

## КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Шеплякова І. О., к. пед. н, доцент,  
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

Досягнення цілей сталого розвитку суспільства в сучасних умовах передбачає необхідність активізації соціальної позиції бізнес-організацій, залучення їх до участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. Що, своєю чергою, потребує розробки відповідних стратегій, концептуальною основою яких є соціальна відповідальність бізнесу. Адже ця концепція ведення бізнесу дозволяє встановлювати «вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу» [4].

На основі проведеного аналізу джерельної бази встановлено, що, по-перше, у науковій спільноті існують різні підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» (надалі – СВБ), і, по-друге, у якості тотожного аналізованому (у контексті концептуальних засад діяльності бізнес-організацій) використовують термін «корпоративна соціальна відповідальність». Так, за С. Білою, соціальна відповідальність бізнесу – це «концепція бізнес-практики, ... що передбачає відповідальність організацій за вплив їхніх бізнес-рішень і діяльності на суспільство, навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, заснована на добровільній корекції повсякденної практики ведення бізнесу... з огляду на соціальні й екологічні наслідки, а також взаємодію з усіма зацікавленими сторонами (групами впливу)» [1]. На думку В. Воробей, І. Журовської, соціальна відповідальність бізнесу – це «концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу)» [2]. Також з'ясовано, що філософію СВБ обґрунтовано в низці міжнародно-правових джерел, серед яких: Угода про соціальну політику Європейського Союзу; Глобальний договір ООН; Цілі розвитку тисячоліття; Міжнародний стандарт «Керівництво із соціальної відповідальності»; Цілі сталого розвитку та інші. При цьому, за визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку, *корпоративна соціальна відповідальність* – це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують у свою діяльність соціальні та екологічні питання» [3]. Причому в країнах ЄС корпоративну соціальну відповідальність визнано ефективним інструментом державної політики.

Отже, *метою* концепції СВБ, з одного боку, є «спрямувати підприємницьку діяльність на забезпечення сталого розвитку конкретного суспільства та людства, з іншого – формувати позитивну суспільну думку про бізнес, про якість та безпеку продукції (послуг), що, своєю чергою, сприяє зростанню обсягів продажів, збільшує прибутки фірми» [1]. А тому як бізнес-стратегія СВБ зорієнтована на системне розв'язання таких *основних питань*, як: «дотримання прав людини; впровадження соціально-відповідальних трудових практик; захист навколишнього середовища та екологізація виробництва; здійснення доброчесної ділової бізнес-практики; дотримання прав та інтересів споживачів, гарантування безпеки їх життя та здоров'ю; активна участь у

житті суспільства; сприяння переходу суспільства до сталого розвитку» [1]. Своєю чергою, *базовими принципами СВБ*, за С. Білою, є: «регулярна підзвітність та прозорість діяльності фірми; відповідність бізнес-поведінки фірми етичним нормам; повага до інтересів клієнтів, партнерів та суспільства; дотримання норм міжнародного права та прав людини» [1]. На нашу думку, до таких принципів слід також віднести й добровільність.

Зауважимо, що аналізована концепція – це дієвий «спосіб покращити ефективність роботи» [2], а тому повинна бути невід’ємним складником бізнес-стратегії будь-якої компанії. При цьому ефективна реалізація СВБ передбачає взаємодію (постійний діалог) між суб’єктами економічної діяльності і внутрішніми та зовнішніми «групами впливу» (працівниками, клієнтами, громадами, ЗМІ, громадськими організаціями, державними структурами, освітніми інституціями (зокрема регіональними ЗВО) тощо).

Установлено, що перевагами для компаній від практики ведення соціально відповідального бізнесу є: розширення ринків (можливість залучення у проекти та вихід на нові ринки, які без активної стратегії СВБ були б закриті для компанії); зниження плинності трудових кадрів, підвищення привабливості для висококваліфікованих фахівців, а також мотивації росту продуктивності праці; можливість доступу до дешевших фінансових ресурсів (ведення соціально відповідального бізнесу підвищує можливості компаній отримати відносно дешеві кредитні ресурси для розвитку, особливо від міжнародних фінансових інституцій); підвищення капіталізації (впровадження стратегії СВБ підвищує інвестиційну привабливість компанії); підвищення суспільного іміджу (створення образу відповідальної компанії надає маркетингові переваги і є додатковою промоцією) тощо. Так, за статистикою, «70% споживачів в Україні готові платити більше за продукцію компаній, що відповідально ставляться до суспільства та навколишнього середовища» [3].

Отже, концепція соціальної відповідальності – це бізнес-стратегія, що дозволяє через соціально корисну діяльність забезпечувати розвиток бізнесу.

### **Література:**

1. Біла С. О. Соціальна відповідальність бізнесу. *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/Соціальна відповідальність бізнесу](https://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу) (дата звернення: 02.11.2021).

2. Воробей В., Журовська І. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи. *Соціально відповідальний бізнес* : веб-сайт. URL: <http://svb.ua/> (дата звернення: 03.11.2021 р.).

3. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство. *Європейська Бізнес Асоціація* : веб-сайт. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/> (дата звернення: 02.11.2021 р.).

4. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. *Юридична компанії Main Business Partner* : веб-сайт. URL: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu> (дата звернення: 02.11.2021 р.).