

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ
Кафедра публічного управління та адміністрування

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему: «Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в
підприємницькому середовищі»
(назва теми)

Виконав(ла): студент(ка)
магістратури за спеціальністю
281 Публічне управління та
адміністрування
Тетяна Петрівна Сибіга

(прізвище імя та по-батькові)

Керівник: к.н.держ.упр., доцент
кафедри
Микола Іванович Баюк
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та
ініціали)

Рецензент: _____
(науковий ступінь, вчене
звання, прізвище та
ініціали)

Хмельницький – 2022 рік

Анотація

Сибіга Т.П. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в підприємницькому середовищі. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Магістерська робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Хмельницький, 2021. 71 с.

Метою магістерської роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму розвитку соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі.

Розглянуто поняття соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі, визначено роль та інструменти державного регулювання соціальної відповідальності. Узагальнено зарубіжний досвід державного регулювання соціально-відповідальної поведінки, охарактеризовано особливості національних моделей розвитку соціальної відповідальності.

Здійснено аналіз тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, розглянуто нормативно-правове та інституційне забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Обґрунтовано, що забезпечити належний рівень управління соціальною відповідальністю можна через удосконалення відповідного організаційно-економічного механізму, метою якого є забезпечення сталого розвитку на основі налагодження співпраці держави та бізнесу. Розроблено практичні пропозиції щодо сприяння розвитку соціальної відповідальності з використанням можливостей державно-приватного партнерства.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, підприємницьке середовище, взаємодія, бізнес, державно-приватне партнерство.

Summary

Sibyga T.P. Development of social responsibility of business in the entrepreneurial environment. Qualifying scientific paper on copywriting. Master's degree work for obtaining an open master's degree in the specialty 281 Public management and administration. Khmelnytskyi Leonid Yuzkov University of Management and Law, Khmelnytskyi, 2021. 71 p.

The purpose of the master's thesis is to substantiate the theoretical foundations and develop practical recommendations for improving the mechanism of social responsibility development in the business environment.

The concept of social responsibility in the business environment is considered, the role and tools of state regulation of social responsibility are defined. The foreign experience of state regulation of socially responsible behavior is summarized, the peculiarities of national models of the development of social responsibility are characterized.

An analysis of the trend of the development of social responsibility of business in Ukraine was carried out, the legal and institutional provision of social responsibility of business in Ukraine was considered.

It is substantiated that it is possible to ensure the proper level of social responsibility management through the improvement of the appropriate organizational and economic mechanism, the purpose of which is to ensure sustainable development based on the establishment of cooperation between the state and business. Practical suggestions for promoting the development of social responsibility using the opportunities of public-private partnership have been developed.

Keywords: social responsibility of business, business environment, interaction, business, public-private partnership.

ЗМІСТ:

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	8
1.1. Роль держави в стимулюванні розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу	8
1.2. Зарубіжний досвід публічного управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу	14
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	20
2.1. Нормативно-правове та інституційне забезпечення розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні	20
2.2. Тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні	30
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	42
3.1. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю в підприємницькому середовищі	42
3.2. Розвиток публічно-приватного партнерства як складової стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу в підприємницькому середовищі	49
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність теми. Соціальна відповідальність є добровільним рішенням бізнесу брати участь у покращенні життя суспільства та захисту навколишнього середовища. Рух бізнес-структур назустріч суспільству, безумовно, цінний тим, що є проявом доброї волі. Проте деякі країни перетворили корпоративну соціальну відповідальність у відкритий та дуже ефективний інструмент державної політики. І суб'єкти господарювання намагаються відповідати вимогам громадської думки та державних органів. Держава отримує відчутні вигоди від політики, спрямованої на вдосконалення КСВ: дотримання законодавчих норм, зниження витрат уряду на соціальну сферу та охорону навколишнього середовища, зниження соціальної напруги. Відповідне законодавство вже існує у розвинутих країнах, роботу в цьому напрямку веде і Україна. Зазначене обумовило вибір теми дослідження, його мету та завдання.

Проблеми розвитку соціальної відповідальності, характеристика основних форм і моделей взаємодії держави і бізнесу розглядаються у працях таких науковців як: Г. Боуєн, М. Фрідмен, А. Керолл, П. Друкер, В. Воробей, О. Зінченко, А. Харченко, А. Колот, Н. Супрун, О. М. Сазонець, А. А. Терebій, С.В. Філіппова, Л. В. Фролова, С. О. Єрмак, О. І. Чижішин. Незважаючи на вагомий внесок зазначених науковців, залишається ряд невирішених організаційних-правових проблем стимулювання взаємодії держави і бізнесу для вирішення соціально значущих проблем.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму розвитку соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі.

Для досягнення мети було поставлено такі завдання:

обґрунтована роль держави в стимулюванні розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу;

узагальнено зарубіжний досвід публічного управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу;

проаналізовано нормативно-правове та інституційне забезпечення розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні;

проведено аналіз тенденцій розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні;

опрацьовано напрями удосконалення організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю в підприємницькому середовищі;

обґрунтовано напрями розвитку публічно-приватного партнерства як складової стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу в підприємницькому середовищі.

Об'єкт дослідження є механізм публічного управління розвитком соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі.

Предмет дослідження теоретичні і практичні аспекти удосконалення механізму розвитку соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять наукові, науково-методичні дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених з соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі. У магістерській роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що дало змогу забезпечити всебічність вивчення проблеми та достовірність сформульованих висновків. Для досягнення поставленої мети та вирішення відповідних завдань використані такі загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу, індукції та дедукції – для дослідження понятійного апарату; інституційного підходу – для визначення ієрархічної структури та змісту елементів механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу; порівняльного аналізу – для вивчення досвіду стимулювання соціальної

відповідальності в зарубіжних країнах; системного підходу – для визначення проблем розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, обґрунтування напрямів стимулювання їх розвитку на регіональному рівні; метод формалізації - під час розробки заходів удосконалення механізму інституційної участі підприємницьких структур в процесах вирішення соціальних проблем громади.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з проблем розвитку соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі розвитку державно-приватного партнерства в Україні, нормативно-правові акти та статистичні матеріали, дослідницькі та аналітичні матеріали міжнародних організацій, ресурси мережі Інтернет.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення розроблених у роботу висновків та рекомендацій полягає в тому, що вони можуть бути застосовані органами публічного управління для удосконалення управління соціальною відповідальністю, а також бізнес-структурами у процесі розширення соціальної складової їхньої діяльності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1. Роль держави в стимулюванні розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу

