

УДК 658:330.3

JEL Classification: A13, O13, P21, P28

*Дмитріє Б.Ю.,
аспірант* кафедри економіки, підприємництва,
торгівлі та біржової справи,
Подільський державний аграрно-технічний університет*

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. Концепція сталого розвитку все частіше стає відповіддю на виклики глобалізації та альтернативою концепції економічного зростання, що ґрунтується на моделі екстенсивного відтворення та є індиферентною до таких важливих складових суспільного розвитку, як соціальний захист, якість продуктів та збереження навколишнього середовища. Головною ідеєю концепції є усвідомлення різниці між економічним зростанням, яке спрямоване на збільшення кількісних показників, і розвитком, що розуміється як якісні зміни завдяки удосконаленню техніки, технологій, методів управління. Головний сенс концепції сталого розвитку полягає у знаходженні балансу між задоволенням потреб нинішнього і майбутніх поколінь в економічному добробуті, сприятливому довкіллі й соціальному добробуті [8].

Питання сталого розвитку національної економіки набули особливо гострого характеру в останні роки, адже війна, неефективне державне управління, соціальне зубожіння створили в Україні ситуацію, що змушує до нагального вирішення питань, пов'язаних з дилемою підвищення економічної ефективності бізнесу та одночасного вирішення соціальних питань, покращення екологічної ситуації в країні та забезпечення гідної якості життя населення. Все більше компаній говорять про свою соціальну місію як ключову ідею для залучення та утримання співробітників, співпраці з інвесторами та завоювання любові клієнтів і споживачів. Глобальні компанії вже визначили, що саме соціальна місія допомагає компаніям орієнтуватися на людину або бути human-centered.

В Україні, де за останні роки громадянське суспільство набирає обертів, соціальні та благодійні ініціативи перетворюються у реальні інструменти, здатні змінювати світ довкола. Більше того, підприємливі українці створили новий унікальний формат соціального підприємництва, який об'єднує соціально активних людей для досягнення спільної благої цілі. Мета – об'єднання керівників бізнесу, представників органів влади та контролю, громадських організацій та асоціацій, вітчизняних та іноземних експертів задля обміну досвідом, напрацюваннями та перспективними задумами на майбутнє.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорію та методологію функціонування бізнес-середовища та підвищення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в контексті концепції сталого розвитку у своїх дослідженнях розкрили О. Боднарук, Г. Дейлі, О. Дергачов, А. Колодій, Р. Курінько, Н. Куровська, А. Керол, О. Пасхавер, О. Пухкал, І. Рейтерович, М. Саприкіна, Н. Супрун, О. Сушко, С. Ситник, М. Томенко та ін.

Г. Дейлі [5] описує сталий розвиток як гармонійний, збалансований, безконфліктний прогрес всієї земної цивілізації, груп країн, окремо взятих країн нашої планети, в ході якого одночасно оптимально вирішується цілий комплекс питань щодо збереження довкілля, ліквідації бідності та дискримінації як кожної окремо взятої людини, так і цілих народів. Як базові для побудови такої стратегії було названо концепції корпоративного громадянства (англ. – corporate citizenship), екологічної ефективності (англ. – eco-efficiency) та корпоративної соціальної відповідальності (англ. – corporate social responsibility) [15]. Головний сенс концепції сталого розвитку полягає у знаходженні балансу між задоволенням потреб нинішнього і майбутніх поколінь в економічному добробуті, сприятливому довкіллі й соціальному благополуччі [8]. Саме корпоративній соціальній відповідальності відводиться роль базового підходу у побудові стратегії сталого розвитку (за визначенням А. Керола – теоретичного «ядра» [17]).

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) постійно опікується питаннями сталого розвитку [3; 18; 20]. Сприяння сталому розвитку визначено у Глобальному баченні (Global Vision), що наведене у стратегічному плані ISO [19]. Спеціальна проблемна група сформулювала перелік стандартів, які прямо або опосередковано пов'язані зі складовими сталого розвитку [18].

Одним з головних чинників зміцнення економіки в ЄС вважають стійке зростання, що ґрунтується на раціональному використанні ресурсів, екології і конкуренції [2]. Світова практика свідчить, що концепція соціальної відповідальності бізнесу успішно розвивається і перебуває у

* Науковий керівник: Волощук Ю.О. – канд. екон. наук

процесі постійних змін та вдосконалень [6]. В Україні вивчення і пошук шляхів вирішення проблем взаємодії влади, соціально відповідального бізнесу та суспільства знаходяться на стадії становлення. Недостатньо вивченими є механізми встановлення відносин довіри, рівноправ'я та захищеності зацікавлених сторін, обґрунтування необхідності розбудови і відведення ролі базового підходу саме корпоративній соціальній відповідальності у реалізації стратегії сталого розвитку.

