

2. Міністерство економіки України : офіційний сайт. URL: <https://www.me.gov.ua>
3. Щомісячне опитування підприємств : Український бізнес під час війни. Вип. 5, вересень 2022 р. / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/institute/news?pid=7008>

УДК 330.8:379.8

Стойко Ігор

кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри управління інноваційною діяльністю і сферою послуг
Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Долубовська Ольга
магістр

Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Stoyko Igor

Docent, Associate Professor of Innovation Management and Services
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Dolubovska Olha
Master

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ І ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN UKRAINE IN THE WAR AND POST-WAR PERIOD

«Справжній мир – це не просто відсутність війни, а наявність справедливості»
Лаура Джейн Адамс, лауреатка Нобелівської премії миру

В останні роки в Україні спостерігається зростаючий інтерес до принципів соціальної відповідальності підприємств, активізація яких набула актуальності з початком воєнної агресії Росії проти України, які в основному характеризуються волонтерською діяльністю, і повинні стати визначальними для бізнесу у післявоєнний час і з вступом України до Європейського Союзу. В той же час у всьому світі вже декілька десятиліть розвивалась концепція соціальної відповідальності і корпоративної соціальної відповідальності. Український бізнес не часто у своїй діяльності користуються принципами соціальної відповідальності, найчастіше аргументуючи таку позицію фінансовою неспроможністю, вітчизняні підприємства мало пропагують її, адже рівень ознайомленості з цією тематикою є недостатнім для усвідомлення важливості цього питання для бізнесу.

Принцип соціальної відповідальності або точніше концепція соціальної відповідальності в контексті будь-якого бізнесу означає, що фірма/компанія/підприємство/організація функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що бізнес повинен поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Тобто соціально-відповідальна бізнесова структура не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

Світова спільнота обґрунтувала принципи соціальної відповідальності у Глобальному договорі ООН і Міжнародних стандартах SA 8000 і ISO 26000.

Глобальний договір ООН (2000) – найбільша у світі ініціатива, створена для просування принципів корпоративної, соціальної та екологічної відповідальності серед бізнесу. До неї вже приєдналося понад 12765 компаній з 163 країн світу, у тому числі 64 українських компанії (станом на 2021).

У Глобальному договорі встановлено Десять принципів соціальної відповідальності:

Принципи прав людини

- Принцип 1: Комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні.
- Принцип 2: Комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини.

Принципи праці

- Принцип 3: Комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні переговори.
- Принцип 4: Комерційні компанії повинні сприяти викоріненню примусової або обов'язкової праці.
- Принцип 5: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дитячої праці.
- Принцип 6: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дискримінації стосовно зайнятості та працевлаштування.

Екологічні принципи

- Принцип 7: Комерційні компанії повинні дотримуватися обережних підходів до екологічних проблем.
- Принцип 8: Комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.
- Принцип 9: Комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Антикорупційний принцип

- Принцип 10: Комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирництво.

Міжнародний стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», який опублікований у 1997 році (переглянутий – у 2001 році), встановлює вимоги до соціального захисту: дитячої праці; примусової праці; охорони праці; свободи об'єднань і права на укладання колективного договору; дискримінації; дисциплінарних заходів; робочого часу; заробітної плати; системи управління.

Стандарт SA 8000 спрямований на забезпечення привабливості умов наймання для співробітників, поліпшення умов їхньої праці і життєвого рівня. Компанії, у яких менеджмент здійснюється відповідно до вимог стандарту SA 8000, мають конкурентну перевагу, яка полягає у високій мотивації персоналу, що своєю чергою дає змогу ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей, забезпечуючи постійну рентабельність.

Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності» допомагає організаціям упорядкувати свою діяльність в галузі соціальної відповідальності. Ця настанова дає єдине розуміння соціальної відповідальності і детальну інструкцію для всіх організацій.

У результаті коронавірусної епідемії, яка захопила весь, а особливо агресія Росії зумовили складний період стагнації економіки України. Водночас, курс на євроінтеграцію лишається незмінним. Це актуалізує питання наближення практики діяльності українських підприємств до європейських норм і правил, а також посилює необхідність їх звітування перед суспільством за виконання виробничих програм, розвитку різних сфер і видів діяльності, а також вирішення соціально-етичних проблем національного відродження.

Звітування підприємств про соціальну відповідальність їхньої діяльності зумовлює потребу в переході на нові стандарти звітності відповідно до розроблених рекомендацій, документів і прийнятої в Європі практики звітування.

Нефінансова звітність про соціальну відповідальність бізнесу стає все більш важливою для інвесторів і споживачів, які прагнуть вкласти інвестиції, які не тільки є прибутковими, але й сприяють добробуту суспільства та навколишнього середовища. Хоча критики традиційно стверджують, що основна природа бізнесу не розглядає суспільство як зацікавлену сторону, молоді покоління сприймають соціальну відповідальність і рухають змінами.

