

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-23>
УДК 621:364:797:664

Зубачова В.І.

студентка,
Запорізький національний університет

Урусова З.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Запорізький національний університет

Zubachova Valeriia, Urusova Zynaida

Zaporizhzhia National University

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ БІЗНЕСУ ШЛЯХОМ СТАНОВЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

FORMATION OF SOCIAL STANDARDS OF BUSINESS THROUGH THE FORMATION OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Актуальність теми дослідження зумовлена проблемами корпоративної соціальної відповідальності управлінців, більш ефективного та безпечного розвитку бізнесу, соціального захисту робітників. Метою статті є дослідження корпоративної соціальної відповідальності як складника національного бізнесу та перегляд перспективних напрямів її розвитку в Україні, а також спроба дослідити перспективи практики використання концепції сталого розвитку на вітчизняних підприємствах. Методика: використання статистичних даних для аналізу складу учасників Глобального договору ООН за типом організації та сферою діяльності, визначення особливостей соціальної відповідальності бізнесу. Результати роботи: переглянуто основні недоліки соціальної відповідальності бізнесу в Україні; визначено перспективи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні з використанням структурно-функціонального методу. Наукова новизна полягає у систематизації підходів та напрямів розвитку соціальної корпоративної відповідальності як сприяння сталому економічному розвитку. Практична значущість полягає у впровадженні основних положень концепції сталого розвитку за допомогою використання додаткового модулю до корпоративних інформаційних систем з інформацією про основні положення концепції сталого розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), соціально відповідальний бізнес (СВБ), корпоративні інформаційні системи (КІС), сталий розвиток, партнерство, реструктуризація.

Актуальность темы исследования обусловлена проблемами корпоративной социальной ответственности управленцев, более эффективно и безопасного развития бизнеса, социальной защиты работников. Целью статьи является исследование корпоративной социальной ответственности как составляющей национального бизнеса и выделение перспективных направлений ее развития в Украине, а также попытка исследования перспектив практики использования концепции устойчивого развития на отечественных предприятиях. Методика: использование статистических данных для анализа состава участников Глобального договора ООН по типу организации и сферы деятельности, определение особенностей социальной ответственности бизнеса в Украине. Определены перспективы развития социальной ответственности бизнеса в Украине с использованием структурно-функционального метода. Научная новизна заключается в систематизации подходов и направлений развития социальной корпоративной ответственности как содействие устойчивому экономическому развитию. Практическая значимость заключается во внедрении основных положений концепции устойчивого развития посредством использования дополнительного модуля в корпоративные информационные системы с информацией об основных положениях концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность (КСО), социально ответственный бизнес (СВБ), корпоративные информационные системы (КИС), устойчивое развитие, партнерство, реструктуризация.

The relevance of the research topic is due to the problems of corporate social responsibility of managers, more effective and safer business development, social protection of workers. The aim of the article is corporate social responsibility as a component of national business and a review of promising areas of its development in Ukraine, as well as an attempt to explore the prospects of using the concept of sustainable development in domestic enterprises. Methodology: use of statistical data to analyze the composition of the UN Global Compact by type of organization and field of activity, to determine the features of corporate social responsibility and to review the main criteria for the implementation of social responsibility policy. Results of work: the main shortcomings of social responsibility of business in Ukraine which are formed from limited mechanisms of practical encouragement of social responsibility of business are reconsidered; opposition of society and government to each other; incorrect information about the social responsibility of business in Ukraine, the closure of companies to the general public; lack of finances for participation in social investment; low level of legal awareness of business; distrust of cooperation. Prospects for the development of social responsibility of business in Ukraine using the structural-functional method are identified. The dynamics of enterprises - participants of the UN General Agreement in Ukraine since 2016, which joined the implementation of social standards of responsibility, using the methods of economic and statistical analysis. It is determined that the concept of sustainable development in corporate systems will be able to cover such functional tasks as staff training and testing; providing information to the manager; additional medical and social insurance of employees, providing assistance in crisis situations, which is especially important in today's conditions. Scientific novelty lies in the systematization of approaches and directions of development of social corporate responsibility as promotion of sustainable economic development. The practical significance lies in the implementation of the main provisions of the concept of sustainable development in corporate information systems.