Сучасні тенденції розвитку соціально орієнтованої економіки, пошук нових підходів до ведення підприємницької діяльності та методів прийняття соціально орієнтованих рішень характеризуються суттєвими змінами у соціальній та економічній сферах діяльності суб'єктів господарювання та публічного управління. Управлінські рішення, спрямовані на зниження соціальної напруженості, покращення якості життя населення, захист довкілля, участь у подоланні соціальних проблем набувають особливої актуальності. Все це свідчить про зростання значущості соціальної відповідальності при формуванні стратегічних інтересів бізнесу. Узагальнення економічної літератури [5; 9; 11; 20-22; 25] дозволяє стверджувати, що досі не існує єдиного загальноприйнятого визначення соціальної відповідальності бізнесу, оскільки вчені, міжнародні організації, вітчизняні компанії характеризують це явище з різних сторін: з погляду етичної поведінки, сталого розвитку, навколишнього середовища. У додатку А систематизовано визначення категорії «соціальна відповідальність бізнесу» у розумінні міжнародних організацій, всесвітньо відомих компаній та вчених.

Аналіз наведених трактувань соціальної відповідальності бізнесу дозволив зробити висновок про їхню орієнтацію на визначення таких напрямів та заходів соціально відповідальної діяльності, як: сталий розвиток, екологічні та соціальні проблеми, етичні норми, розвиток місцевих громад, забезпечення потреб персоналу, побудова громадянського суспільства, турбота про

майбутні покоління, споживачів продукції, ділових партнерів, побудова діалогу з суспільством. Жодне з наведених напрямів не претендує на універсальність, оскільки орієнтовано на співробітництво тільки з однією або декількома групами стейкхолдерів суб'єкта господарювання.

Слід звернути увагу на неоднозначність трактування самої суті соціальної відповідальності бізнесу. Зокрема, різні компанії визначають її як зобов'язання, теорію та практику бізнесу, спосіб побудови відносин, напрямок діяльності, сприяння реалізації певних заходів. Таку відмінність у розумінні можна пояснити рівнем інтеграції соціальної відповідальності у ділову практику, яка може варіювати від проведення нерегулярних благодійних акцій до інтеграції соціальних та екологічних цілей підприємства.

Підприємницьке середовище - це сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів, які надають як позитивний, і негативний впливом на діяльність суб'єктів господарювання. Слід погодитися з думкою низки вчених [20; 34; 42] про доцільності розгляду підприємницького середовища як на макро, так і на мікрорівні. Проте з огляду на той факт, що сама держава (органи публічного управління) є стейкхолдером того чи іншого суб'єкта господарювання, виникає подвійний зв'язок – з одного боку держава може і впливати на веткори розвитку соціальної відповідальності, з другого – отримує ефект від такої діяльності.

З погляду бізнесу, узгодження інтересів усіх стейкхолдерів має переважно економічний ефект. Позиція держави ґрунтується на балансі інтересів зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Це обумовлюється тим, що така взаємодія створює основу політичної стабільності загалом.

Способом визначення державних потреб та вирішення їх за допомогою соціальної відповідальності через вплив органів влади, на наш погляд, може бути побудова механізму взаємодії, через налагодження зв'язків рівнів управління. Такий механізм описую чотири основні рівня управління (рис. 1.1): національний, регіонально-галузевий, територіальний та первинний, тобто. лише на рівні організації.

