

5. Труш І.Є. Державний фінансовий контроль в умовах економічних трансформацій. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2017. №14. С.141-144

Яворська Надія Вікторівна

Спеціаліст I-ої категорії архівного
відділу тернопільської міської ради
nadya.javorska@gmail.com

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність, поряд із соціальною активністю, самостійністю у прийнятті і реалізації рішень, вмінням конструктивно взаємодіяти з навколишнім середовищем, є однією з ключових компонентів соціальної зрілості особи як члена суспільства. Виявлені раніше соціальні передумови формування механізму соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні зумовлюють необхідність визначення стану готовності вітчизняного підприємництва до реалізації СВБ за соціальними мотивами, внутрішньою спонукальною силою до пошуку економічних можливостей до суспільно значущих дій. Це є важливим при формуванні механізму СВБ, адже врахування готовності підприємництва до соціально-економічно відповідальних дій є основним для визначення напрямів державної політики в сфері СВБ.

Розуміючи соціальну готовність підприємництва до СВБ як сукупність стійких і ситуативних особистісних і групових установок на цілеспрямовані дії щодо дотримання балансу інтересів суспільства і досягнення власних економічних і соціальних цілей в процесі здійснення господарської й економічної діяльності, можна виділити в цьому явищі дві змістовні компоненти: мотиваційну і діяльнісну.

Перша компонента відображає силу потреби у соціальній реалізації, усвідомленої необхідності причетності до суспільного розвитку і може бути виявлена через суб'єктивну оцінку важливості реалізації СВБ.

Друга компонента може розглядатися у праксеологічному контексті – як вибір оптимальних напрямів, засобів, інструментів реалізації СВБ, які дозволяють збалансувати інтереси підприємницької структури і суспільства найкращим чином, виходячи з визначених нею критеріїв. Діяльнісна компонента передбачає не тільки поєднання теоретичного підґрунтя й емпіричного досвіду у реалізації СВБ, але й виявлення її

«вузьких місць», на усунення яких спрямовується підприємницька структура, обираючи відповідні інструменти СВБ. Це передбачає оцінку ступеня реалізації СВБ у певних напрямках, тобто, поточного ступеня збалансованості інтересів суспільства і підприємництва за сприйняттям останнього.

Важливим аспектом мотиваційної компоненти є те, що соціальна реалізація підприємництва може здійснюватися різними інструментами, вибір яких – виключна прерогатива підприємницької структури, виходячи з її власних інтересів, а отже – невисокий рівень СВБ в у окремому напрямі, недоступному для підприємницької структури з певних причин, може бути компенсований іншим напрямом СВБ.

Враховуючи, що соціальна відповідальність переслідує досягнення спільних цілей, постає питання про її ефективність в умовах, коли усі стейкхолдери (зацікавлені сторони) українського суспільного процесу (державна та місцева влада, неприбуткові організації, бізнес-партнери, ЗМІ, місцева громада, пересічні громадяни, освітні установи, різного роду асоціації, донорські організації та ін.) стоять осторонь СВБ. Або кожен з них функціонує, переслідуючи лише власні цілі, незважаючи на інтереси і прагнення партнера чи, що найгірше, діє на противагу. Нами бачиться, що на даний час в Україні необхідним є застосування ефективних систем соціального діалогу (узгодження цілей, спільного планування та прийняття рішень), що стане базисом соціального партнерства «вищого порядку» [1, с. 241], де здійснюється спільна діяльність представників різних груп соціальних інтересів (держави – бізнесу – праці – широкого представництва громадянського суспільства) на основі кооперації зусиль та ресурсів для реалізації взаємоприйнятих завдань і досягнення спільних інтересів.

Пропонуючи види СВБ для малого, середнього та великого бізнесу, ми переслідуюмо поділ підприємств не за галузевим принципом, а, швидше, за величиною можливостей, зокрема, фінансових щодо реалізації різноманітних СВБ ініціатив, а також можливість їх застосування на національному, регіональному та місцевому рівнях. Основоположним для усіх видів бізнесу є юридична відповідальність, тобто, функціонування у відповідності з законом. А також фундаментальним має стати соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу – керівництво соціальною відповідальністю при здійсненні кожного кроку в діяльності організації, при прийнятті кожного рішення. Практичною реалізацією СВБ до цих основоположних принципів є соціальні проекти, можливості щодо

реалізації яких залежать від розміру бізнесу. Таким чином, малий бізнес реалізує проекти, спрямовані на внутрішнє та робоче середовище компанії (орієнтовані на працівників компанії, її клієнтів, постачальників або модифікацію інфраструктури/виробництва). Середній бізнес долучає реалізацію зовнішніх соціальних проектів, що не відповідають ключовій бізнес-діяльності компанії (фінансування спортивних команд, дітей-сиріт, підтримка виставок тощо). А великий бізнес починає реалізовувати зовнішні соціальні проекти, пов'язані з ключовою бізнес-діяльністю компанії (наприклад, створення інформаційних освітніх порталів компанією-виробником програмного забезпечення; санітарні бюлетені у поліклініках, виготовлені медичним підприємством).

Це не означає, що середній за розміром бізнес не може реалізовувати проекти, пов'язані з їх ключовою бізнес-діяльністю чи малий бізнес не може долучатися до зовнішніх соціальних проектів, наприклад, через дольову участь. Проте на такі ініціативи необхідні більші фінансові можливості (що є визначальним фактором на даному етапі розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні), якими зазвичай володіє великий бізнес.

Найважливішим результатом реалізації напрямків розвитку СВБ в Україні повинно стати закладення відповідальності у самій ідеї створення майбутніх бізнес-організацій. Тобто, має набути поширення тенденція створення соціальних підприємств (як невіддільної складової концепції соціально відповідального бізнесу), які націлюють підприємця на виявлення недоліків ринку, знаходження можливості акумулювати ресурси на розробку нових соціальних рішень, що будуть мати довгостроковий позитивний вплив на функціонування суспільства. Крім того, важливість соціального підприємництва обумовлена легкістю залучення широкого кола зацікавлених сторін та об'єднання навколо спільних цілей – вирішення важливих проблем за ініціативи як самих підприємців, так і на рівні громадських починань. Спектр дії соціального підприємництва є надзвичайно широким, що дозволяє залучити його практично у всі сфери суспільного життя.

Отож, говорячи про майбутнє соціальної відповідальності бізнесу, варто зазначити, що з очікуванням нового економічного циклу в українській економіці, питання факторів диференціації на ринках та капіталізації компаній знову підвищать значення СВБ як управлінської стратегії. Краще і ширше впровадження соціальної відповідальності українськими компаніями може допомогти вирішити соціальні й

екологічні проблеми, створити нові ринки в Україні та за її межами, покращити доступ до них підприємств із вітчизняним капіталом, підвищити капіталізацію українських компаній та забезпечити сталий розвиток країни загалом. На наш погляд, динамічний розвиток СББ – це лише питання часу, коли з'являться сприятливі умови для цього. Водночас, якщо не зміниться економічна ситуація в бік середнього та малого бізнесу, практики української соціальної відповідальності і надалі обертаються навколо великих підприємств з відповідними фінансовими ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Петроє О. Теорія соціального партнерства та її вплив на розвиток концепції соціального діалогу. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип. 4. С. 234–243.