

УДК 316, 334.021

Владимир О. М., Капачь К. М.

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ЧАС ВІЙНИ

Vladymyr O., Kapats K.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN TIMES OF WAR

Розуміння соціальної відповідальності бізнесу у різні часи було різним. Залежно від рівня розвитку бізнес-культури та бізнес-етики, а також від особливостей суспільних трансформацій поняття «корпоративна соціальна відповідальність» може мати дещо різне смислове навантаження.

Скажімо, Мільтон Фрідман як представник традиційного підходу розуміння соціальної відповідальності бізнесу заявляв, що організації повинні служити інтересам своїх власників, а тому єдина соціальна відповідальність бізнесу – це збільшення прибутку для акціонерів шляхом дотримання законодавства.

Згодом, Пітер Друкер, який любив себе ще називати «соціальним екологом», розширює межі соціальної відповідальності та започатковує етичний підхід розуміння соціальної відповідальності бізнесу. На його думку бізнес вважається соціально відповідальним, якщо він має соціальні зобов'язання перед різними стейкхолдерами, а не лише перед власниками та засновниками. Зокрема перед клієнтами, постачальниками, кредиторами, місцевими співтовариствами, профспілками, державними регулятивними органами. Відтак організації повинні врівноважувати свої внутрішні економічні цілі із соціальними, етичними та економічними інтересами стейкхолдерів [1].

Коли бізнес набуває глобального характеру актуальними стають такі питання як економіко-політична стабільність у різних частинах світу, екологізація виробництва, повага та мирне співіснування різних релігій та вірувань, культурних та духовних цінностей, етичних норм та принципів поведінки у різних країнах. Усвідомлюючи це Курт Левін та Едгар Шайн у 1960-1970-х роках минулого століття поклали початок соціально-етичному підходу розуміння соціальної відповідальності бізнесу, згідно з яким організації зобов'язані враховувати та сприяти збалансуванню своїх економічних інтересів, інтересів різних стейкхолдерів, а також глобальних суспільних інтересів.

Однак, як показує час та реалії XXI століття не усі організації, і навіть не усі країни погоджуються з необхідністю дотримання соціально-етичних засад та не усвідомлюють соціальної відповідальності за свої дії перед суспільством та світом загалом. «Середньовічне мислення», економічна поведінка характерна для періоду «дикого капіталізму», маніпулятивне та пропагандистське перекручування фактів історії, категоричне несприйняття з боку влади, олігархату та основної частки населення РФ того, що інші країни мають право на власний державотворчий шлях, на свої економіко-політичні візії, на свою релігію та свою рідну мову призвело до величезної людської трагедії XXI століття – війни в Україні, в країні, яка знаходиться чи не в центрі Європи.

Війна – це час, який скидає з людей «захисні мундири» і показує хто є хто, хто обирає сторону правди, а хто зла та брехні. Більша частина світу згуртувалася довкола допомоги Україні, а бізнес, який відчуває свою соціальну відповідальність – приймає активну участь та виконує непосильну роль для окремих осіб у фінансуванні та вирішенні різних проблем соціального характеру, які у час війни є великомасштабними.

Відтак буквально з другого дня війни у Львові було засновано Норе.UA – український благодійний фонд задля допомоги військовим та людям, які постраждали від війни з Росією. Фонд зібрав групу небайдужих підприємців з різних галузей, які займаються вирішенням поточних проблем, зокрема допомога війську екіпіровкою, бронезжилетами, їжею, одягом. Відправляється гуманітарна допомога по школах, у яких живуть переселенці, у лікарні,

надається допомога родинам загиблих військових. Усі дії координуються з Міноборони, Мінінфраструктури та обласною військовою адміністрацією. Щоб надавати якісну гуманітарну допомогу, медичне та тактичне спорядження, бронежилети і каски Норе.UA співпрацює з офіційними партнерами з понад 15 державами, у тому числі з фондами World Central Kitchen та Spirit of America. Є співпраця з фондом «Я Волноваха» [2]. Окрім цього, співзасновники фонду розробили проєкт соціального житла для вимушених переселенців, а також надають юридичну і психологічну підтримку постраждалим.

Отож Норе.UA розробив концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для бізнесу. Її суть в тому, що певна компанія діє не тільки для досягнення своїх фінансових цілей, але й допомагає суспільству, намагається його покращити та зробити внесок у сталий розвиток. Мета КСВ – заохочувати підприємства працювати етично та більш позитивно впливати на суспільство. Філантропічна соціальна відповідальність виходить за межі лише максимально етичної діяльності та передбачає активне покращення суспільства. Цей тип корпоративної соціальної відповідальності часто асоціюється з пожертвуваннями грошей, але насправді це більш широке поняття – від інвестицій в громаду до участі в місцевих проєктах.

Категорії КСВ, які пропонує Норе.UA: будівництво соціального житла; надання гуманітарної допомоги; медична підтримка; підтримка сімей, постраждалих від війни.

До програми корпоративної соціальної відповідальності вже долучилися: ювелірний бренд Sova, логістична компанія «Нова пошта», будівельна компанія «Сіті Град», ресторан Savor, готель Taurus, ресторан Faber, мережа автохабів Lion, інвестиційно-будівельна компанія Stone Development та рекламна агенція Leo Marketing agency [3].

Механізм співпраці по корпоративній соціальній відповідальності:

- підписання договору про співпрацю на місячну фіксовану роботу;
- щомісячне звітування благодійного фонду про виконану роботу по всіх напрямках, звіт розміщується на ресурсах компанії;
- публікація благодійним фондом Норе.UA на своїх ресурсах інформації про співпрацю з компанією [3].

Корпоративна соціальна відповідальність є цінним способом для компаній продемонструвати свою гуманність, одночасно виконуючи свою роль у суспільстві. Наш світ, люди та організації стають все більш взаємопов'язаними, і КСВ допомагає активно керувати цими зв'язками на користь компанії та пов'язаних з нею спільнот і організацій.

Список використаних джерел:

1. Владимир О. М. Бізнес-культура: конспект лекцій для студентів галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». Тернопіль. 2020. – 144 с.
2. Хочемо, щоб люди жили гідно. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974/
3. Благодійність заради розвитку: як працює соціальна відповідальність бізнесу. URL: <https://zaxid.net/news/>