Постановка завдання. Мета статті – розкрити особливості корпоративної соціальної відповідальності підприємств та обґрунтувати необхідність її розбудови в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазначимо, що «корпоративна соціальна відповідальність» – термін, що виник в кінці 20 століття і став найважливішою складовою поняття про сталий розвиток. У стратегії «Європа-2020», як і в більшості програмних документів Європейського Союзу, КСВ розглядається як аналог поняття «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ), яка визначається як добровільні зобов'язання підприємницьких структур, що виходять за межі чинних законодавчих норм, нести відповідальність за результати своєї діяльності не лише в економічній, але й у соціальній та екологічній сферах. Ця відповідальність поширюється на значне коло зацікавлених осіб – власників, працівників компанії, місцеве населення і суспільство загалом [15]. У цілому, можна говорити про синонімічність понять СВБ та КСВ, адже на практиці представники бізнес-середовища вважають за краще використовувати термін «корпоративна соціальна відповідальність»; академічні кола, громадські організації – «соціальна відповідальність бізнесу». Обидва терміни є перекладом від англійського слова «corporate social responsibility» [7; 9].

У сучасній діловій практиці існує декілька підходів щодо трактування соціальної відповідальності бізнесу. Згідно із визначенням Світової ради компаній зі сталого розвитку, це довгострокове зобов'язання компаній щодо етичного ведення бізнесу та сприяння сталому економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом. Своєю чергою Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності (заснований у 2006 р.) визначає КСВ як концепцію залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами [14]. За результатами Форуму соціально відповідального бізнесу, офіційно оприлюднене визначення трактує поняття КСВ як стратегію, що репрезентує «відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем» [13].

В країнах Європейського Союзу досить широко використовується поняття корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, у червні 2017 р. Європейським парламентом було розглянуто пропозиції Cooperatives Europe та прийнято резолюцію «European Agenda for the collaborative economy», в якій зазначено, якщо спільна економіка буде базуватись на відповідальності, це може сприяти створенню нових можливостей для громадян, споживачів та працівників, а також розвитку економіки регіону на рівні місцевих громад, в якій впроваджуватимуться моделі обміну знаннями та навчання, що має стимулювати та укріплювати культуру відкритих інновацій [21]. Метою даної концепції є створення кооперативної економіки, яка має стати не лише більш ефективною, але й стійкою, а, отже, мати соціально-економічне та екологічне спрямування [7].

На міжнародному рівні питань сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності стосується так звана «вісімка глобальних ініціатив»: Глобальний пакт ООН (The UN Global Compact); конвенції МОП (ILO convention); керівні настанови Організації економічного співробітництва та розвитку для транснаціональних корпорацій (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises); стандарти ISO серії 14000 (системи екологічного управління); стандарти соціальної та етичної звітності серії AA 1000 (Account Ability 1000); Глобальна ініціатива звітності (The Global Reporting Initiative – GRI); Глобальні принципи Салівана (The Global Sullivan Principles – GSP); стандарт соціальної відповідальності SA 8000 (Social Accountability 8000), на підґрунті якого розроблений проект ISO 26000 [1; 4]. Найбільш придатними для першочергової адаптації до реалізації в діяльності вітчизняних органів публічного контролю є вимоги стандартів соціальної та етичної звітності серії AA 1000, Глобальної ініціативи звітності GRI та стандартів соціальної відповідальності [10].

В останні роки в світі і багатьох країнах чітко проявилися тенденції переходу до більшої стійкості з урахуванням інтересів майбутніх поколінь. Найбільш концентровано нові глобальні виклики для екологічної політики та основні напрямки економічної трансформації відображені в трьох заключних документах Конференцій ООН, прийнятих в Ріо-де-Жанейро (червень 2012 р.), Нью-Йорку (вересень 2015 р.), Парижі (грудень 2015 р.). У заключному документі Саміту ООН в Ріо-де-Жанейро «Майбутнє, яке ми хочемо» в якості основи переходу до сталого розвитку людства було виділено формування зеленої економіки. У Нью-Йорку були прийняті Цілі сталого розвитку для всіх країн до 2030 р [16]. Паризька хартія була присвячена боротьбі з кліматичними змінами і необхідністю формування низьковуглецевої економіки в світі. В цілому можна говорити про досягнутий в світі консенсус на розвиток в XXI ст., який пов'язане з переходом до сталого розвитку.

Корпоративна соціальна відповідальність – це спрямована на сталий розвиток активна соціальна позиція підприємства, що включає сумлінне виконання законодавства, стандартів і угод із

соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань по задоволенню економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб, місцевих громад і суспільства у цілому [11].

Сталий розвиток передбачає збалансованість розвитку економічної, екологічної та соціальної систем і одночасну їх здатність до саморегуляції на основі десяти принципів відповідального ведення бізнесу відтворення. Згідно з міжнародним досвідом запровадження сталого розвитку, найбільших успіхів на цьому шляху досягли ті країни, які застосували інструменти та механізми, що сприяли дотриманню певних обмежень, подоланню значних перешкод, запровадженню нових стандартів, нормативів тощо. Найбільш впливовим важелем на шляху впровадження сталого розвитку стала соціальна відповідальність.

Соціальна відповідальність (далі – СВ) – це волевиявлення, яке визначається певною поведінкою щодо дотримання усвідомлених обмежень та соціальних норм, гарантує безпеку та прогресивний розвиток, забезпечує узгодження інтересів суб'єктів, задіяних у суспільних відносинах та управлінні ними. На груповому рівні соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність; на суспільному – вона передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя нинішнього і майбутнього поколінь; на державному – визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку. На глобальному рівні соціальна відповідальність окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку (м. Ріо-де-Жанейро, 1992 р.; м. Йоганнесбург, 2002 р.; м. Ріо-де-Жанейро, 2012 р.), а також Глобальному договору ООН [14].

