

**Павлюк Тетяна Іванівна** 

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних відносин  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету, Україна

**Гавлюк Єлизавета Ігорівна**

здобувач вищої освіти факультету економіки, менеджменту та права  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету, Україна

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

*Анотація.* У статті розглянуто актуальні питання соціальної відповідальності на підприємствах України, проаналізовано шляхи покращення системи СВБ, а також співвідношення понять «соціальна відповідальність», «соціальний захист», «соціально-трудова відносина».

Будь-яке підприємство – це цілісний організм, його стратегія повинна бути комплексною, охоплювати всі напрямки діяльності, а особливо включаючи соціальну складову - найважливіший елемент його кадрового, виробничого та економічного потенціалу. У розвинених країнах у соціальну складову бізнесу входять питання регулювання соціально-трудова відносин, соціальні програми, заходи щодо забезпечення екологічної безпеки виробництва, а в окремих випадках - заходи щодо стимулювання економічного та соціального розвитку всього суспільства. Соціальна складова є не що інше, як соціальна відповідальність підприємства.

Соціальна відповідальність бізнесу (далі - СВБ) є важливою складовою стратегії розвитку підприємств в Україні. Це поняття означає, що бізнес-організації беруть на себе відповідальність перед громадськістю і природним середовищем, в якому вони діють.

Відповідно до розробленої «Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року» необхідність розвитку СВБ в Україні зумовлена такими чинниками, як: низький рівень корпоративної культури; правовий нігілізм і деформація правової свідомості; низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу; термінологічна (нормативна) невизначеність; закритість українських компаній для широкої громадськості; нерівномірне врахування інтересів зацікавлених сторін [4].

Українські підприємства все частіше усвідомлюють важливість відповідального бізнесу та активно впроваджують СВБ-проекти. Такі проекти можуть включати в себе пожертвування благодійним організаціям, створення робочих місць для людей з особливими потребами, запровадження екологічно чистих технологій та інші ініціативи.

СВБ може мати позитивний вплив на підприємство, зокрема, збільшення його конкурентоспроможності, покращення іміджу бренду, залучення більш кваліфікованої робочої сили та підвищення рівня задоволеності споживачів.

Нинішньому етапу розвитку української держави характерна підтримка розвитку соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, шляхом створення сприятливих умов для впровадження СВБ-проектів та пропаганди важливості цього поняття серед підприємств.

Концепція соціальної відповідальності в Україні перебуває на етапі формування. Співпраця у сфері соціального партнерства є безсистемною та фрагментарною,

відбувається на рівні окремих проєктів та ініціатив в умовах слабких інститутів громадянського суспільства і розвитку олігархічного бізнесу. Характер СББ в Україні є різноманітний і залежить від положення на ринку, рівня конкуренції, взаємин з органами державної та місцевої влади, наявності передвибірчої компанії та ін. Найбільш активними в сфері соціальної відповідальності на сьогодні є іноземні та великі вітчизняні компанії, серед них: Національний оператор мобільного зв'язку «Київстар» і Мережа АЗС «ОККО» [3].

Нині, в період війни, український бізнес проявив свою найкращу сторону – згуртувався та сконцентрувався на допомозі державі та людям. Одним з основних аспектів соціальної відповідальності в Україні під час війни є підтримка військових та волонтерів, які знаходяться на передовій. Це може включати надання фінансової допомоги, матеріальної підтримки, відправлення листів та посилок, а також активну участь у різних програмах підтримки.

Крім того, соціальна відповідальність під час війни включає підтримку тих, хто постраждав внаслідок конфлікту. Це може бути надання допомоги біженцям та внутрішньо переміщеним особам, а також фінансова допомога сім'ям загиблих та поранених військовослужбовців.

Також соціальна відповідальність під час війни включає збереження національної ідентичності та підтримку культурної спадщини. Це може означати збереження традицій та культурних звичаїв, забезпечення доступу до культурних подій та мистецьких проєктів, а також збереження історичних пам'яток.