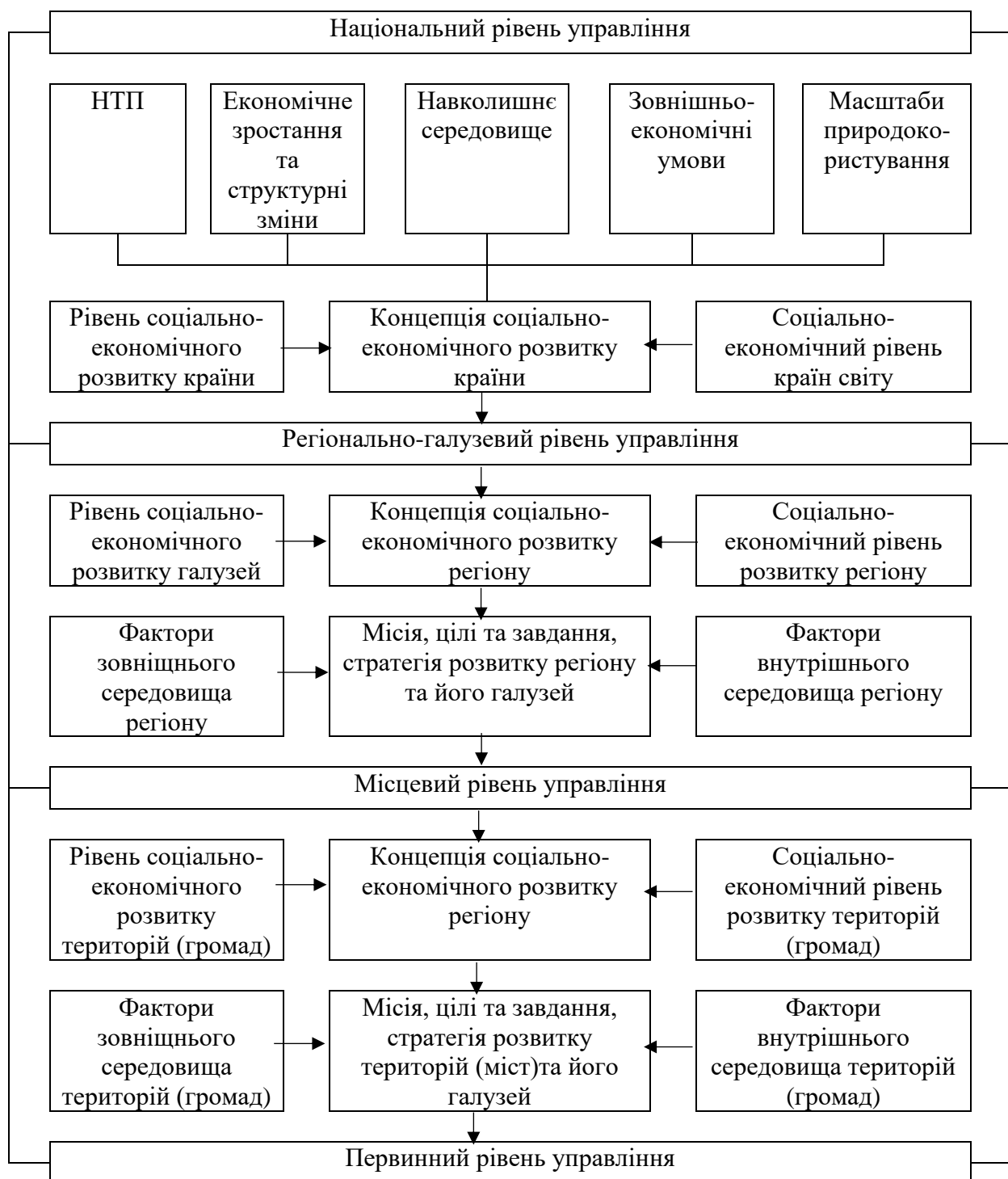


Рисунок 1.1. – Взаємозв'язок рівнів управління соціальною відповідальністю бізнесу в підприємницькому середовищі

Примітка. Складено автором.

Вибудовування представлених взаємозв'язків між цими елементами механізму дозволить створити саморегулююму систему, яка зможе не лише позначати орієнтири підприємства, але буде дуже ефективна у вирішенні завдань самої держави щодо забезпечення стабільності та зростання показників соціальної ефективності.

Соціальна відповідальність формується не всіма суб'єктами економіки. Бізнес та держава, враховуючи інтереси суспільства, відіграють визначальну роль, шляхом встановлення «правил гри» між суб'єктами засобами формальних та неформальних норм, до яких можна віднести «джентльменські угоди» між компаніями та суспільством чи державою, усні домовленості та зобов'язання. Таким чином, соціальна відповідальність може виступати барометром економічного та громадянського розвитку суб'єктів.

Питання про ступінь державного регулювання соціальної відповідальності є дискусійним і непростим з низки причин:

необхідно досягати узгодження норм та не допускати їх протиріч;

наявність законів та норм не замінить ефективності системи правозастосування. Важлива наявність єдиних правил і такого рівня санкцій, який є достатнім для примусу до їх дотримання;

врахування витрат регулювання (державне регулювання завжди пов'язано з більшими витратами, ніж недержавне);

необхідність комбінування норм і заохочень: потрібна взаємодоповнююча комбінація інструментів прямого регулювання у вигляді законів і непрямого стимулювання підприємств до добровільного ведення соціально відповідальної діяльності.

До непрямого стимулювання можна віднести такі принципи:

Залучення. Уряд може створювати умови для розвитку концепції соціальної відповідальності шляхом підтримки практик у цій галузі, запрошуючи бізнес-спільноту та ширше коло зацікавлених осіб до участі у добровільних програмах, проектах з корпоративної відповідальності.

Інформування. Уряд може активно привертати громадську увагу до діяльності та вигод корпоративної відповідальності, а також стимулювати громадське обговорення.

Мотивування за допомогою фінансової підтримки. У разі наявності відповідних ресурсів. Уряд може спрямовувати ресурси на підтримку добровільних ініціатив для максимізації їхнього ефекту.

Мотивування (неекономічний). Уряд може відзначати найкращі практики в галузі соціальної відповідальності шляхом нагородження.

Безперечно, важливим моментом є визнання урядом важливості соціальної відповідальності, публічне вираження позитивного ставлення до компаній, які впроваджують концепцію КСВ. Крім того, уряд може брати участь у процесі як ініціатор і лідер, прихильник поглядів і покровитель, а також стимулювати бізнес за допомогою податкових пільг.

Таким чином, інструменти державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності дуже різноманітні і можуть змінюватись від інформування та пропаганди до створення юридичних норм та стандартів (рис.1.2).

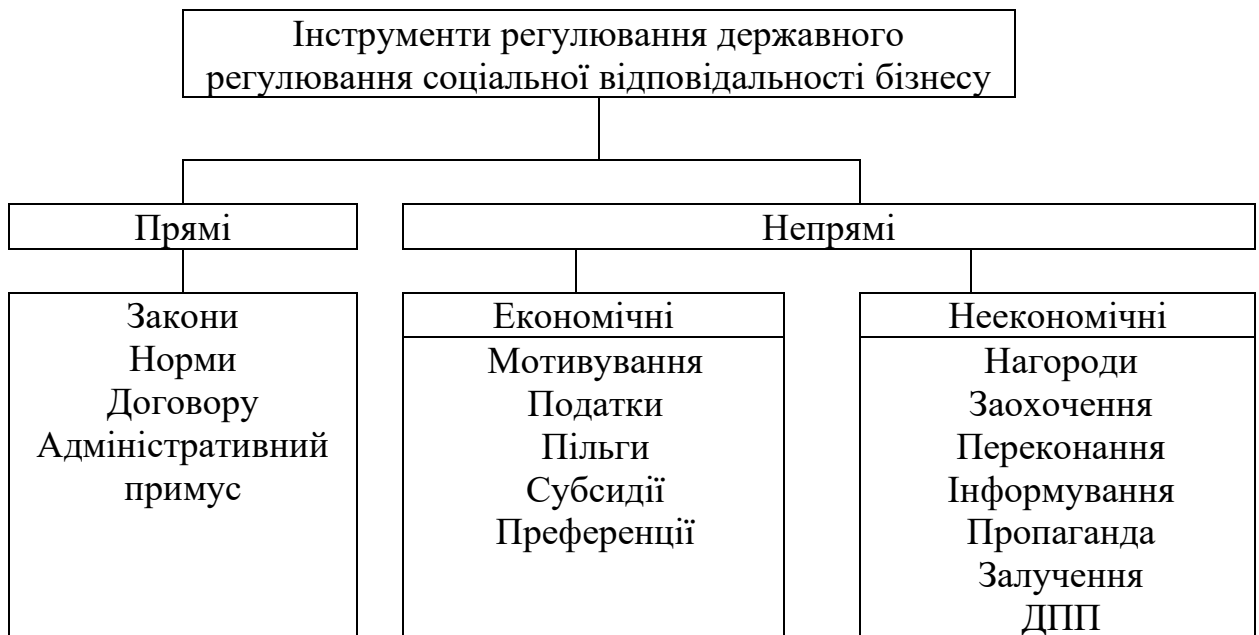


Рисунок 1.2 - Інструменти державного регулювання соціальної відповідальності

Примітки. Складено автором.

