

**СЕКЦІЯ**  
**«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ – ОСНОВА ФІЛОСОФІЇ**  
**БІЗНЕСУ»**

**УДК 330.8: 379.8**

**Бойко Остап, Стойко Ігор**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ПОГЛЯДИ, КОНЦЕПЦІЇ,  
ПРИНЦИПИ**

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

**Boyko Ostap, Stoyko Igor**

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES: VIEWS, CONCEPTS,  
PRINCIPLES**

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

«Сучасна ера» Концепції соціальної відповідальності (СВ) і корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) почалися в 1950-х роках, коли Говард Боуен дав визначення КСВ у своїй книзі «Обов'язки бізнесмена» як «зобов'язання компаній щодо відображення очікувань і цінностей суспільства в їх виконанні, і, таким чином, передбачення загальної вигоди для суспільства як найважливіший фактор їх діяльності.

Однак така концепція КСВ також зазнала серйозної критики. Мілтон Фрідман (американський економіст, який у 1976 р. став лауреатом премії з економічних наук на честь Альфреда Нобеля), відстоював інший підхід до КСВ. На його думку, соціальна відповідальність бізнесу полягає в тому, щоб збільшувати прибуток, забезпечуючи таким чином високі виплати власникам компанії. М. Фрідман заявив, що соціальна відповідальність бізнесу відрізняється своєю аналітичною розкутістю та відсутністю строгості, що почуття соціальної відповідальності може мати лише людина, підприємства за своєю природою не можуть. Тим не менш, у наступні роки уявлення про підприємницьку діяльність змінилися, і корпорації стали розглядатися як члени суспільства, які служать потреб суспільства та виховання соціальної моралі в бізнес-поведінці (Societal Approach). Р. Едвард Фрімен представив теорію зацікавлених сторін (1984), яка стверджує, що корпорації мають відносини з багатьма групами в суспільстві (зацікавленими сторонами) і що відповідальні корпорації повинні враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін (підхід зацікавлених сторін). В 1990-х рр. з'явилися пов'язані теми, такі як корпоративне громадянство, ділова етика та корпоративне управління. Появилось визначення: КСВ – це внесок бізнесу в сталий розвиток. Хоча існує багато різних визначень і термінів, які використовуються для опису КСВ, це економічні, соціальні та екологічні результати в поєднанні з добровільним характером і врахуванням відносин зацікавлених сторін, які описують комплексний обсяг КСВ.

Одна з найбільш широко прийнятих концепцій КСВ у наукових дослідженнях була створена Арчі Б. Керролом, який представив піраміду КСВ, що містить чотири категорії корпоративної соціальної відповідальності, при цьому економічна категорія формує основу, на якій будуються правові, етичні та філантропічні категорії. У той час як компанії повинні прагнути досягти високих результатів у всіх категоріях у будь-який час, хороші показники на нижчих рівнях розглядаються як передумова для досягнення цілей вищих категорій.

Деякі експерти вважають, що соціальна відповідальність не відповідає суті бізнесу: прибуток понад усе. Однак соціальна відповідальність стала більш загальноприйнятною і зараз практикується серед широкого кола компаній. Молодші покоління беруть на себе соціальну відповідальність і стимулюють зміни на робочому місці та як споживачі.

Багато визначень КСВ є академічними, але нещодавні внески зробили такі організації, як Комісія Європейських Співтовариств. Згідно з визначенням, прийнятим Європейською комісією (2011), корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) можна визначити як «керівну бізнес-політику, згідно з якою компанії враховують соціальні та екологічні проблеми у своїй власній бізнес-місії, стратегії та діяльності, а також у своїй взаємодії з зацікавленими сторонами на добровільній основі».

Отже, корпоративну соціальну відповідальність традиційно поділяють на чотири категорії: екологічна, філантропічна, етична та економічна відповідальність.

#### 1. Екологічна відповідальність.

Екологічна відповідальність означає віру в те, що організації повинні поводитися максимально екологічно. Це одна з найпоширеніших форм корпоративної соціальної відповідальності. Компанії, які прагнуть взяти на себе екологічну відповідальність, можуть зробити це кількома способами: зменшення забруднення, викидів парникових газів, використання одноразового пластику, споживання води та утилізація відходів; регулювання споживання енергії шляхом збільшення залежності від відновлюваних джерел, стійких ресурсів і перероблених або частково перероблених матеріалів; компенсація негативного впливу на навколишнє середовище: висаджування дерев, фінансування дослідження, пожертви на суміжні цілі.

#### 2. Етична відповідальність

Етична відповідальність пов'язана з забезпеченням того, щоб організація працювала чесно та етично. Організації, які дотримуються принципів етичної відповідальності, прагнуть практикувати етичну поведінку через справедливе ставлення до всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво, інвесторів, співробітників, постачальників і клієнтів. Компанії можуть прийняти етичну відповідальність різними способами. Наприклад, компанія може встановити власну вищу мінімальну заробітну плату, якщо мінімальна заробітна плата, визначена штатом або федеральним урядом, не є «заробітною платою, прийнятною для життя». Так само компанія може вимагати, щоб продукти, інгредієнти, матеріали чи компоненти надходили відповідно до стандартів вільної торгівлі.

#### 3. Філантропічна відповідальність

Філантропічна відповідальність означає прагнення компанії активно робити світ і суспільство кращими. Крім того, щоб діяти максимально етично та екологічно, організації, керуючись філантропічною відповідальністю, часто виділяють частину своїх прибутків. У той час як багато компаній роблять пожертви благодійним і некомерційним організаціям, які відповідають їхнім керівним місіям, інші роблять пожертви на гідні цілі, які безпосередньо не стосуються їхнього бізнесу. Інші заходять так далеко, що створюють власний благодійний фонд або організацію, щоб віддавати віддачу та мати позитивний вплив на суспільство.

#### 4. Економічна відповідальність

Економічна відповідальність – це практика, коли фірма підтримує всі свої фінансові рішення своїм зобов'язанням робити добро у сферах, перерахованих вище. Кінцевою метою є не просто максимізація прибутку, а переконання, що бізнес-операції позитивно впливають на довкілля, людей і суспільство. 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 10 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 викориненню примусової або обов'язкової праці.
- Принцип 5: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викориненню дитячої праці.
- Принцип 6: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викориненню 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 здирицтво.

Українська бізнес-індустрія в усіх галузях сильно постраждала від урядових заходів всіх країн щодо обмеження коронавірусу, а ще більше від воєнної агресії росії, що 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. У цьому є промінь надії після перемоги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Перезова І., Старощук Х. Етимологія та генеза поняття «соціальна відповідальність підприємства». *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. №1. С. 159-165.
2. Іваницька О.М. Соціальна відповідальність корпорацій і нефінансова звітність: врахування стандартів GRI в Україні. 2016 URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Sotsialna-vidpovidalnist.pdf>.