Найбільш поміченою лишається допомога від українських компаній, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку (46%). Варто зазначити, що важливим для споживачів наразі є те, щоб компанія / бренд під час військових дій в Україні в першу чергу підтримувала Збройні Сили України та захисників. Гуманітарна діяльність українських підприємств та міжнародних компаній в Україні є прикладом для всього корпоративного світу в реалізації цілей сталого розвитку та прихильності до гуманітарних цінностей. Це й гуманітарна допомога населенню, підтримка медичних закладів, евакуація та розміщення населення з районів бойових дій, організація сховищ для населення тощо. До таких компаній в першу чергу варто віднести: Asters, BASF, BAYER, Ferrexpo, ArcelorMittal, Інтерпайп, Укренерго, ДТЕК, Кернел, Метінвест [5].

На українських підприємствах здебільшого реалізуються такі елементи соціальної відповідальності:

- корпоративне управління;
- трудові відносини;
- права людини;
- охорона праці;
- чесні операційні практики;
- турбота про довкілля;
- робота із зацікавленими сторонами, з якими взаємодіє компанія (співробітниками, партнерами, споживачами, державними органами, акціонерами тощо).

До головних вигід, які отримують українські підприємства від корпоративної соціальної відповідальності, відносяться:

- збільшення залученості співробітників та їх лояльності до компанії;
- формування довіри стейкхолдерів – кола зацікавлених сторін, з якими взаємодіє компанія (партнери, клієнти, влада, громадські організації та ін.) до компанії;
- зниження репутаційних ризиків та критичності сприйняття діяльності компанії, простіше подолання кризових часів;
- впровадження інновацій;
- заощадження коштів завдяки впровадженню концепції «зеленого офісу»;
- залучення інвестицій та вихід на нові ринки [1].

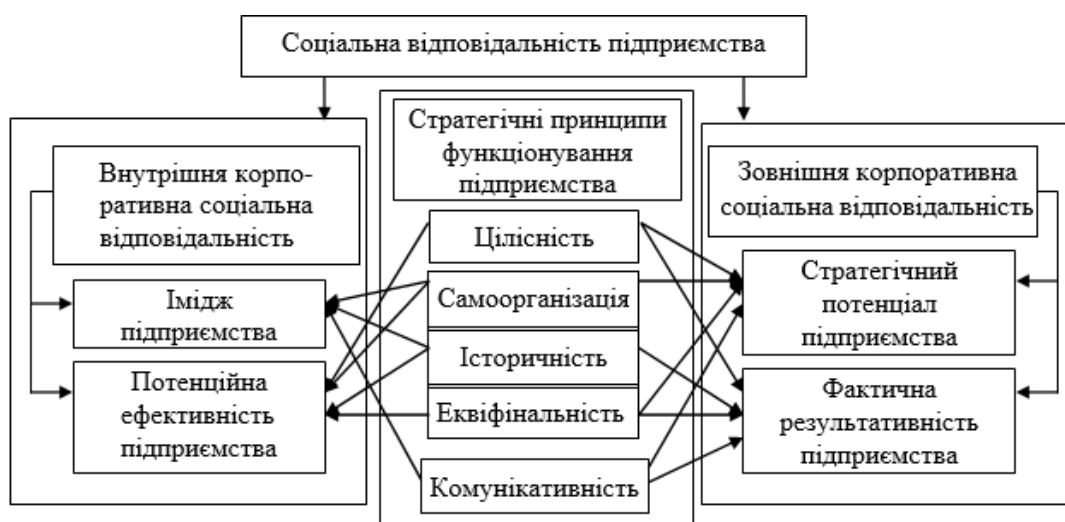


Рис. 1. Відповідність складових СВБ основним стратегічним принципам функціонування  
взято з [2]

Також відомо, що СВБ є важливим елементом ділової культури в країнах Європейського Союзу (далі - ЄС). Багато компаній у ЄС віддають перевагу виробництву, що базується на засадах соціальної відповідальності, оскільки це може сприяти досягненню успіху на довгостроковій основі.

ЄС пропонує широку розмаїтість інструментів, що допомагають підприємствам здійснювати соціальну відповідальність. Наприклад, ЄС пропонує велику кількість стандартів та сертифікацій, що допомагають підприємствам забезпечувати соціальну відповідальність на всіх етапах виробництва. Також відповідальне управління ланцюгами поставок є важливим елементом соціальної відповідальності у бізнесі. Крім того, ЄС активно працює над створенням державних програм і регуляторних політик, що сприяють розвитку соціальної відповідальності в бізнесі.