Таким чином, роль держави у розвитку корпоративної соціальної відповідальності полягає в орієнтації бізнесу на прояв соціальної ініціативи у трьох сферах: економіка, зайнятість та охорона навколишнього середовища. Держава своїми діями має сприяти реалізації соціальних програм на підприємствах, розвитку великого приватного капіталу, тим самим стимулюючи його проводити соціально відповідальну політику. Для цього держава може використовувати такі інструменти, як держзамовлення, субсидування відсоткових ставок, реструктуризація податкової заборгованості, співфінансування інвестиційних проектів, кредитування під державні гарантії тощо.

На наш погляд, ширше впровадження соціальної відповідальності у вітчизняну практику має важливе значення і може принести істотні вигоди як суспільству, так і самим бізнес-структурам. Активне використання інструментів корпоративної соціальної відповідальності призводить до підвищення рівня довіри до суб'єктів господарювання, формування їх позитивного іміджу як соціально відповідальних та забезпечення сталого розвитку суспільства загалом. У свою чергу держава, створюючи стимули для співпраці бізнесу, може отримати додаткові можливості для забезпечення повноцінної соціальної політики. Суспільство, як основний одержувач продуктів діяльності бізнесу та держави, представляє свої інтереси неоднорідно, це пов'язано з низкою соціальних, економічних, політичних та крос-культурних факторів. При цьому існує очевидна залежність між рівнем розвитку громадянського суспільства та соціальної відповідальності, яка з'являється у пред'явленні підвищених вимог суспільством та державою до компаній.

Підсумовуючи слід пам'ятати, що мета державного регулювання соціальної діяльності полягає у досягненні оптимального варіанта взаємодії держави, підприємств та суспільства у процесі підвищення рівня та якості життя в країні. Крім того, історія, особливо в нашій країні, показала, що для розвитку соціальної відповідальності підприємців необхідно насамперед

здійснювати ефективну соціальну політику та на нормотворчому рівні впроваджувати механізми взаємодії у ланцюжку держава-бізнес-суспільство. При цьому державне регулювання соціальної відповідальності великих бізнес структур сьогодні складний і взаємопов'язаний із багатьма сферами процес. Так неефективні та необґрунтовані витрати бюджетних коштів призведуть до зниження соціальної відповідальності із боку бізнесу. Але й жорсткі інструменти впливу адміністративно-командного характеру можуть призвести до відтоку виробників у країні, що також спричинить негативні наслідки для країни та її населення. Проте саме корпоративна соціальна відповідальність може стати найбільш раціональним, ефективним та найменш суперечливим інструментом, який забезпечить взаємодію бізнесу та держави, а також дозволить вирішити безліч відомих соціальних проблем суспільства та держави.

1.2. Зарубіжний досвід публічного управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу

Проблема пошуку прийнятної для адаптації в Україні моделі корпоративної соціальної відповідальності підвищує інтерес дослідників до вивчення накопиченого у світовій практиці досвіду формування системи відносин між бізнесом, суспільством та владою.

Слід зазначити, що феномен корпоративної соціальної відповідальності сягає корінням у систему відносин між найманими працівниками, бізнесом та державою, яка отримала назву «соціальне партнерство». Аналіз світової практики дозволяє виділити три різновиди соціального партнерства, кожен з яких вплинув на формування державної моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Перша (Швеція, Фінляндія, Бельгія, Нідерланди) - передбачає активну участь держави у регулюванні соціально-трудових відносин, що відбувається на рівні країни, галузі, окремого підприємства.

Друга (США, Канада, Японія, країни Латинської Америки, англомовні країни Африки) - характеризується регулюванням соціально-трудових відносин на рівні підприємства і – значно меншою мірою - на рівні галузі чи регіону. Роль держави полягає у прийнятті відповідних законодавчих та нормативних актів, рекомендацій та вимог. У країнах Північної Америки об'єднання підприємців вважають за краще не втручатися у процес соціально-трудових відносин на підприємстві, проте беруть активну участь у законотворчій та політичній діяльності.

Третя (Австрія, Німеччина, Франція, частково Великобританія) – поєднує риси двох попередніх різновидів. Так, згідно з німецькою концепцією соціального ринкового господарства, основоположником якою був Л.Ерхард, держава втручається у соціально-трудові відносини, але при цьому підприємці та профспілки зберігають автономію.

Розвиток соціально-трудових відносин та соціального партнерства в індустріально розвинених країнах призвело до створення загальнонаціональних систем соціального забезпечення. В даний час у системі соціального партнерства відбувається зміщення ініціативи у бік держави, здатної сформулювати сприятливі умови та зацікавити бізнес у розширенні програм та практик корпоративної соціальної відповідальності.

У зв'язку з цим з'явився ще один підхід до угруповання моделей соціальної відповідальності, спектр яких визначається дилемою: або бізнес самостійно визначає міру свого внеску у розвиток суспільства, або офіційні та неофіційні інститути виробляють узгодження суспільних інтересів, які потім трансформуються у обов'язкові вимоги до бізнесу. В рамках цього підходу існуючі на сьогоднішній день у зарубіжних країнах моделі корпоративної соціальної відповідальності можна умовно розділити на дві групи:

відкриті (США, Канада) та приховані (континентальна Європа, Великобританія), що відрізняються ступенем регулювання цієї сфери державою та самостійністю, ініціативністю бізнесу у цій галузі [3; 6].

Відкрита форма корпоративної соціальної відповідальності означає лінію поведінки компанії, яка добровільно бере на себе відповідальність за вирішення тих питань, у яких зацікавлене суспільство. Дана форма корпоративної соціальної відповідальності зазвичай зачіпає добровільні та самостійно визначені програми та стратегії корпорації з питань, що сприймаються самою корпорацією чи її стейкхолдерами як частину їхньої відповідальності перед суспільством.

