

Іван ЗУБАР,

канд. екон. наук, старший викладач кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

ORCID 0000-0002-5112-421X

ivan.zubar@vspu.edu.ua

Юлія МУРАТОВА,

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
освітня програма «Адміністративний менеджмент»

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

ORCID 0009-0006-6106-9724

muratova.yuliia@vspu.edu.ua

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У БІЗНЕСІ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Актуальність. У сучасних умовах глобалізації та зростання усвідомлення екологічних і соціальних викликів, соціальна відповідальність бізнесу набуває нового змісту. Вона більше не сприймається лише як етичне зобов'язання, а трансформується у стратегічний чинник сталого економічного розвитку. Інтеграція принципів корпоративної соціальної відповідальності в систему стратегічного менеджменту підприємств розглядається як детермінанта забезпечення їх довгострокової конкурентоспроможності, стабільності та репутаційної надійності. У цьому контексті актуальним є глибоке наукове вивчення механізмів впливу соціальної відповідальності на економічне зростання, з особливою увагою до екологічної й соціальної стійкості, аналізу макроекономічних індикаторів та визначення ефективних моделей її впровадження для досягнення цілей сталого розвитку.

Результати дослідження. Важливе значення в цьому напрямі мають Керівні принципи ООН з питань бізнесу і прав людини (UNGP), ухвалені у 2011 році, які стали загальновизнаним міжнародним стандартом відповідальної корпоративної поведінки. Ці принципи зобов'язують як державні, так і комерційні структури виявляти, запобігати, мінімізувати та усувати як реальні, так і потенційні порушення прав людини, що виникають у процесі господарської діяльності. Крім того, UNGP слугують не лише етичним орієнтиром, але й практичним інструментом сприяння досягненню Цілей сталого розвитку та реалізації положень Порядку денного ООН до 2030 року [5].

Концепція сталого розвитку, як відомо – базується на положенні, що людство має

задовольняти потреби, не ставлячи під загрозу можливості майбутніх поколінь реалізовувати свої [3]. Інакше кажучи, вона передбачає формування соціально відповідальної моделі розвитку, в основі якої – досягнення збалансованості між економічними інтересами, соціальними пріоритетами та вимогами екологічної безпеки.

Відповідно до підходу, який пропонує Бела О. О., соціальна відповідальність бізнесу передбачає створення належних умов праці для працівників, гідне матеріальне забезпечення, своєчасну сплату податків, забезпечення якості товарів і послуг, а також участь у благодійній діяльності. Таким чином, поряд з виконанням економічної функції, бізнес має виконувати і суспільно-корисну роль [1]. Це означає, що діяльність підприємства повинна бути спрямована на виробництво продукції та надання послуг, які відповідають потребам споживачів і водночас сприяють задоволенню суспільних інтересів. Слушною у даному дослідженні вбачаємо думку Петруненка Я. В. [5], котрий у своїх наукових працях акцентував увагу на дуальності трактування соціальної відповідальності бізнесу. З одного боку, вона може розглядатися як добровільна ініціатива або акт доброї волі з боку керівництва компанії. З іншого боку – як об'єктивна необхідність, зумовлена сучасним етапом розвитку взаємодії між бізнесом і суспільством, яка передбачає активну участь підприємств у досягненні цілей сталого розвитку. У цьому контексті соціальна відповідальність бізнесу може бути визначена як свідома, проактивна діяльність підприємства, що виходить за межі традиційної функції отримання прибутку та спрямована на задоволення пріоритетних суспільних потреб, зокрема тих, що пов'язані з вирішенням глобальних соціальних викликів.

Розвиток концепції сталого розвитку та поширення ідеї про необхідність переосмислення споживацьких моделей поведінки в економіці зумовили зміни в парадигмі підприємництва, де соціальна відповідальність і соціальний менеджмент дедалі більше інтегруються у філософію бізнесу. Хоча корпоративна соціальна відповідальність і сталий розвиток не є тотожними поняттями, вони мають тісний взаємозв'язок, оскільки ґрунтуються на спільних принципах: добровільності, орієнтації на соціальні, економічні та екологічні результати, а також врахуванні інтересів зацікавлених сторін.

З часом спроби систематизувати підходи до досягнення «сталості» та «соціальної відповідальності» призвели до формування концепції ESG (Environmental, Social, and Governance), яка включає екологічні, соціальні та управлінські аспекти діяльності компаній. ESG-підхід дозволяє оцінювати не лише економічні результати, а й вплив компанії на довкілля, суспільство та внутрішні механізми управління. Відтак, обґрунтованою є позиція вітчизняних науковців, які вважають, що успішна діяльність

підприємств має базуватися на дотриманні принципів сталого розвитку, реалізації Цілей сталого розвитку і відповідальному ставленні до стейкхолдерів [3].