Key words: corporate social responsibility (CSR), socially responsible business (CSR), corporate information systems (CIS), sustainable development, partnership, restructuring.

Постановка проблеми. Формування соціальної відповідальності бізнесу останніми роками набуває все більшого визнання. Розвинуті країни зосереджують сприйняття суспільством бізнесу не лише з погляду його прибутковості, а й ціни та наслідків отримання прибутку. Мається на увазі, що до ринкового механізму функціонування суб'єктів господарської діяльності включаються соціальна та екологічна функції, а це, своєю чергою, відображається у ринковій вартості компанії.

Дані процеси в Україні лише зароджуються. Найбільший інтерес у становленні корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у нашій країні проявляють лише деякі менеджери-практики провідних фінансово-промислових груп та компаній, які провели первинне публічне розміщення акцій на міжнародних фондових біржах.

На даному етапі ще не сформовано науково-методичний фундамент, спостерігається відсутність загальноприйнятих стандартів і моделей соціальної відповідальності бізнесу, що зумовлює високу варіативність та низький рівень корпоративних форм активності національного бізнесу.

Саме така ситуація спонукає до аналізу необхідності формування підходів до розроблення адаптованої до сучасних умов державотворення концепції корпо-

ративної соціальної відповідальності на рівні держави та аналізу сучасних тенденцій впровадження окремих напрямів соціальної відповідальності в Україні.

Також останнім часом у суспільстві постають проблеми більш ефективного та безпечного розвитку людства, збереження навколишнього середовища, соціального захисту робітників, екологізації виробництва, а найголовніше – інформатизації як одного з головних імпульсів розвитку прогресу та суспільства, дані питання охоплює концепція сталого розвитку. Ефективне інформування щодо основ концепції сталого розвитку сьогодні є одним із першочергових завдань для розвитку соціально етичного бізнесу та світової економіки. Таким способом може стати впровадження додаткових можливостей у корпоративних інформаційних системах (КИС) [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значущі наукові дослідження соціальної відповідальності бізнес-структур представлено роботами Е. Карнегі, Ф. Берлі, Г. Мінза, Г. Гантта, О. Тіда, М. Фрідмана. У сучасній українській науці цю проблему розглядають такі вчені, як І. Давіденко, Ю. Петруніна, В. Борисова, І. Кириченко, П. Яницький, П. Калита, О. Василик, М. Долішний, В. Геєць, В. Осєцький, А. Чухно. Проте зазначена проблема потребує подальшого поглибленого вивчення.

Однак сьогодні бракує досліджень стосовно соціальної відповідальності бізнесу, майже не досліджується поєднання сучасних можливостей інформаційного простору, інформатизації та створення сучасних корпоративних інформаційних систем для впровадження стандартів концепції сталого розвитку, навіть окремих її елементів – соціальних, етичних, екологічних стандартів бізнесу.

Мета статті полягає у дослідженні з практичного та теоретичного боків становлення концепції сталого розвитку корпоративної соціальної відповідальності на макро- та мезорівні для вирішення ключових суспільних проблем, а також виробленні рекомендацій у цій сфері для вітчизняних компаній.

Вклад основного матеріалу. У сучасному бізнес-середовищі існує декілька підходів до трактування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ):

1) соціальна відповідальність підприємства полягає у зростанні та максимізації прибутку;

2) соціальна відповідальність підприємства є способом управління бізнес-процесами для забезпечення позитивного впливу на суспільство;

3) КСВ як зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом для підвищення якості життя [2];

4) соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [3].

Практика соціальної відповідальності бізнесу стала для українських підприємств звичним явищем, більшість топ-менеджерів знає про СВБ, але не всі його впроваджують. Філантропія та пожертвування на соціальні заходи та потреби, потреби армії є найпоширенішими формами КСВ в Україні.