Стандартів і керівництв у сфері нефінансової звітності є багато, але все більше підприємств використовують стандарти (*Global Reporting Initiative*). Ключовий документ GRI – «Посібник зі звітності у сфері сталого розвитку» побудовано таким чином, що воно гармонійно поєднується з іншими керівництвами у сфері сталого розвитку і соціальної відповідальності – стандартами SA 8000, ISO 26000 та Глобальним договором ООН [2].

На початок 2021 року звіти про соціальну відповідальність за стандартами GRI опублікували більше 15 тис. компаній. В Україні вже порівняно давно використовують нефінансову звітність соціальної відповідальності компанії Нібулон, Lifecell, Ашан Рітейл Україна, Метінвест, Оболонь, ДП «Антонов» та інші.

Які основні переваги соціальної відповідальності? Принесення користі суспільству та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище є одними з головних переваг соціальної відповідальності. Споживачі все частіше прагнуть купувати товари та послуги від соціально відповідальних компаній, що може позитивно вплинути на їхні прибутки.

Яку користь приносить компаніям соціальна відповідальність? Окрім потенційного збільшення прибутку, компанії, які впроваджують програми соціальної відповідальності, також можуть покращити імідж свого бренду. Програми соціальної відповідальності також можуть мати позитивний вплив на моральний стан працівників.

Висновки. Соціальна відповідальність означає, що окрім максимізації акціонерної вартості, підприємства повинні працювати таким чином, щоб приносити користь суспільству. Соціально відповідальні компанії повинні прийняти політику, яка сприятиме добробуту суспільства та навколишнього середовища, одночасно зменшуючи негативний вплив на них. Компанії можуть діяти відповідально багатьма способами, наприклад, заохочуючи волонтерство, вносячи зміни на користь навколишньому середовищу, дотримуючись етичної практики праці та беручи участь у благодійності. Споживачі більш активно прагнуть купувати товари та послуги в соціально відповідальних компаній, що впливає на їх прибутковість. І хоч критики стверджують, що практика соціальної відповідальності є протилежністю тому, чому існує бізнес, але молодші покоління, такі як бізнесменів беруть на себе соціальну відповідальність і стимулюють зміни на робочому місці та як споживачі.

Перелік використаних джерел:

1. Akhilesh Ganti, Somer Anderson. Social Responsibility in Business: Meaning, Types, Examples, and Criticism. 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp>.
2. О.М. Іваницька. Соціальна відповідальність корпорацій і нефінансова звітність: врахування стандартів GRI в Україні. [Електронний ресурс]. 2016 URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Sotsialna-vidpovidalnist.pdf>.
3. Matt Gavin. 5 examples of corporate social responsibility that were successful. [Електронний ресурс]. 2019. <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-examples>
4. Вікіпедія. Глобальна ініціатива звітності. [Електронний ресурс]. URL: https://uk.upwiki.one/wiki/Global_Reporting_Initiative.

5. КОНЦЕПЦІЯ реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>.

6. Ляшок Я.О. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Випуск 10. 2016. С. 271-274

УДК 658.5

Черній Ігор

аспірант кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Панухник Олена

доктор економічних наук, професор

завідувачка кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Ihor Chernii

Post-graduate student

Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor

Head of the Department of Economics and Finance

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

**ОЦІНКА ГНУЧКОСТІ БІЗНЕСУ В НЕСТАБІЛЬНОМУ
РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ
ASSESSMENT OF BUSINESS FLEXIBILITY IN UNSTABLE
MARKET ENVIRONMENT**

Останні декілька років Україна живе у стані безпрецедентних викликів – пандемія COVID-19, повномасштабна війна у самому центрі Європи. Для виживання за таких умов, треба бути готовим до всього, мати адаптивні властивості, вміти не лише протистояти нападам, а ще й забезпечити надійний тил – підтримувати життєдіяльність національної економіки, яка щоденно знекровлюється війною.

Від початку повномасштабної війни до сьогодні, впродовж дев'яти виснажливих місяців, гнучкість бізнесу перевірялась неодноразово – від прийняття швидких рішень та адекватного реагування на поточні виклики до оптимізації структури й адаптації бізнес-моделі. Усталені, звичні правила мирного часу більше не мають ефективності на ринку, і лише той бізнес, хто зрозумів це одразу, сьогодні продовжує працювати наповнюючи казну держави.

Драйвером кожного успішного бізнесу є інтуїція, дух здорового авантюризму та вміння прораховувати декілька ходів наперед. Умови війни не скасовують потреби в цих якостях. Тож сьогодні підприємцям треба аналізувати ринок та прогнозувати подальший попит на їхні товари чи послуги, при цьому намагатися не знизити рівень співпраці з існуючими клієнтами та шукати шляхи для залучення нових. Слід підтримувати тісний зв'язок з колективом, бути відкритим до їхніх нестандартних запитів, убезпечити працівників від негативних наслідків активних бойових дій та війни загалом [1].