Прикладом ефективного застосування відкритої форми корпоративної соціальної відповідальності є американська модель соціальної відповідальності бізнесу, що має історію з ХІХ ст. У силу унікальної природи американського підприємництва, заснованого на практично повній свободі суб'єктів підприємництва та мінімальне втручання держави у регулювання бізнесу, багато сфер суспільних відносин досі залишаються саморегульованими.

У той же час, в рамках американської моделі корпоративної соціальної відповідальності вироблено численні механізми участі бізнесу у соціальній підтримці суспільства через корпоративні фонди, націлені на рішення різноманітних соціальних проблем з допомогою корпорацій (фонди пенсійного забезпечення працівників; фонди виплат додаткових посібників з безробіття; фонди виплат допомоги (пенсій) з інвалідності; фонди виплати допомоги через хворобу, пов'язану з тимчасовою втратою працездатності) [15]. При цьому відповідальна соціальна поведінка та соціальні інвестиції корпорацій заохочуються з сторони держави відповідними податковими пільгами, закріпленими на законодавчому рівні. Таким чином, основу американської моделі соціальної відповідальності становить механізм державного регулювання із застосуванням непрямих (економічних) стимулів [11].

На відміну від американської моделі, у країнах ЄС, які також мають багаторічні традиції в області соціальної відповідальності бізнесу, саме уряд на відміну від американської моделі, у країнах ЄС, які також мають багаторічні традиції у сфері соціальної відповідальності бізнесу, саме уряд, а не корпорації, виступають у ролі ініціатора та основної рушійної сили соціальної відповідальності. Більшість європейських країн реалізують приховану форму соціальної відповідальності, яка передбачає наявність у країні офіційних та неофіційних інституцій, через які відповідальність корпорацій за суспільні інтереси узгоджена з корпораціями або приписана їм [6]. У багатьох європейських країнах законодавчо закріплені обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання, природоохоронна діяльність підприємств [15]. Високий рівень податкового навантаження на підприємства знімає з них більшою мірою відповідальність за додаткове фінансування соціальних програм та перекладає її на державу.

Таким чином, основною відмінністю європейської моделі соціальної відповідальності від американської є жорсткіше державне регулювання. Українська модель КСВ більше тяжіє до європейської моделі, за якою соціальні проекти бізнесу більшою мірою є реакцією на державну політику.

Водночас експерти зазначають, що останнім часом у світовій практиці спостерігається тенденція руху прихованих моделей до відкритих (з'являється ініціатива з боку приватного сектору у сфері соціальних проблем).

Узагальнюючи закордонний досвід у сфері розвитку соціальної відповідальності можна стверджувати, що успішне просування ідей соціального партнерства можливе лише у тому випадку, коли держава стає зразком і прикладом соціально відповідальної поведінки.

Фахівці відзначають внутрішню та зовнішню соціальну відповідальність держави. Внутрішня соціальна відповідальність уряду реалізується через розробку та розвиток програм, спрямованих на дотримання інтересів найманих співробітників, інвестування з урахуванням етичних принципів, боротьбу з корупцією. Граючи роль координатора, ряд держав формують у

структурі уряду посаду Міністра з соціальної відповідальності, створюють міжгалузеві КСВ-програми, проводять оцінку проектів нових законодавчих ініціатив щодо відповідності основним принципам соціальної відповідальності.

Зовнішня соціальна відповідальність уряду проявляється при формуванні державного бюджету, розподілі ресурсів, впровадження системи міжнародних стандартів, інформаційно-методичної підтримки соціальної відповідальності. Так, наприклад, при здійсненні державних закупівель та матеріально-технічного забезпечення, укладення контрактів на виконання замовлень та залучення сторонніх організацій для реалізації суспільних завдань перевага надається соціально-відповідальним підприємствам та проектам з вищими соціальними та екологічними показниками. Уряд організовує громадсько-інформаційні кампанії, такі як: конкурс та нагородження кращих підприємств у сфері соціальної відповідальності, інформування населення про соціально-відповідальні бізнеси та кращих практиках через ЗМІ, запровадження механізму соціальних та еко-лейблів, які інформують покупців про соціально відповідальну поведінку компанії, створення інформаційних центрів та фінансування дослідницьких та навчальних програм.

Західні держави беруть відповідальність за просування міжнародних стандартів соціальної відповідальності на національному рівні, створюючи умови для впровадження, оцінки, сертифікації виробництва та продукції. Принципи соціальної відповідальності інтегруються у міжнародні відносини, сприяючи розвитку експортного потенціалу країни та покращення відносин між країнами. Найбільш значущих результатів досягли країни, які використовують системний підхід у розвитку соціальної відповідальності, що включає комплексну реалізацію наступних напрямів державної політики [2]:

1. Формування законодавчо-правової бази у сфері соціальної відповідальності: встановлення стандартів у сфері якості сировини, продукції,

технологій, персоналу; розробка та впровадження галузевих та корпоративних кодексів поведінки тощо.

2. Співпраця з бізнесом у реалізації соціально значущих ініціатив (надання субсидій створення робочих місць; фінансова підтримка соціально та екологічно орієнтованих проектів та і т.д.).

3. Використання податкових та інвестиційних інструментів: стимулювання соціально-відповідальної поведінки компаній через надання податкових пільг, преференцій, субсидій.

4. Міжнародне співробітництво з соціальної відповідальності: підтримка та просування міжнародних принципів соціальної відповідальності, ініціатив міжнародних організацій (Ініціатива ООН «Глобальний договір»), участь у розвитку системи міжнародних стандартів, показників звітності, аудиту з КСВ, стимулювання сертифікації продукції та підприємств за міжнародними стандартами (соціальна та екологічна маркування).

5. Визнання та демонстрація схвалення практики розвитку соціальної відповідальності: присудження державних нагород та премій за добровільний внесок бізнесу у розвиток принципів соціальної відповідальності; використання механізму соціальних та еко-лейблів та ін.

6. Інформаційна, методична та інституційна підтримка розвитку КСВ-практики: проведення семінарів з соціальної відповідальності для державних службовців, представників бізнесу, членів громадських організацій; стимулювання наукових досліджень у сфері соціальної відповідальності; впровадження у навчальні програми курсу "Корпоративна соціальна відповідальність"; створення спеціальних інформаційних центрів соціальної відповідальності.