На сучасному етапі розвитку в Україні актуалізується дотримання принципів соціальної відповідальності, що, передусім, викликано підтримкою глобальних ініціатив: Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (ГД ООН), Керівництва для мультинаціональних підприємств Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР), Всесвітньої ради бізнесу із сталого розвитку (WBCSD), Принципів ООН з соціальної відповідальності інвесторів (PRI), Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), Міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» [6].

Найвідомішою міжнародною ініціативою у розвинених країнах Європи та Америки в галузі соціальної відповідальності бізнесу є Глобальний Договір ООН, який об'єднав провідні соціально-відповідальні корпорації світу. Керівники корпорацій, що беруть участь у Глобальному Договорі, вважають, що підприємства повинні підтримувати: права людини; свободу об'єднань і визнання на ділі права на укладення колективних договорів; виступати за ліквідацію будь-якої дискримінації у сфері праці та зайнятості; відповідати за стан навколишнього середовища та сприяти екології; протидіяти всім формам корупції. Будучи найбільшою в світі глобальною ініціативою, Глобальний договір ставить своїм першочерговим завданням демонстрацію і забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків. Своїм приєднанням до Глобального договору компанія заявляє про те, що поділяє переконання в тому, що ділова практика, яка спирається на універсальні принципи, сприяє більшій стійкості і справедливості глобального ринку, сприяє формуванню процвітаючих суспільств. В інтересах досягнення цих цілей Глобальний договір забезпечує навчання та участь за допомогою декількох механізмів: політичних діалогів, навчання, місцевих мереж і партнерських проектів. Отже, Глобальний договір є добровільною ініціативою щодо сприяння сталому розвитку та відповідальній громадянській позиції корпорацій; набором цінностей, заснованих на принципах, які отримали загальне визнання; форумом для навчання та обміну досвідом; мережею компаній та інших зацікавлених сторін. Глобальний договір ООН підписали вже 8000 компаній в 145 країнах.

В Стратегії «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання» (прийнята 25 жовтня 2011 року) представлені нові напрями розвитку КСВ в ЄС [2].

З 2006 року в Україні існує місцева мережа Глобального договору, яка об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій тощо. Визнаючи концепцію соціальної відповідальності своєчасною, актуальною та необхідною, держава повинна приймати активну участь у її просуванні, для чого в співдружності держави та бізнесу з наукою слід розробити принципи, які спонукатимуть бізнес до формування стандартів соціальної відповідальної діяльності, і нормативно закріпити комплекс соціальних, економічних та інституційних інструментів мотивації підприємств до виконання соціальної відповідальної діяльності.

Велике значення для імплементації соціальної відповідальності в Україні має представлена 15 вересня 2017 року Урядом Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», яка визначає базові показники для досягнення Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР). За ініціативи Уряду України та за сприяння ООН в Україні протягом року тривав відкритий та інклюзивний процес адаптації ЦСР. Беручи до уваги принцип «нікого не залишити осторонь» та використовуючи широкий спектр інформаційних, статистичних та аналітичних матеріалів, була розроблена національна система ЦСР (86 завдань розвитку та 172 показники для моніторингу їх виконання). Доведено, що важливим кроком на шляху виконання положень глобальних ініціатив є виконання Цілей сталого розвитку України, для

чого необхідна популяризація концепції соціальної відповідальності з одночасною розробкою соціальних, економічних та інституційних інструментів, способів, засобів для заохочення підприємства до виконання соціально відповідальної діяльності.

15 жовтня 2019 року експертна організація Центр «Розвиток КСВ», підписала Лісабонську декларацію за збереження біорізноманіття і екосистеми «Бізнес за природу». Це глобальна ініціатива, до якої долучилися 24 організації з різних країн світу на засіданні Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку.

Значні втрати природи порушують природні системи, які лежать в основі нашого суспільства. Це впливає на довкілля і, відповідно, на здоров'я та добробут людини, стійкість суспільства та перешкоджає прогресу до досягнення Цілей сталого розвитку. Існуюча ситуація покладає витрати на бізнес та економіку, що робить ще більш складним вирішення інших глобальних проблем. Також деградація послуг екосистеми призводить до непереборних системних ризиків для компаній та нашої світової економіки: ризики для операцій, ризики відповідальності; регуляторні, репутаційні, ринкові та фінансові ризики. Саме з метою посприяти вирішенню означених викликів для захисту біорізноманіття було створено Декларацію. Підписавши цю Декларацію, організації зобов'язались працювати з компаніями-членами, щоб демонструвати їх вплив на довкілля та сприяти знаходженню локальних та міжнародних рішень задля захисту біорізноманіття.

Декларацію підписали організації країн: України, Португалії, Німеччини, Греції, Угорщини, Австралії, Нідерландів, США, Ірландії, Аргентини, Бельгії, Чилі, Колумбії, Коста-Ріки, Бразилії, Фінляндії, Франції, Гватемали, Гондурасу, Мексики, Панами, Польщі, Перу, Іспанії, Швейцарії.