Таблиця 1

**Нормативне регулювання корпоративної соціальної відповідальності у країнах Європейського союзу**

Країна	Державні органи регулювання корпоративної соціальної відповідальності	Нормативно-правові документи
Німеччина	1. Міністерство праці та соціальної політики. 2. Міністерство з питань сім'ї, літніх людей, жінок та молоді.	Рекомендації уряду щодо «спільного розуміння соціальної відповідальності».
Велика Британія	1. Міністр з корпоративної соціальної відповідальності. 2. Міністерство бізнесу, підприємництва та реформування. 3. Департамент у справах міжнародного розвитку. 4. Департамент торгівлі та промисловості.	Підтримка урядом
Польща	1. Міністерство праці та соціальної політики. 2. Міністерство навколишнього середовища. Міністерство економіки.	Постанова про створення урядової групи зі сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності та координації зусиль польської адміністрації.

взято з [7]

СВБ є важливим фактором для підтримки стійкого розвитку, добробуту спільнот та збалансованого розподілу благ у суспільстві. До шляхів покращення СВБ можна віднести:

1. Створення правової бази: Україна повинна розробити національну стратегію СВБ та створити правові механізми для її реалізації.

2. Підвищення обізнаності: сприяти підвищенню обізнаності населення і бізнесу щодо соціальної відповідальності. Можна проводити конференції, тренінги, семінари, круглі столи з цієї теми.

3. Сприяння підприємництву: держава може створювати умови для розвитку соціально відповідального бізнесу, надаючи привілеї та пільги для компаній, які виконують свої соціальні зобов'язання.

4. Розвиток діалогу: важливо створити механізми діалогу між державою, бізнесом та громадськістю з питань СВБ. Наприклад, можна створити ради зі СВБ на рівні держави, регіону, міської ради, так як у ЄС. Україна не має ані урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики у цій сфері, ані розвиненої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати таку діяльність. Діалог на тему соціальної відповідальності загалом ведеться на рівні окремих проектів та ініціатив, без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес [6].

5. Виконання соціальних зобов'язань: бізнес повинен виконувати свої соціальні зобов'язання, включаючи підтримку благодійних та культурних проектів, забезпечення екологічної безпеки, охорони здоров'я працівників і т.д.

6. Публічна звітність: компанії повинні забезпечувати публічну звітність про свої соціальні проекти та ініціативи.

**Висновки.** СВБ описує зобов'язання бізнесу перед суспільством і природою, що виходить за межі простого виробництва товарів і послуг з метою заробітку. СВБ включає в себе виконання законодавства та етичних норм, а також волонтерство, благодійність, захист довкілля, підтримку спільнот та інші дії, спрямовані на досягнення позитивного впливу на суспільство.

СВБ відіграє важливу роль у сучасному бізнесі, оскільки допомагає компаніям розвиватися у стійкий спосіб, забезпечувати гарне ставлення з боку споживачів та громадськості, збільшувати свою конкурентоспроможність і підвищувати свою репутацію. Крім цього соціальна відповідальність під час війни в Україні має особливе значення, оскільки вона стає додатковою складовою забезпечення національної безпеки та збереження національної ідентичності.

#### Список використаних джерел:

1. Гусева, О. Ю. (2018). Соціальна відповідальності бізнесу в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. Економіка. Менеджмент. Бізнес, (4), 47-55.
2. Ішполітова, І. Я., & Ревенко, О. В. (2020). Соціальна відповідальності бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти.
3. Решетняк, Н. Б., Назаренко, О. В., & Єгорова, Ю. В. (2018). Соціальна відповідальності бізнесу в Україні: сучасний стан та шляхи розвитку.
4. Ровенська, В. В., Кошова, В. Ю., & Вержбицький, М. І. (2019). Корпоративна соціальна відповідальності як складник стратегії розвитку бізнесу на вітчизняних підприємствах. Проблеми системного підходу в економіці, (5 (1)), 117-122.
5. Силкіна, Ю. О. (2022). Перспективні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, 513.
6. Смолій, Л. В. (2015). Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки, (4), 26-30.
7. Столярчук, Г. В., & Комар, Р. О. Роль соціальної відповідальності бізнесу при формуванні відносин України з країнами Євросоюзу. Стратегічні напрями зовнішньої політики Європейського Союзу, 187.