

УДК 330.3:334.0

Дерманська Л.В.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу Західноукраїнського національного університету

СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Dermanska L.

ESTABLISHMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN UKRAINE

Соціальна відповідальність бізнесу властива сучасним моделям ведення бізнесу у соціальному ринковому середовищі. Суб'єкт господарювання самостійно та добровільно бере на себе зобов'язання долати соціальні проблеми суспільства. Пріоритетні напрями у сфері соціальної відповідальності, як свідчить вітчизняний та зарубіжний досвід, визначаються особливостями та масштабом бізнесу.

Соціальна відповідальність є системою взаємовідносин між особою (організацією) та суспільством, яка базується на вільному волевиявленні та соціальних нормах, визначається певною поведінкою, спрямованою на безпеку, розвиток та узгодження інтересів сторін відносин. У процесі формування стійкого розвитку між членами суспільства формуються відносини через певні права та обов'язки. Сутність соціальної відповідальності полягає в обов'язку суб'єкта виконувати вимоги, що висуває йому суспільство, держава та індивіди, для забезпечення впорядкованості, стабільності соціальних відносин у різних сферах життєдіяльності [4, с. 223].

Соціальна відповідальність характеризується наявністю таких ознак:

- це соціальне явище, наділене конкретно-історичним змістом;
- це свідоме здійснення обов'язку особи перед суспільством;
- його виконання є велінням совісті суб'єкта;
- невиконання обов'язку передбачає той чи інший ступінь осуду такої особи суспільством (суспільною групою, окремими членами суспільства);
- містить ініціативний характер, надає перевагу або суспільному суб'єкту, або ж індивідуальному суб'єкту, котрий, ймовірно, трактується як представник суспільства чи соціальної групи;
- надає перевагу компромісу між суспільними інтересами та цілями, з одного боку, та індивідуальними, професійними, етичними тощо устремліннями, з іншого;
- поведінка людей в контексті соціальної відповідальності визначається, здебільшого, їхніми очікуваннями щодо соціальної позиції суб'єкта у формуванні соціально визначених атрибутів конкретних соціальних груп [5, с. 9-10].

Сучасні виклики дали новий поштовх розвитку соціальної відповідальності через прийняття стандарту - міжнародного керівництва із соціальної відповідальності ISO 26000, прийняття національних стратегій або державних програм із соціальної відповідальності.

Стандарт ISO 26000 був прийнятий в 2020 р., учасниками стали 99 країн. Відповідно до стандарту соціальна відповідальність – відповідальність компанії за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє добробуту суспільства; враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає законодавству [2].

В Україні з початку 2020 року діє Концепція реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, що передбачає заохочення з боку держави суб'єктів господарювання, які під час своєї діяльності дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу [3].

Так, відповідно до згаданої концепції соціальна відповідальність - це невід'ємна складова бізнес-діяльності компанії. Вона суттєво впливає на формування іміджу національного підприємства і країни в цілому.

У той же час відмінність між «соціальною відповідальністю бізнесу» та «благодійництвом» є принциповою, і це як наслідок того, що суспільство загалом і суб'єкти підприємництва зокрема усвідомлюють власну відповідальність перед навколишнім середовищем. Благодійність одноразово вирішує ту чи іншу проблему і не вирішує глобальної проблеми, це змушує суб'єкти підприємництва виходити за межі вузького кола власних бізнес-інтересів. Постійний двосторонній діалог підприємство - суспільство, їхня довгострокова взаємодія і тривала підтримка знаходять нарешті значимість, приносячи куди більш масштабні результати, ніж одноразова допомога.

Усвідомлення власної соціальної відповідальності особливо важливе для суб'єктів підприємництва, оскільки його роль суттєво підвищилась упродовж останніх десятиліть щодо інших суб'єктів суспільства. Саме бізнес повинен взяти на себе активну роль у розв'язанні суспільних проблем різного рівня від громади до регіону як в мирний час та і в умовах війни. Це актуально для України, особливо в умовах, фактично, воєнного часу.

Після оголошення на території України воєнного стану та початку активної фази бойових дій більша частина суб'єктів підприємництва були фактично паралізовані через різноманітні обставини. Урядом нашої країни були запроваджені конкретні кроки, що забезпечили дерегуляцію бізнесу та запровадження податкових пільг. Це був єдиний шлях для ефективного функціонування економіки в умовах воєнного стану і прийняті зміни вже демонструють свою ефективність. Однак це лише початок боротьби на економічному фронті на шляху до неминучої перемоги.

Боротьба зі зміною клімату, трансформація бізнес-процесів для зменшення впливу на навколишнє середовище, безкоштовні освітні програми, захист прав людини, починаючи з власних співробітників, розвиток місцевих громад та інфраструктури - ось лише деякі приклади соціальної активності бізнесу сьогодні.

Для більшості підприємств, установ та організацій люди стали головною цінністю, і фокус діяльності перш за все сконцентрувався на їхньому здоров'ї та житті, а також тих, хто щодня стоїть на варті безпеки нашої країни.

Список використаних джерел:

1. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. Вісн. Хмельниц. нац. ун. 2011. №1. С. 228-233.
2. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921
3. Концепція реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>
4. Новікова О. Ф., Амоша О. І., Антонюк В. П. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: моногр. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2012. 534 с.
5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.