Укладачі Декларації зазначають про можливість протягом дванадцятих місяців встановити міжнародні зобов'язання щодо припинення колосальних природних втрат. Також підписанти виступають із проханням до компаній діяти та закликати лідерів уряду приймати політику, спрямовану на забезпечення глобальних трансформацій. Цей крок для Центру «Розвиток КСВ» відкриває можливість стати партнерами глобальної коаліційної мережі Business for Nature («Бізнес за природу»), виступати її послами в країнах, що підписали Декларацію; підтримувати бізнес щодо ініціатив для природи та сприяти у підготовці Конвенції про біологічне різноманіття, завдяки спеціальному відгуку щодо рекомендацій місцевих компаній [1].

Важливо підкреслити, що в умовах глобалізації бізнесу сам факт соціально відповідального ведення бізнесу є важливим чинником інвестиційної привабливості компаній. Попри те, що реалізація програм КСВ об'єктивно спричиняє значне зростання витрат компанії, в довгостроковому періоді вони компенсуються зростанням доходу від покращення гудвілу компанії та підвищення інвестиційної привабливості, що в кінцевому підсумку створює умови для зростання конкурентоспроможності. Загалом, моніторинг кореляції залежності ефективності діяльності компаній від впровадження стратегії соціальної відповідальності свідчить, що компанії, котрі реалізують активну соціальну політику, заощаджують до 40% витрат на просування своїх товарів чи послуг на ринку. Це дозволяє зробити висновок, що реалізація стратегії соціальної відповідальності бізнесу сприяє зростанню рентабельності, а, відтак, і конкурентоспроможності. За висновками агенції Conference Board, компанії, що провадять соціально відповідальний бізнес, мають значно вищі фінансові показники, ніж у соціально невідповідальних компаній, а саме: дохід на інвестований капітал вищий на 9,8%, дохід з активів – на 3,55%, доходи з продажів – на 2,79%, прибуток – на 63,5% [22]. Отже, соціальна відповідальність виступає важливим чинником стабільного та ефективного розвитку [15].

Асоціацією роботодавців прийнято Декларацію соціальної місії бізнесу, згідно якої представники бізнесу усвідомлюють свою місію у стабільному розвитку суспільства. Підкреслено розуміння соціальної місії українського бізнесу як добровільного й посильного внеску кожної компанії у розвиток України, спрямованого на покращення життя сьогodнішніх й наступних поколінь. Наголошено на добровільності соціальної місії бізнесу, виключаючи прагнення її регламентації як на національному, так й на міжнародному рівнях. Разом з цим, підтверджено необхідність й важливість існування та поширення світових стандартів звітності компаній у сфері своєї соціально-орієнтованої політики. Декларація соціальної місії бізнесу не є нормативним актом. В її цілі не входить контроль за політикою та методами управління бізнесом. Декларація є добровільною ініціативою, направленою на створення основи для сприяння усталеному економічному зростанню, екологічного захисту та підвищення рівня громадської відповідальності за допомогою активної та творчої участі в цьому процесі бізнес структур [6].

Український бізнес перестав ототожнювати соціальну відповідальність з благодійністю. За результатами дослідження 2018 року, бізнес розуміє КСВ як політику розвитку і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів [13].

За результатами опитувань українських компаній, найбільш типовими програмами зовнішньої стратегії КСВ визначено такі найпоширеніші практики впровадження КСВ у компаніях в Україні:

– трудові відносини: підвищення зарплати, виплата «білої» зарплати та премій. Майже половина компаній дають працівникам можливість працювати за гнучким графіком та реалізують програми з підвищення професійного зростання;

– антикорупційні практики: понад третина компаній не давала хабарів за розв'язання бізнес-проблем і така ж їх частина готова віддати частку прибутку на ефективну боротьбу з корупцією;

– екологічна відповідальність: впровадження енергозберігаючих технологій та програми сортування й утилізації відходів. Третина опитаних компаній не здійснювала заходів із збереження довкілля;

– відносини зі споживачами: підтримка якості продукту компанії, надання правдивої інформації та реклами, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів, розроблена система управління скаргами та «гаряча лінія» (контакт-центр) для споживачів;

– розвиток регіонів: виділення коштів на благодійність та допомога в благоустрою території [8].

Більшість респондентів (75%) розуміє соціальну відповідальність як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу; третина опитаних – як інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів; трохи більш ніж чверть опитаних віднесли до КСВ допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО, благодійну допомогу й охорону довкілля. Найменше українські компанії сприймають соціальну відповідальність як боротьбу з корупцією. Дослідження продемонструвало низький рівень діалогу компаній зі стейкхолдерами в генеруванні ідей для розробки та впровадження програм/заходів з КСВ, оскільки головним джерелом ідей є керівництво та співробітники компанії. Зовнішні джерела ідей для програм/ заходів з КСВ (звернення місцевих органів влади, громадських організацій та пропозиції бізнес-партнерів) не відіграють значної ролі в розробці програм/заходів з КСВ. На жаль, не мають ще значного впливу на поширення ідей і принципів соціальної відповідальності й організації, які розвивають соціальну відповідальність бізнесу в Україні. Понад чверть опитаних компаній (27%) не змогли визначитися з тим, які це організації. Серед організацій, які працюють у сфері поширення ідей і практики КСВ, найчастіше називали НУО, ЗМІ, бізнес-асоціації, Центр «Розвиток КСВ», Глобальний договір ООН та Національний контактний пункт з відповідальної бізнес-поведінки. Загалом результати дослідження засвідчили, що програми/заходи з КСВ в українських компаніях не мають стратегічного характеру, розвиваються здебільшого під впливом керівництва компанії. Позитивним фактом можна вважати те, що у чверті компаній програми КСВ розвиваються на основі ідей співробітників. Більше половини українських компаній не мають загальнокорпоративних інструментів реалізації політики КСВ.

