія «Group DF». Інтереси та активи якої зосереджені в таких галузях, як енергетика, хімічна промисловість, нерухомість і енергетична інфраструктура [11].

Особисто сам Фірташ Д.В., котрий є Головою Ради Директорів групи, очолює також і федерацію роботодавців України (ФРУ) — представляє їх інтереси в економічних та соціально-трудових відносинах з владою та профспілками на національному рівні. Основою соціальної відповідальності групи Фірташа є благодійність та меценатство. В основному це особисті прояви лідера групи Дмитра Фірташа, так як фонд у його групі поки що створений. Прояви активно висвітлює ЗМІ, це і допомога в розмі-

рі 9 млн грн обласній лікарні в Черкасах, закупівля обладнання та медикаментів для лікарні Заліщиків, благодійна допомога для розвитку програми з україністики в Кембріджі, під час якої студенти матимуть змогу вивчити українську мову, ознайомитися з літературою, історією та культурою України та ряд ін. [13].

Основні передумовами впровадження та розвитку соціальної відповідальності великими підприємствами передовсім пов'язані з процесом глобалізації та загострення конкуренції в міжнародних масштабах. Ряд інших це такі як зростаючі розміри і вплив компаній; конкуренція компаній за персонал; зростання цивільного активізму; зростаюча роль нематеріальних активів (наприклад, репутації, іміджу, брендів).

Фактори, що обмежують розвиток соціальної відповідальності в Україні, такі [5; 12]:

- відсутність інституційної підтримки, Україна не має ані урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики соціальної відповідальності, ані розвиненої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати діяльність із соціальної відповідальності;

- відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проектів і програм;

- порушення існуючих норм і вимог законодавства, обмеження та невизначеність розмірів і способів допомоги нужденним;

- відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм і системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу;

- важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють компанії уходити в тінь, це не дає їм змоги показувати реальні прибутки та витратити частину цих прибутків на діяльність із соціальної відповідальності;

- необізнаність у даному питанню та небажання деяких керівників бізнесу слідувати принципам соціальної відповідальності.

**Висновки з проведеного дослідження.** Соціальна відповідальність бізнесу в Україні перебуває в стадії становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, бізнес-групи, котрим притаманні риси міжнародності, які переносять досвід іноземних підприємств на українське підгрунття. Саме вітчизняні бізнес-лідери, такі як група «Приват», «СКМ», «ІСД», «Інтерпайп» і «Group DF», і є одними з основних носіїв принципів соціальної відповідальності. Їхні програми благодійності та меценатства допомагають поширювати та ознайомлювати суспільство, а разом з тим середній і малий бізнес, з напрямками соціальної відповідальності.

Однак зазначений процес потребує певної координації та стимулювання, а відтак активної участі в ньому держави, яка повинна визначити соціальну відповідальність бізнесу як бажану поведінку для усіх форм бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів.

Підтримка держави необхідна і для підкреслення важливості етичної соціально відповідальної поведінки компаній, і для просування кращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення.

Але, незважаючи на численні перешкоди, основні принципи соціально-відповідального бізнесу таки впроваджуються, і саме великий бізнес є тим самим позитивним поширювачем принципів і напрямів соціальної відповідальності.

### **Література**

1. Искусство возможного (Круглый стол: «Социальная ответственность бизнеса. Проблемы и решения») [Электронный ресурс] / Вахитов Р. — Режим доступа до статті : <http://www.sob.ane.ru/p5.htm>.
2. Социальная ответственность как инструмент взаимодействия бизнеса и общества [Электронный ресурс]. — Режим доступа до статті [http://www.socrekлама.ru/sr\\_article.php?arti\\_id=165](http://www.socrekлама.ru/sr_article.php?arti_id=165).
3. Група СКМ: офіційний веб-сайт // <http://www.sustainability.scm.com.ua>
4. Загальна інформація КБ «ПриватБанк». [Электронный ресурс]. — Доступний з [http://privatbank.ua/html/2\\_1u.html](http://privatbank.ua/html/2_1u.html).
5. *Котлер Ф., Лі Н.* Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/ Пер. з англ. С. Яринич. — К.: Стандарт, 2005. — 302 с.
6. Про корпорацію «ІСД». [Электронный ресурс]. — Доступний з <http://www.isd.com.ua/ua/company/>
7. Соціальна відповідальність КБ «ПриватБанк». [Электронный ресурс]. — Доступний з [http://privatbank.ua/html/11\\_1\\_1\\_1\\_35u.html](http://privatbank.ua/html/11_1_1_1_35u.html).
8. Соціальна відповідальність корпорації «ІСД». [Электронный ресурс]. — Доступний з <http://www.isd.com.ua/ua/social-responsibility/>
9. Фактори формування соціальної відповідальності бізнесу [Электронный ресурс]/ М. В. Фурса, П. С. Яницький. — Режим доступа до статті : [http://www.corporatecitizen.org.ua/pub\\_1.htm](http://www.corporatecitizen.org.ua/pub_1.htm).
10. Соціальна відповідальність компанія «Інтерпайп». [Электронный ресурс]. — Доступний з <http://www.interpipe.biz/ru/company/respons/social/>



11. Стратегія приватної міжнародної групи компаній «Group DF» . [Електронний ресурс]. — Доступний з <http://www.groupdf.com/AboutGDFRussian.asp>

12. Фактори формування соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]/ М. В. Фурса, П. С. Яницький. — Режим доступу до статті : [http://www.corporatecitizen.org.ua/pub\\_1.htm](http://www.corporatecitizen.org.ua/pub_1.htm).

13. *Шацьких К.* Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку українського бізнесу // Маркетинг в Україні. — 2010. — № 5. — С. 55—58.

Стаття надійшла до редакції 02.04.2012