Таким чином, для заохочення бізнесу до соціально-відповідальної поведінки держава може використовувати різноманітні інструменти та механізми стимулювання, від м'яких форм регулювання та мотивації до жорстко визначених законодавством вимог.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1. Нормативно-правове та інституційне забезпечення розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

На сучасному етапі соціальна відповідальність бізнесу є концепцією діяльності господарюючих суб'єктів, що надає можливість поєднувати соціальні та екологічні аспекти і враховувати їх у процесі добровільної взаємодії із зовнішнім та внутрішнім середовищем своєї діяльності. Реалізація соціально відповідальної поведінки бізнес структур в суспільстві значною мірою визначається тим, яку модель соціальної політики обрала держава для виконання нею соціальних функцій. Таким чином, пошук дієвих інструментів нормативно-правового та інституційного стимулювання соціальної відповідальності бізнесу як невід'ємної складової частини останнього є актуальним та прагматичним завданням, яке вимагає ґрунтовного розгляду передумов їх застосування, враховуючи існуючу модель взаємовідносин в економічній системі ринкового типу господарювання та потенційні позитивні соціальні ефекти від їх застосування.

Під інституціоналізацією розуміють процес формалізації соціальних відносин, тобто перехід від неформальних відношень та неорганізованої діяльності до створення організаційних структур з ієрархією влади, регламентацією відповідної діяльності тих чи інших відносин та процедур, їх юридичною легалізацією [29, с.110]. Таким чином, процес інституціоналізації соціальної відповідальності передбачає як організаційне, так і нормативне оформлення [41, с. 27].

Організаційне забезпечення відбувається шляхом створення комплексу органів, установ та організацій різних рівнів, функціями та метою яких є

управління, регулювання, стимулювання, поширення соціальної відповідальності та сприяння її розвитку.

Нормативно-правове забезпечення охоплює систему законодавчих документів, нормативних актів та стандартів соціальної відповідальності, а також традиційних поведінкових норм і звичаїв, що координують впровадження концепції соціальної відповідальності у практику [30, с.110].

Нормативно-правове регулювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні включає в себе принципи щодо здійснення господарської діяльності суб'єктів господарювання, які відображені у відповідних документах. При аналізі нормативно-правових актів, що діють на території України, необхідно враховувати, в першу чергу, рівень їх дії. Так, на міжнародному рівні – це акти регулювання принципів корпоративної відповідальності, які були прийняті світовою спільнотою та ратифіковані вітчизняним урядом. При аналізі актів міжнародного рівня, необхідно враховувати, що за змістом їх можна класифікувати за такими підгрупами [7, с.102]:

1) акти, що визначають першочергові принципи соціально відповідальної діяльності підприємства, зокрема:

– «United Nations Global Compact» – Глобальний договір ООН, що визначає основоположні принципи охорони праці, навколишнього середовища та протидії корупції [39];

– Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 – «Настанова по соціальній відповідальності» (опублікований 28 жовтня 2010 р.) – нормативно-правовий акт, який презентує рекомендації соціально відповідальним компаніям щодо їх менеджменту, охорони довкілля, корпоративної етики тощо [54];

– The Keidanren Charter for Good Corporate Behavior – міжнародний акт регулювання КСВ, що був опублікований в 1946 році, у якому наголошено, що «підприємство, окрім отримання прибутку повинно приносити суспільству користь» [56].

2) акти, що акцентують увагу компаній на ключових аспектах соціальної відповідальності:

– Декларація Міжнародної організації праці (МОП) – нормативно-правовий акт, прийнятий у 1998 році МОП, який на міжнародному рівні декларує базові людські цінності, основні принципи дискримінації та заборони її, інші елементи організації праці [39];

– ISO 9000 – серія стандартів, прийнята Міжнародною організацією зі стандартизації у 1987 році, які застосовуються при створенні та удосконаленні системи менеджменту організацій [54, с. 101]. Ратифікований у понад 90 країнах світу та використовується підприємствами будь-якої організаційно-правової форми та незалежно від розмірів підприємства. ISO 9000 – серія стандартів, яка неодноразово переглядалася;

– OHSAS 18001:2007 «Occupational health and safety management systems – Requirements» – міжнародний стандарт системи організації безпеки праці і гігієни, який вкрай важливий у сферах нафтогазового комплексу, добувної та хімічної галузі. З прийняттям даного акту зменшилася кількість аварій та інших нещасних випадках на виробництві [39];

– Кіотський протокол ООН [30, с.110] – міжнародний нормативно-правовий акт, який обмежує викиди в атмосферу парникових газів. Ціль даної угоди стабілізувати рівень концентрації парникових газів в атмосфері на рівень того, який би не чинив небезпечного антропогенного впливу на кліматичну систему планети.

На світових теренах нормативного регулювання соціальної відповідальності є значна кількість актів, що безпосередньо проголошують принципи соціальної відповідальності бізнесу. У представленому аналізі нормативно-правових актів КСВ міжнародного рівня відображені одні із ключових актів, які безпосередньо повинні використовуватися вітчизняними компаніями незалежно від форми власності та масштабів діяльності. У контексті проблеми також варто відмітити, що у міжнародній спільноті існують консолідовані звіти, які оцінюють рейтинги бізнес-структур за критеріями КСВ, що в подальшому допомагає інвесторам з вибором компанії,

в яку капіталізувати кошти з метою подальшого розвитку бізнесу та політики КСВ. До прикладу можна привести такі рейтингові індекси [28; 49; 55]:

- Domini Social Index (DSI 400)– оцінює компанії за такими критеріями: екологічність, соціальне управління компанії та інше та будує рейтинги для інвесторів, які хочуть підтримувати та розвивати КСВ;

- Large Cap Social Index (LCSI) - оцінює соціальні й екологічні критерії діяльності підприємств. Також в Україні діє документ «Декларація з гендерної рівності та запобігання домашньому насильству», яка ініційована ООН та яку підписала велика кількість підприємств в Україні, зокрема: L’Oreal, AVON, Corteva, StarLightMedia, METRO, EY, Nestle, Kernel, UKRSIBBANK, Danone Україна та інші.