Головним стимулом реалізації політики КСВ є моральні міркування, внутрішнє переконання і зростання рівня продажів, а головними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск.

Загалом КСВ все ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половині компаній, з числа тих, які реалізують політику КСВ, є стратегія (політика) соціальної відповідальності, чверть компаній має бюджет на виконання програм/заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво.

Однак в цілому український великий бізнес цілком дозрів для впровадження передових моделей соціальної відповідальності на основі цілей сталого розвитку і готовий до реалізації масштабних і довгострокових соціальних проектів. Підтвердженням цьому є конкурс кейсів з КСВ, проведений Центром «Розвиток КСВ». За його результатами опублікована збірка «Практики КСВ в Україні 2019» [12]. В Конкурсі кейсів з корпоративної соціальної відповідальності взяли участь 32 українські компанії, які протягом вересня–листопада 2019 року подали 34 кейси у форматі «проблема–рішення–результат». Кейси компаній були розподілені між дев'ятьма Цілями сталого розвитку: Ціль № 1 «Подолання бідності», Ціль № 3 «Міцне здоров'я та благополуччя», Ціль № 4 «Якісна освіта», Ціль № 8 «Гідна праця та економічне зростання», Ціль № 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура», Ціль № 10 «Скорочення нерівності», Ціль № 11 «Сталий розвиток міст та спільнот», Ціль № 12 «Відповідальне споживання та виробництво», Ціль № 15 «Захист екосистеми суходолу», Ціль № 17 «Партнерство заради сталого розвитку». Кейси компаній оцінювали міжнародні експерти за чотирма основними критеріями: інноваційність, діалог зі стейкхолдерами, довгострокові результати проекту для компанії і суспільства, формат опису кейсу. За результатами «Бізнесом, що змінює країну» стала Група Компаній «ЛІГА» та МБФ «Lets Help» за Всеукраїнський флешмоб LETSHELPBABUSYA.

За оцінками міжнародними журі нагороди отримали Кращий корпоративний внесок в Ціль сталого розвитку:

– № 1 «Подолання бідності у всіх її формах та усюди: компанія «Альфа-Банк» за проект «Банк добра»;

– № 3 «Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю населення усіх вікових груп» – компанія «Люксоптика» з соціальним проектом «Здоровий зір»;

– № 4 «Забезпечення всеохоплюючої та справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх» – компанія «Кока-Кола Беверідж Україна Лімітед» та ГО «Освіторія» за спільну реалізацію освітньої програми на підтримку дітей зі шкіл-інтернатів;

– № 8 «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх» – компанія «Syngenta» з проєктом #Happywithsyngenta – з турботою про кожного;

– № 9 «Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій та сталій індустріалізації та інноваціям» – ДП «НАЕК Енергоатом» за конкурс інноваційних ідей у весняній школі – 2019;

– № 10 «Скорочення нерівності всередині країн і між ними» – Агентство «Isobar Ukraine» за проєкт стажування та працевлаштування глухих та слабчочуючих людей у сферу реклами та ІТ;

– № 11 «Сприяння інтегрованості, безпеки, пристосування до змінюваних умов та сталості міст» – ПАТ «Запоріжсталь» за конкурс соціальних ініціатив «Ми – це місто»;

– № 12 «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва»: компанія «Агрофорт» за освітньо-екологічний проєкт «Життя без сміття»;

– № 15 «Захист і відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення та повернення назад процесу деградації земель і зупинення втрати біорізноманіття» – ГК «Фокстрот» за корпоративний рейтинг еко-відповідальних працівників «Тут працюють далекоглядні»;

– № 17 «Зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку» – міжнародна компанія «METRO» за ініціативу «Ти зможеш – Метро допоможе», спрямована на боротьбу з голодом та зменшенням кількості відходів у харчовій промисловості.

На думку опитаних представників компаній, найближчим часом для розвитку КСВ потрібно: розробити нормативно-правову базу, яка б сприяла цій діяльності; підвищувати обізнаність про Національний контактний центр з відповідальної бізнес-поведінки; активізувати участь бізнес-асоціації у популяризації КСВ; ввести курси з КСВ в університетські програми. Слід також наголосити, що існує досить високий відсоток (від 27% до 34%) компаній, які не визначили своєї позиції щодо того чи іншого твердження опитування. На нашу думку, це може свідчити про те, що компанії не проінформовані про те, що в навчальні плани включено предмет «Соціальна відповідальність» та вони ще не замислюються і, відповідно, не сформували своєї думки щодо розвитку соціальної відповідальності.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного нами дослідження необхідно зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність повинна бути невід’ємною складовою сталого розвитку суспільства з урахуванням факторів щодо забезпечення працівників необхідними соціальними благами, запровадження базових принципів етики бізнесу, превентивних заходів збереження навколишнього середовища, турботливого ставлення до місцевих громад, а також дотримання основних напрямів соціальної політики на національному рівні.