Сьогодні в Україні ключовими компаніями, в яких функціонують норми корпоративної відповідальності, є провідні транснаціональні корпорації та вітчизняні компанії – лідери формування КСВ в українському бізнес-середовищі. Це, зокрема, ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Перший український міжнародний банк», ПАТ «Карлсберг Україна», ПАТ «Концерн «Хліб-пром», Компанія «МЕТРО Кеш енд Кері Україна», ТМ «Watsons», ПрАТ «Київстар» [3].

Глобальною ініціативою, що дає змогу компаніям забезпечити відповідність своєї діяльності та стратегії десяти загальним принципам у сфері прав людини, трудових відносин, збереження довкілля й протидії корупції, є Глобальний договір ООН (ГД ООН). Глобальний договір ООН – це добровільна ініціатива, що є найчисельнішою за кількістю країн (понад 200) та кількістю компаній (понад 6 тис.). Вона об'єднує компанії, агентства ООН, бізнес-асоціації, неурядові організації, академічні інституції, громадські організації в єдиний глобальний форум задля сталого розвитку через відповідальне та інноваційне корпоративне лідерство [4].

Мережа ГД в Україні була визнана однією з трьох найактивніших мереж ГД у світі у 2009 р. та отримала нагороду за внесок у справу розбудови та поширення ініціатив ГД ООН. За період від дати офіційної презентації ГД ООН в Україні (26 квітня 2004 р.) кількість

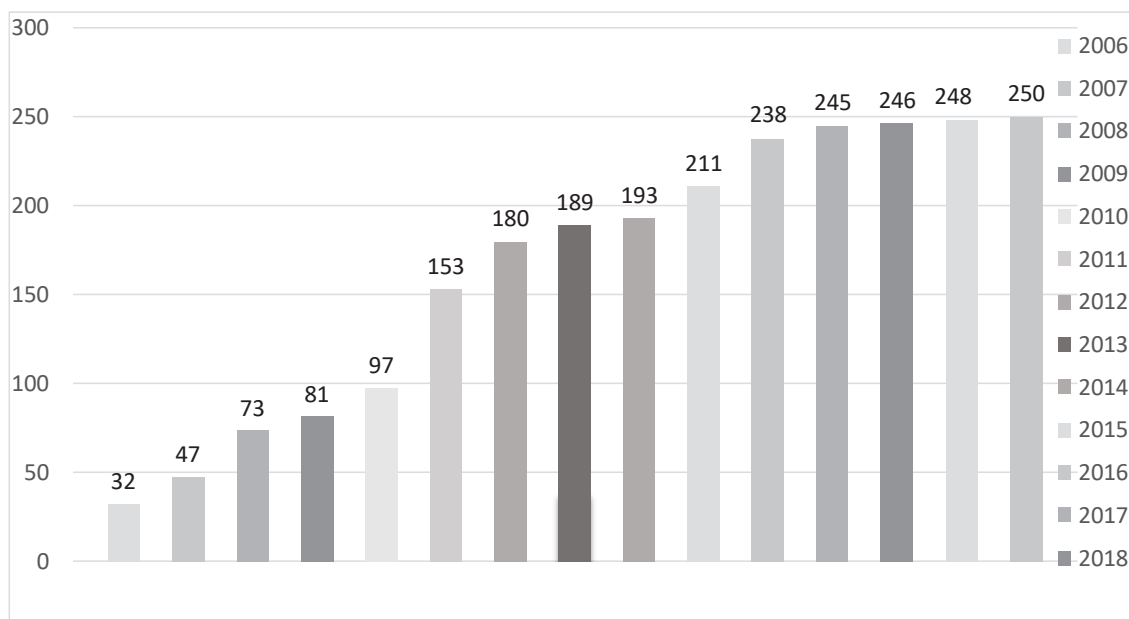


Рис. 1. Динаміка підприємств – учасників ГД ООН в Україні з 2016 р. по 1 березня 2020 р.