Варто зазначити, що в Україні практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності як складової менеджменту почала формуватися ще до початку повномасштабної війни. Згідно з даними Бела О. О., близько 80% українських компаній, переважно великого бізнесу, вже на той момент активно впроваджували принципи соціальної відповідальності [1]. У європейських країнах цей показник ще вищий – 90–95% компаній інтегрують соціальну відповідальність у свою діяльність, вбачаючи в цьому не лише моральний обов'язок, а й необхідний інструмент забезпечення сталого розвитку, збереження робочих місць, підвищення якості продукції та виконання фіскальних зобов'язань.

У контексті вдосконалення вітчизняної практики важливо звернути увагу на феномен соціального підприємництва, який відрізняється від традиційної корпоративної соціальної відповідальності тим, що соціальна місія закладається в основу діяльності ще на етапі створення підприємства. Кожне соціальне підприємство у своїх установчих документах чітко визначає конкретну соціальну проблему, на вирішення якої буде спрямована його діяльність, а також зазначає частку доходу, яка систематично реінвестує для досягнення цієї мети. Згідно з позицією Нечепуренко М. О., соціальне підприємництво становить собою «радикальну трансформацію бізнес-моделі традиційного соціально відповідального бізнесу» [4], оскільки, на відміну від останнього, що реалізує соціальні ініціативи на добровільних засадах, соціальне підприємство формує всю свою операційну діяльність навколо досягнення чітко визначеної соціальної мети. Більшість соціальних підприємств орієнтуються на вирішення проблем працевлаштування представників соціально вразливих груп, спрямування інвестицій у соціальну сферу, підтримку молоді та усунення соціальної нерівності. Окремий вектор розвитку соціального підприємництва становить забезпечення продовольчої безпеки для вразливих категорій населення, зокрема жителів територіальних громад, які перебувають у зоні бойових дій. У цьому контексті йдеться про забезпечення таких територій продуктами тривалого зберігання, формування інфраструктури для зберігання продовольчих резервів з метою покриття стратегічних потреб держави, а також створення умов для продовольчої самозабезпеченості на рівні громад і домогосподарств [2].

Висновки. Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу в умовах сучасних викликів набуває рис об'єктивної необхідності, тісно пов'язаної з реалізацією принципів сталого розвитку. Її інтеграція в систему стратегічного управління сприяє підвищенню

конкурентоспроможності підприємств, зміцненню їхньої репутаційної стабільності та довгострокової ефективності. У цьому контексті концепція ESG, яка охоплює екологічні, соціальні та управлінські аспекти, постає як ефективний інструмент оцінки не лише економічної результативності, а й загального впливу компанії на навколишнє середовище та суспільство. Вона створює підґрунтя для узгодження корпоративних інтересів з глобальними викликами та очікуваннями суспільства. У свою чергу, соціальне підприємництво є прикладом практичної імплементації соціальної відповідальності в бізнесі, демонструючи високий потенціал для розвитку в Україні, особливо в сфері підтримки соціально вразливих груп та забезпечення продовольчої безпеки, що відповідає міжнародним тенденціям сталого та відповідального ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Бела О.О. Соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу: особливості, мотивація, актуальність для вітчизняного бізнесу. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. № 87. С. 242-253. <https://doi.org/10.18664/btie.87.322759>
2. Зубар І.В., Онищук Ю.В. Стратегія продовольчої безпеки в умовах війни. *Публічне управління та митне адміністрування*, № 2 (37), 2023. С. 78–82. <https://doi.org/10.32782/2310-9653-2023-2.10>
3. Зубкова А.Б., Макаренко А.Б., Місюня Р.М., Майгурова Д.С., Водяхіна М.О., Ігнатова А.А. Вибір між сталим розвитком та корпоративною соціальною відповідальністю у міжнародному бізнесі. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. № 3-4. С. 81-93. DOI:10.32680/2409-9260-2022-3-4-292-293-81-93.
4. Нечепуренко М.О. Соціальне підприємництво як форма соціальної відповідальності малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. № 2. С. 22-29. <https://doi.org/10.33271/ebdut/82.022>
5. Петруненко Я.В. Шляхи стимулювання бізнесу до соціально відповідальної поведінки та поваги до прав людини у сфері економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2024. Вип. 83. Т. 1. С. 340-345. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.83.1.51>