З огляду на сильну залежність розвитку КСВ в компаніях від підтримки держави, доцільно було б запровадити вимоги, передусім до державних компаній, у розвитку КСВ. Потрібно розглянути питання щодо введення пільг (податкових, митних) для компаній, які впроваджують КСВ, найперше для тих, що працюють над питаннями підвищення енергоефективності використання виробничих потужностей, використання енергії відновлювальних ресурсів, здійснюють соціальні інвестиції. Важливим є визнання з боку влади компаній, які впроваджують КСВ, шляхом запровадження премій, нагород, національних та регіональних рейтингів компаній з різних питань КСВ.

Незважаючи на те, що КСВ в Україні розвивається вже понад 15 років, рівень розуміння сутності соціальної відповідальності, її принципів в українському бізнесі вкрай низький. Крім того, для частини українського бізнесу недостатньо інформації та позитивних прикладів впровадження соціальної відповідальності. Все це зумовлює потребу в проведенні просвітницьких програм з питань підвищення обізнаності компаній про принципи і практики впровадження соціальної відповідальності, розповсюдження досвіду підприємців та компаній-лідерів, в тому числі міжнародних.

Бібліографічний список

1. Бізнес на захисті біорізноманіття / Центр «Розвиток КСВ». URL: <https://www.prostir.ua/?news=biznes-na-zahysti-bioriznomanittya-tsentr-rozvytok-ksv-sered-pidpysantiv-hlobalnoji-deklaratsiji> (дата звернення: 15.11.2019).
2. Боднарук О.В. Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2016. № 2. С. 41-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2016_2_7 (дата звернення: 15.11.2019).
3. Бурасса М. Вклад ИСО в устойчивое развитие. *Стандарты и качество*. 2009. № 6. С. 52-53.
4. Гуняева Н. Международные стандарты в области социальной ответственности. *Стандарты и качество*. 2004. № 10. С. 1-5.
5. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. Київ: Інтелсфера, 2002. 298 с.

6. Декларація соціальної місії бізнесу. URL: http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/decl_soc_missii.pdf (дата звернення: 17.11.2019).
7. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.
8. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018. Київ: Видавництво «Юстон», 2017. 52 с.
9. Куринько Р. Что такое СОБ? Что такое социальная ответственность бизнеса (СОБ)? *Деловой журнал «Устойчивый бизнес»*. 2014. URL: <http://csrjournal.com/839-что-такое-sob-что-takoe-socialnaja.html> (дата звернення: 17.11.2019).
10. Куровська Н.О., Оліфір І.А. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах децентралізації. *Вісник ЖНАЕУ*. 2017. № 1(59). Т. 2. С. 68-75.
11. Лебедев І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1(139). С. 106-116.
12. Маматова Т.В. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності: механізм адаптації для органів державного контролю України. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. пр. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2010. Вип. 1(4). С. 109-120.
13. Практики КСВ в Україні 2019 / під ред. М. Саприкіної; Центр «Розвиток КСВ». Київ, 2019. 152 с.
14. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 3. С. 61-74. URL: http://eip.org.ua/docs/EP_09_3_61_uk.pdf (дата звернення: 20.11.2019).
15. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії "Європе-2020"). *Український соціум*. 2013. № 2. С. 163-176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_2_14 (дата звернення: 20.11.2019).
16. «Цілі Сталого Розвитку: Україна». Національна доповідь 2017. Київ: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2017. 174 с.
17. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. № 38(3). P. 268-295.
18. ISO Social Responsibility Website. URL: www.iso.org/sr (дата звернення: 21.11.2019).
19. ISO Strategic Plan 2005-2010. Standards for a sustainable world. URL: <http://www.iso.org> (дата звернення: 21.11.2019).
20. ISO WG Social Responsibility. Working area. URL: www.iso.org/wgsr (дата звернення: 21.11.2019).
21. PR: Cooperatives recognized in EU's future on collaborative economy. URL: <https://coopseurope.coop/resources/news/pr-cooperativesrecognised-eus-future-collaborative-economy> (дата звернення: 25.11.2019).
22. The Conference Board. URL: www.conference-board.org/economics/ (дата звернення: 25.11.2019).

References

1. *Biznes na zakhysti bioriznomanittia* [Business on biodiversity protection], available at: <https://www.prostir.ua/?news=biznes-na-zahysti-bioriznomanittya-tsentri-rozvytok-ksv-sered-pidpysantiv-hlobalnoi-deklaratsiji> (access date November 15, 2019).
2. Bodnaruk, O.V. (2016), "European experience in state regulation of corporate social responsibility", *Menedzher*, no. 2, pp. 41-48, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2016_2_7 (access date November 15, 2019).
3. Burassa, M. (2009), "ISO's contribution to sustainable development", *Standarty i kachestvo*, no. 6, pp. 52-53.
4. Guniaeva, N. (2004), "International standards in the field of social responsibility", *Standarty i kachestvo*, no. 10, pp. 1-5.
5. Deili, G. (2002), *Poza zrostanniam. Ekonomichna teoriia staloho rozvytku* [Out of growth. Economic theory of sustainable development], Intelsfera, Kyiv, Ukraine, 298 p.
6. *Deklaratsiia sotsialnoi misii biznesu* [Declaration of the social mission of business], available at: http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/decl_soc_missii.pdf (access date November 17, 2019).
7. Novikova, O.F., Deich, M.Ye., Pankova, O.V. et al. (2013), *Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky)* [Diagnosis of the state and prospects of development of social responsibility in Ukraine (expert assessments)], monograph, Donetsk, Ukraine, 296 p.
8. Zinchenko, A. and Saprykina, M. (2017), *Rozvytok KSV v Ukraini: 2010-2018* [CSR Development in Ukraine: 2010-2018], Vydavnytstvo "Yuston", Kyiv, Ukraine, 52 p.