Джерело: сформовано на основі [3; 5]

Переваги та недоліки проведення підприємством політики соціальної відповідальності

Переваги	Недоліки
<ol style="list-style-type: none"> 1. Вдосконалення процесу управління. 2. Підвищення суспільного іміджу організації. 3. Підтримка життєздатності бізнесу як системи. 4. Відповідність бізнесу соціокультурним нормам. Зниження ризиків. 5. Нові шляхи вирішення соціальних проблем. 6. Можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес. 7. Можливість виходу на нові ринки. 8. Можливість отримання фінансування зі спеціалізованих фондів. 9. Збільшення обсягів продажу та частки ринку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відмова від максимізації прибутку. 2. Витрати на соціальну активність. 3. Розмивання основних цілей бізнесу. 4. Відсутність у бізнесу необхідних ресурсів. 5. Недостатній рівень інформування громадськості у соціальній сфері.

Джерело: сформовано на основі [7]

компаній-підписантів зростає до 200 (2014 р.). У середньому щороку до нього долучалися 23 компанії, що діють на території нашої держави. З огляду на те, що станом на 1 квітня 2019 р. в Україні зареєстровані 1 312 302 суб'єкти ЄДРПОУ, навіть офіційно 245 соціально відповідальних компаній – це мізерна частка, адже їх тільки близько 0,018% всіх підприємств України, тому перебільшувати успіхи та здобутки розвитку КСВ в Україні не варто [5].

Аналіз складу учасників ГД ООН за типом організації та сферою діяльності також дає змогу визначити особливості соціальної відповідальності бізнесу. Виявляється, що станом на квітень 2019 р. серед тих, хто долучився до ГД ООН, майже половину (42,3%) становлять неурядові організації (міжнародні та місцеві), 9,5% – організації громадського сектору. Водночас серед учасників Договору тільки кожний сьомий (14,3%) є великою компанією. Рівно стільки ж є суб'єктів малого та середнього бізнесу. Крім того, участь у ГД ООН беруть 16 бізнес-асоціацій (8,5% загалом) та 21 інша організація (11,1% загалом), якими є науково-освітні установи, фонди, профспілки (рис. 1) [5].

Отже, як бачимо, серед тих організацій, які демонструють відданість міжнародним принципам соціальної відповідальності, великі, середні та малі компанії становлять меншість, а саме 28,6% загалом. Проте слід зважати на те, що кількість компаній, які практикують СВБ, не є сталою величиною. Зокрема, за даними спільноти «Соціально відповідальний бізнес», принаймні 135 українських підприємств та фірм уживають заходів, що пов'язані із соціальною відповідальністю [6].

Потреба розвитку організацій та підприємств у рамках концепції сталого розвитку викликає доцільність запровадження на підприємствах додаткового модулю до КІС, за допомогою якого можна надавати інформацію персоналу щодо положень концепції сталого розвитку, підвищувати кваліфікацію персоналу, оцінювати персонал щодо використання таких знань у роботі. Функціонування такого модулю у структурі корпоративних інформаційних систем допоможе вдосконалити функціонування управлінських ланок усіх рівнів. Сучасна управлінська парадигма формується

на засадах концепції сталого розвитку та комплексної інформатизації управлінських процесів [7].

Нижче наведено переваги та недоліки проведення підприємством політики соціальної відповідальності (табл. 1).

Серед відмінних рис української моделі КСВ можна виділити такі:

1. Відсутність в Україні ідеології соціально відповідального підприємництва. Цю думку поділяють 64% опитаних керівників у Чернігівській області. Вони вважають, що вітчизняному бізнесу властивий низький рівень громадянської самосвідомості.

2. Вимушений характер соціальної відповідальності бізнесу в Україні. В опитуванні часто висловлювалася думка, що КСО є відповіддю на запит влади, а деякі навіть вважають це формою державного рекету. До речі, це опосередковано підтверджується невеликою кількістю компаній, які приєдналися до Глобального договору ООН в Україні.