Отже, аналіз основних міжнародних нормативно-правових актів у сфері соціальної відповідальності бізнесу, які ратифіковані в Україні, можна зробити висновок, що вони, перш за все, спрямовані на визначення та дотримання загально визнаних прав людини, екологічної безпеки, економічної безпеки, безпеки на виробництві та інших загально визнаних суспільних норм. Національний рівень соціальної відповідальності представлений нормативно-правовими актами, що розроблені на рівні держави та діють в межах її повноважень і не суперечать міжнародним стандартам. Акти національного рівня у сфері КСВ відображають рівень розвитку країни, її економічні особливості, рівень розвитку законотворчого механізму, соціальної свідомості системи публічного управління та сприйняття громадянами країни.

В Україні нормативно-правові акти щодо корпоративної соціальної відповідальності почали прийматися порівняно нежовно - лише наприкінці 90-х рр. минулого століття та на початку 2000-х років. Проаналізуємо основні нормативно-правові акти:

- Найвищим актом цього рівня є Конституція України (прийнята 1996 року). Конституція України встановлює загальні засади, на основі яких повинні прийматися інші нормативно-правові акти у сфері КСВ та на основі яких бізнес-структури повинні здійснювати господарську діяльність. Також

Конституція описує основоположні права та свободи людини і громадянина, як основу КСВ в суспільстві, яку не можна порушувати. Так, для прикладу, ст. 64 Конституції України зазначає, що Конституційні права і свободи людини і громадянина не можуть бути обмежені, крім випадків, передбачених Конституцією України [24].

– Кодекси – нормативно-правові акти, які впроваджують в Україні норми корпоративної соціальної відповідальності у різних сферах, зокрема: Цивільний кодекс, Господарський Кодекс, Податковий кодекс, Кодекс Законів про працю – основним елементом соціальної відповідальності бізнесу у цих актах є принципи та підходи до корпоративного управління;

Земельний кодекс, Повітряний кодекс, Лісовий кодекс, Морський кодекс, спрямовані на захист довкілля.

В Україні також розроблена низка Законів та підзаконних нормативно-правових актів, що регламентують корпоративну соціальну відповідальність. До них належить:

– Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про рекламу» – описує політику у сфері ведення господарської діяльності підприємств на ринку, надання послуг і стосовно конкурентів;

– Закони України «Про захист прав споживачів», «Про забезпечення функціонування української мови як державної» – регламентують політику у сфері захисту прав споживачів.

В Україні існує низка законів та підзаконних нормативно-правових актів, які визначають корпоративну соціальну відповідальність підприємств незалежно від форми їх власності (табл.2.1).

Також, необхідно відзначити, що на національному рівні Кабінетом Міністрів України на початку 2020 року схвалена «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [25, с. 101], а також складений план її реалізації. У Концепції обґрунтовані основні стратегії та принципи соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. З огляду на специфіку

нагляду, регулювання КСВ, заслуговує на увагу той факт, що в Україні функціонує Національний контактний пункт (НКП), який реалізує програми розвитку ОЕСР при Мінекономіки.

Таблиця 2.1 Нормативно-правове забезпечення соціальної відповідальності бізнесу на національному рівні

Напрямок соціальної відповідальності	Нормативно-правові акти
Принципи й підходи до	Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Податковий кодекс України.
Питання дотримання прав людини	Закон України «Про зайнятість населення», Закон України «Про захист персональних даних», Закон України «Про освіту», Закон України «Про відпустки».
Політика щодо персоналу	Кодекс законів про працю України, Закон України «Про оплату праці», Закон України «Про професійний розвиток працівників».
Політика у сфері охорони довкілля	Повітряний кодекс України, Земельний кодекс України, Лісовий кодекс України, Водний кодекс України, Кодекс про надра, Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про відходи», Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», Закон України «Про впорядкування питань, пов'язаних з радіоактивними відходами».
Корпоративна етика	Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції», Закон України «Про засади запобігання та протидії корупції», Закон України «Про здійснення державних закупівель».
Відносини зі споживачами	Закон України «Про захист прав споживачів», Закон України «Про рекламу», Закон України «Про захист суспільної моралі».
Корпоративна соціальна політика стосовно суспільства	Закон України «Про благодійність і благодійні організації», Закон України «Про гуманітарну допомогу».

Джерело: систематизовано авторами на основі [17].

Розглядаючи наступний рівень нормативно-правового регулювання КСВ, слід зауважити, що важливі значення мають також акти регулювання корпоративної соціальної відповідальності на регіональному (місцевому) рівні. Вони регулюють відносини у сфері соціальної відповідальності бізнесу на локальному рівні, не повинні суперечити національним чи міжнародним актам та мають враховувати специфіку регіону, в якому були прийняті. До таких актів слід віднести рішення районних державних адміністрацій (РДА). Наприклад, це рішення РДА про переробку чи вивіз сміття.

Внутрішньо-корпоративний рівень регулювання КСВ – це рівень регламентації соціальної відповідальності бізнесу в межах конкретного підприємства на основі прийнятих ним внутрішніх документів. Перелік таких актів може бути доволі великим, основним із них є Кодекс корпоративної етики, який, як правило, визначає основні цілі, принципи та стратегії підприємства. Діють такі акти лише в межах відповідного підприємства, однак мають відповідати нормативно-правовим актам міжнародного, національного та регіонального рівнів.

Початком розвитку руху КСВ бізнес-структур в Україні можна вважати грудень 2005 року, коли був проведений Форум «Корпоративна соціальна відповідальність і Глобальний Договір» [39]. Мережа Глобального договору ООН в Україні виступає офіційним представником глобальної мережі UN Global Compact (Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй). Є особливою ініціативою Генерального секретаря ООН і найбільшою в світі асоціацією корпоративно відповідального бізнесу, яка закликає бізнес-структури будувати свою діяльність з урахуванням Цілей сталого розвитку на основі 10-ти принципів в галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Умовні етапи розвитку КСВ в Україні з 2005 до 2020 років можна систематизувати у вигляді таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Етапи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Роки	Етапи розвитку КСВ
1	2
2005	Проведення форуму «КСВ і Глобальний договір», розробка Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу
2006	Підписання «Глобального договору» за участю 34-х провідних інноваційних вітчизняних та міжнародних компаній, серед яких були «Кока-Кола Беверіджиз Україна ЛТД», СКМ, «Тетра Пак Україна», ТНК-ВР Україна та інші
2007	Приєднання України до міжнародної групи (за представництва 6-ти груп стейкхолдерів: органів державної влади, бізнесу, споживачів, профспілок, неурядових організацій та дослідницьких інституцій) з розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000, згідно з яким КСВ включає такі складові: захист прав людини, навколишнього природного середовища, безпеку праці, права споживачів, організаційне управління та етику бізнесу