9. Kurinko, R. (2014), "What is a CSR? What is Corporate Social Responsibility (CSR)?", *Delovoy zhurnal "Ustiychivyy biznes"*, available at: <http://csrjournal.com/839-что-такое-соб-что-такоесocialnaja.html> (access date November 17, 2019).
10. Kurovska, N.O. and Olifir, I.A. (2017), "Corporate social responsibility in conditions decentralization", *Visnyk ZhNAEU*, no. 1(59), Vol. 2, pp. 68-75.
11. Lebediev, I.V. (2013), "Ensuring sustainable development on the basis of corporate social responsibility", *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 1(139), pp. 106-116.
12. Mamatova, T.V. (2010), "International Corporate Social Responsibility Standards: An Adaptation Mechanism for State Control Bodies of Ukraine", *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia: zb. nauk. pr.*, DRIDU NADU, Dnipropetrovsk, Ukraine, Iss. 1(4), pp. 109-120.
13. Saprykina, M. (Ed.), *Praktyky KSV v Ukraini 2019* [CSR Practices in Ukraine 2019], Kyiv, Ukraine, 152 p.
14. Suprun, N.A. (2009), "Corporate social responsibility as a factor of sustainable development", *Ekonomika i prohozuvannia*, no. 3, pp. 61-74, available at: http://eip.org.ua/docs/EP_09_3_61_uk.pdf (access date November 20, 2019).
15. Suprun, N.A. (2009), "Corporate social responsibility as a factor in social inclusion (in the context goals of the strategy "Europe-2020")", *Ukrainskyi sotsium*, no. 2, pp. 163-176, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_2_14 (access date November 20, 2019).
16. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy (2017), «*Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina*». *Natsionalna dopovid 2017* ["Sustainable Development Goals: Ukraine". National Report 2017], Kyiv, Ukraine, 174 p.
17. Carroll, A.B. (1999), "Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct", *Business and Society*, no. 38(3), pp. 268-295.
18. ISO Social Responsibility Website, available at: www.iso.org/sr (access date November 21, 2019).
19. ISO Strategic Plan 2005-2010. Standards for a sustainable world, available at: <http://www.iso.org> (access date November 21, 2019).
20. ISO WG Social Responsibility. Working area, available at: www.iso.org/wgsr (access date November 21, 2019).
21. PR: Cooperatives recognized in EU's future on collaborative economy, available at: <https://coopseurope.coop/resources/news/pr-cooperativesrecognised-eus-future-collaborative-economy> (access date November 25, 2019).
22. The Conference Board, available at: www.conference-board.org/economics/ (access date November 25, 2019).

Дмитрів Б.Ю. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Мета. Розкриття особливостей корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємств та обґрунтування необхідності її розбудови в Україні.

Методика дослідження. Для досягнення поставленої мети застосовано системний та діалектичний підходи та використано методи: абстрактно-логічний – при постановці мети і завдань дослідження; монографічний – при вивченні літературних джерел, законодавчих та інших нормативно-правових актів; соціологічних опитувань – при узагальненні досвіду КСВ; статистико-економічний – при зборі, обробці даних для оцінки ефективності КСВ.

Результати. Встановлено, що програми/заходи з КСВ в українських компаніях не мають стратегічного характеру, розвиваються здебільшого під впливом керівництва компанії. Виявлено низький рівень діалогу компаній зі стейкхолдерами в генеруванні ідей для розробки та впровадження програм/заходів з КСВ, оскільки головним джерелом ідей є керівництво та співробітники компанії. Більше половини українських компаній не мають загальнокорпоративних інструментів реалізації політики КСВ, не сформулювали своєї думки щодо розвитку соціальної відповідальності. Дослідження показало, що в цілому український великий бізнес цілком дозрів для впровадження передових моделей соціальної відповідальності на основі цілей сталого розвитку і готовий до реалізації масштабних і довгострокових соціальних проектів. Обґрунтовано, що в умовах глобалізації бізнесу сам факт соціально відповідального ведення бізнесу є важливим чинником інвестиційної привабливості компаній, сприяє зростанню рентабельності.

Наукова новизна. Запропоновано введення пільг (податкових, митних) для компаній, які впроваджують КСВ, найперше для тих, що працюють над питаннями підвищення енергоефективності використання виробничих потужностей, використання енергії відновлювальних ресурсів, здійснюють соціальні інвестиції та визнання з боку влади компаній, які впроваджують КСВ, шляхом запровадження премій, нагород, національних та регіональних рейтингів компаній з різних питань КСВ.