3. Відсутність прозорих процедур вироблення соціальної політики як на рівні держави і регіонів, так і на рівні підприємств. Залежність форм і методів соціальної активності компаній від особистих уподобань та інтересів керівників і власників. Це зумовлено в тому числі і підвищенням ролі керівників у післяприватизаційний період.

4. Висока варіативність форм соціальної активності, сформованих на окремих підприємствах і в компаніях, у тому числі й шляхом власного балансу між економічною ефективністю та соціальною необхідністю.

5. Висока диференціація соціальних корпоративних пілг, які, особливо останнім часом, орієнтовані на топ-менеджерів вищого рівня та деякою мірою на висококваліфіковані кадри.

6. Значний розрив між суспільством і бізнесом у розумінні пріоритетів соціальної відповідальності [7].

Вирішенням цих проблем може стати впровадження податкових пілг для соціально відповідальних компаній. Це забезпечить їх фінансовими ресурсами, створить межі порозуміння між суспільством, владою та бізнесом.

Розуміння сучасними керівниками сутності концепції сталого розвитку визначає рівень їхньої відпо-

відальності перед суспільством, організацією та колективом у декількох аспектах, а саме екологічному, економічному, соціальному, та в аспекті розвитку інформаційної моделі інвестиційного складника в управлінській діяльності.

Окрім того, також необхідно:

- використовуючи етичні принципи соціальної відповідальності бізнесу, розробити національні стандарти для мезо- та макрорівнів;

- розробити критерії для визначення соціально відповідальних компаній та запровадити їх публічне рейтингове ранжування;

- запровадити дієві мотиваційні механізми застосування стандартів соціальної відповідальності, особливо в частині суспільного визнання та формування позитивного іміджу компаній;

- запровадити соціальну звітність для всіх господарюючих суб'єктів для вивчення реального стану справ у державі.

Інші напрями цієї діяльності мають з'явитися як наслідок наукової та фахової дискусії.

Викладена концепція та шляхи трансформації її в соціально-економічний простір України дадуть змогу збільшити привабливість економічної діяльності, поліпшити фінансово-економічний стан суб'єктів підприємства та їх взаємодію із суспільством, якісно змінити стандарти життя громадян [7].

Висновки. Аналіз корпоративної соціальної відповідальності в Україні виявив суттєві розбіжності в розумінні КСВ серед підприємців. На особливостях сприйняття сутності КСВ позначилися також масштаб та фінансове становище підприємств. Значна фрагментарність у розумінні громадянами сутності КСВ підтверджує, що сьогодні КСВ ще не стала стратегічною концепцією розвитку підприємств. Багато в чому їй

перешкоджає недосконала законодавча база щодо мотивації здійснювати добровільні соціальні інвестиції.

Результати дослідження свідчать, що соціальні показники впливають на репутацію компанії вдвічі більше, ніж економічні, що у довгостроковій перспективі призведе до збільшення її частки ринку та істотного зростання прибутковості через лояльність споживачів до продукції соціально відповідальної компанії. Перспектива подальших досліджень пов'язана з визначенням ефективності та пріоритетів концепції КСВ в умовах фінансово-економічної кризи.

В умовах необхідності втілення у діяльність підприємства нової концепції, яка передбачає орієнтацію на цінності, забезпечення індивідуальності брендів на ринку та у свідомості споживачів, важливою передумовою успішного функціонування організації на ринку є використання нею концепції КСВ, спрямованої і на власних працівників, і на різних суб'єктів ринку. Концепція сталого розвитку в корпоративних системах зможе охопити такі функціональні завдання, як навчання й тестування персоналу, надання інформації управлінцю. Управлінець як професіонал, що використовує системний підхід до прийняття управлінських рішень, потребує отримання чіткої інформації, на якій можуть ґрунтуватися його рішення. Додаткова концепція у корпоративних системах дасть можливість управлінцю приймати більш сприятливі рішення для розвитку людства загалом.