Практична значущість. Корпоративна соціальна відповідальність повинна бути невід'ємною складовою сталого розвитку суспільства з урахуванням факторів щодо забезпечення працівників необхідними соціальними благами, запровадження базових принципів етики бізнесу, превентивних заходів збереження навколишнього середовища, турботливого ставлення до місцевих громад, а також дотримання основних напрямів соціальної політики на національному рівні. Запропоновано проведення просвітницьких програм з питань підвищення обізнаності компаній про принципи і практики впровадження соціальної відповідальності для розповсюдження досвіду підприємців та компаній-лідерів, в тому числі міжнародних.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, соціальні блага, бізнес, екологія, ресурси, соціальні інвестиції, рейтинги.

Dmytriv B. Yu. DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Purpose. The aim of the article is to disclosure features of corporate social responsibility (CSR) of enterprises and substantiation of the need for its development in Ukraine.

Methodology of research. Systematic and dialectical approaches are applied in the article and methods are used to achieve this goal: abstract and logical – when setting the goal and tasks of the research; monographic – in the study of literary sources, legislative and other legal acts; sociological surveys – when generalizing CSR experience; statistical and economic – when collecting, processing data to evaluate CSR effectiveness.

Findings. It is established that CSR programs / activities in Ukrainian companies are not strategic in nature, and are mainly developed under the influence of company management. A low level of stakeholder dialogue has been identified in generating ideas for the development and implementation of CSR programs / activities, as the main source of ideas is management and company staff. More than half of Ukrainian companies do not have corporate-wide tools for implementing CSR policy; have not formed their opinion on the development of social responsibility.

The study showed that in general, Ukrainian big business is fully ripe for the implementation of advanced social responsibility models based on sustainable development goals and is ready for the implementation of large-scale and long-term social projects. It is substantiated that in the conditions of business globalization the very fact of socially responsible business conduct is an important factor in the investment attractiveness of companies, contributes to the increase of profitability.

Originality. It is proposed to introduce benefits (tax, customs) for companies that implement CSR, especially for those working on issues of energy efficiency of production capacity, use of energy of renewable resources, make social investments and recognition by the authorities of companies that implement CSR premiums, awards, national and regional ratings of companies on various CSR issues.

Practical value. Corporate social responsibility should be an integral part of society's sustainable development, taking into account factors for providing workers with the necessary social benefits, introducing basic principles of business ethics, preventive environmental measures, caring attitudes towards local communities, and adhering to the basic social policy directions. It is suggested to carry out educational programs on raising awareness of companies about the principles and practices of introducing social responsibility for spreading the experience of entrepreneurs and leading companies, including international ones.

Key words: corporate social responsibility, sustainable development, social benefits, business, ecology, resources, social investments, ratings.

ДМЫТРИВ Б.Ю. РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Цель. Раскрытие особенностей корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятий и обоснование необходимости ее развития в Украине.

Методика исследования. Для достижения поставленной цели применены системный и диалектический подходы и использованы методы: абстрактно-логический – при постановке целей и задач исследования; монографический – при изучении литературных источников, законодательных и других нормативно-правовых актов; социологических опросов – при обобщении опыта КСО; статистико-экономический – при сборе, обработке данных для оценки эффективности КСО.

Результаты. Установлено, что программы/мероприятия по КСО в украинских компаниях не имеют стратегического характера, развиваются в основном под влиянием руководства компании. Выявлен низкий уровень диалога компаний со стейкхолдерами в генерировании идей для разработки и внедрения программ/мер по КСО, поскольку главным источником идей является руководство и сотрудники компаний. Больше половины украинских компаний не имеют общекорпоративных инструментов реализации политики КСО, не сформировали своего мнения по развитию социальной ответственности. Исследование показало, что в целом украинский крупный бизнес вполне созрел для внедрения передовых моделей социальной ответственности на основе целей устойчивого развития и готов к реализации масштабных и долгосрочных социальных проектов. Обосновано, что в условиях глобализации бизнеса сам факт социально ответственного ведения бизнеса является важным фактором инвестиционной привлекательности компаний, способствует росту рентабельности.

Научная новизна. Предложено введение льгот (налоговых, таможенных) для компаний, внедряющих КСО, прежде всего для работающих над вопросами повышения энергоэффективности использования производственных мощностей, использования энергии возобновляемых ресурсов, осуществляющих социальные инвестиции и признание со стороны власти компаний, которые внедряют КСО, путем введения премий, наград, национальных и региональных рейтингов компаний по различным вопросам КСО.

Практическая значимость. Корпоративная социальная ответственность должна быть неотъемлемой составляющей устойчивого развития общества с учетом факторов по обеспечению работников необходимыми социальными благами, внедрению базовых принципов этики бизнеса, превентивных мер сохранения окружающей среды, бережного отношения к местным общинам, а также соблюдению основных направлений социальной политики на национальном уровне. Предложено проведение просветительских программ по вопросам повышения осведомленности компаний о принципах и практике внедрения социальной ответственности для распространения опыта предпринимателей и компаний-лидеров, в том числе международных.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, социальные блага, бизнес, экология, ресурсы, социальные инвестиции, рейтинги.