Реструктуризація корпоративних систем на сучасних українських підприємствах як процес, що робить безпосередній акцент на концепції сталого розвитку, свідчить про соціальну відповідальність керівників такого підприємства, отже, говорить про їх прагнення поліпшувати економічну, соціальну та екологічну ситуацію в країні та світі загалом.

Список літератури:

1. Єсіна О.Г., Лінгур Л.М. Формування соціальних стандартів бізнесу в контексті реструктуризації корпоративних інформаційних систем. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 40. С. 107–111.
2. Воробей В. Аналіз національних стратегій СББ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СББ. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: http://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Analysis_of_National_CSR_Strategies__UA_.pdf (дата звернення: 20.05.2020).
3. Гайдученко Ю.М., Рядинська І.Д. Корпоративна соціальна відповідальність в українському бізнес-середовищі. *Економіка та управління підприємствами*. 2015. Вип. 15. С. 177–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znrkhnpu_eko_2015_15_20 (дата звернення: 20.05.2020).
4. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. *Соціально відповідальний бізнес* : вебсайт. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilnota_svb.pdf (дата звернення: 20.05.2020)
5. Компанії, що практикують СББ. *Соціально відповідальний бізнес* : вебсайт. URL: <http://www.svb.org.ua/companies> (дата звернення: 20.05.2020).
6. Цілі сталого розвитку: Україна. *Сайт представництва ООН в Україні*. URL: <http://www.un.org.ua/ua/component/search/?searchword=sustaina&searchphrase=any&ordering=newest&limit=50> (дата звернення: 20.05.2020).
7. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2019. № 2. С. 114–122. URL: <https://dse.org.ua/archive/12/11.pdf> (дата звернення: 20.05.2020).

References:

1. Yesina O. H., Linhur. L. M. (2019) Formuvannia sotsialnykh standartiv biznesu v konteksti restrukturyzatsii korporativnykh informatsiinykh system [Formation of social business standards in the context of restructuring of corporate information systems] *Prychornomorski ekonomichni studii* (electronic journal), no. 40, pp. 107–111. (accessed: 20 May 2020).

2. Vorobey V. (2010). Analiz natsional'nykh stratehiy SVB. Propozytsiyi dlya Natsional'noyi stratehiyi rozvytku SVB [Analysis of national CSR strategies. Proposals for the National CSR Development Strategy]. Available at: http://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Analysis_of_National_CSR_Strategies__UA_.pdf (accessed: 20 May 2020).
3. Hayduchenko Y.M., Ryadinska I.D. (2015). Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' v ukrayins'komu biznessere-dovyshchi [Corporate Social Responsibility in the Ukrainian Business Environment]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpri-yemstvami* (electronic journal), vol. 15, pp. 177-187. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_eko_2015_15_20 (accessed: 20 May 2020).
4. Stratehiia spriannya rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini na period do 2020 roku [Strategy to promote the development of corporate social responsibility in Ukraine until 2020]. *Socialno vidpovidalnij biznes* (website) Available at: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201310_strategiya_spriannya_rozvitku_svb_v_ukrayini_spilno-ta_svb.pdf. (accessed: 20 May 2020).
5. Kompaniyi, shcho praktykuyut' SVB [Companies practicing CSR]. *Socialno vidpovidalnij biznes* (website). Available at: <http://www.svb.org.ua/companies> (accessed: 20 May 2020).
6. Cili stalogo rozvitku: Ukrayina. [Sustainable development goals: Ukraine]. *Sayt predstavnytstva OON v Ukrayini* (website). Available at: <http://www.un.org.ua/ua/what-rio> (accessed: 20 May 2020).
7. Murashko M.I. (2019). Kontseptualni osnovy sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Conceptual bases of social responsibility of business in Ukraine.] *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika* (electronic journal), no. 2, pp. 114-122. Available at: <https://dse.org.ua/archive/12/11.pdf> (accessed: 20 May 2020).