1	2
2008	Заснування експертної організації Центр «Розвиток КСВ». Підготовка та представлення соціальних звітів компаній; звернення уваги на проблемні зміни клімату в рамках проведення кампанії «Go Green» (із залученням 23-х провідних компаній)
2009	Концентрація уваги на екоменеджменті та інших засобах збереження навколишнього середовища; представлення результатів перших досліджень щодо зміни клімату із залученням вищих навчальних закладів (22-х університетів) до впровадження навчальних курсів з КСВ
2010	Прийняття міжнародного стандарту ISO 26000, який розкриває сутність КСВ та надає бізнес-структурам рекомендації стосовно заходів, практик і принципів КСВ
2013	Затвердження указом Президента планів щодо розроблення стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Над стратегією починає працювати робоча група при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні. Виключення 4-х українських компаній із участі у Глобальному договорі з причин їх відмови від звітування про прогрес протягом двох років поспіль
2014	Прийняття Радою ОЕСР рішення про поглиблення співпраці з Україною та підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України та ОЕСР щодо поглиблення співробітництва. Зародження в Україні духу волонтерства
2016	Відновлення діяльності робочої групи при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні з питань КСВ у статусі ініціативної; кількість зареєстрованих учасників Глобального договору ООН досягла 266-ти
2019	Прийняття Єврокомісією зеленого курсу. Підписання Президентом України указу «Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 р., досягнення яких потребує дотримання бізнес-структурами принципів КСВ. Зародження в Україні понять соціального підприємництва та інклюзивного бізнесу, що базуються на принципах КСВ
2020	Перегляд Директиви з розкриття нефінансових показників та фокусування уваги бізнесструктур на обов'язковому due diligence (забезпечення належної сумлінності) компаній щодо питань довкілля та прав людини у мережах постачання. Розуміння і дотримання принципів КСВ є одним з ключових показників успішності бізнес-структур

Джерело: [32; 47].

Важливим етапом інституціоналізації соціальної відповідальності в Україні стало приєднання до розробки міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [54] щодо впровадження принципів (крок за кроком) і сутності (єдиної термінології) соціальної відповідальності в політику всіх типів організацій (не лише бізнесорганізацій). Ці стандарти призначені стимулювати соціально відповідальну діяльність

бізнесу на локальному рівні – на користь саме малих громад. Успіх впровадження міжнародного стандарту ISO 26000 залежить, передусім, від рівня обізнаності із самим стандартом і концепцією соціальної відповідальності. Відповідно до даних Центру «Розвиток КСВ» серед усіх опитуваних стейкхолдерів найменш обізнаними з принципами та суттю міжнародного стандарту з соціальної відповідальності ISO 26000 є бізнесорганізації (17% – знайомі з текстом проекту стандарту, 22% – чули про такий стандарт, але принципи і суть його невідомі, а решта 61% – не чули взагалі) [16].

Стан управління корпоративною соціальною відповідальністю на макрорівні характеризується розвитком її інституційної структури в цілому та кожного окремого елемента. З цією метою необхідною є систематизація уявлення про інституційну структуру, окреслення поняття корпоративної соціальної відповідальності та надання характеристики інституційної структури корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Формування інституційної структури соціальної відповідальності бізнесу здійснюється від трьох основних еволюційних форм: співвідношення приватної та публічної етики у комерційних питаннях, відповідальності підприємства перед найманими працівниками, власниками і партнерами, відповідальності бізнесу перед суспільством у культурній, освітній та екологічній сферах. Кожна із цих форм соціальної відповідальності породжує характерні інститути, які сприяють розвитку етики взаємодії бізнесу і суспільства, роблять ці взаємовідносини більш чіткими і прозорими: етико-правові інститути, інститути моніторингу, інститути благодійності (рис.2.1).

Актуальність проблематики активізації соціальної відповідальності у сучасному суспільстві призводить до того, що інституційна структура постійно удосконалюється, з'являються прогресивні (перевірені зарубіжною практикою) інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які відповідають сучасним соціально-економічним реаліям. В Україні поки

функціонують не усі складові інституційної структури соціальної відповідальності, але поступово відбувається їх розвиток.



Рисунок 2.1. - Інституційна структура соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: [41, с.28].

В Україні просування ідей соціальної спрямованості і соціальної активності здійснюється через функціонування низки фахових організацій у: Мережа Глобального договору України, Спільнота «Соціально відповідальний бізнес», Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», Український форум благодійників, Асоціація благодійників України.

Опосередковано діяльність з поширення, розвитку, напрацювання і плекання нових ідей із соціальної відповідальності здійснює: Ресурсний центр для громадянського суспільства ГУРТ, Проект «Об'єднуємося заради реформ» (UNITER), Міжнародний фонд «Відродження», Фонд Східна Європа, Український незалежний центр політичних досліджень, Лабораторія законодавчих ініціатив, Творчий центр ТЦК, Український союз промисловців і підприємців, Європейська бізнес асоціація тощо. Метою функціонування цих організацій є просування концепції соціальної відповідальності бізнесу в

країні та започаткування проектів, що спрямовані на дотримання стандартів праці і захист прав людини.

Діяльність Мережі Глобального договору України, що по суті є найбільшою національною платформою для корпоративного громадянства, об'єднує понад 200 організацій і охоплює компанії, бізнес-асоціації, профспілки, об'єднання роботодавців, неприбуткові організації та інші громадські спілки, академічні інституції [56].

Крім цього, одним завданням зазначених інституцій соціальної відповідальності є проведення навчально-практичних семінарів і тренінгів, впровадження консультативних заходів для вироблення спільних рішень щодо участі бізнесу у розв'язанні проблем сталого розвитку в Україні. Однак переважна більшість цих організацій функціонує в великих містах (Київ, Львів). А це, на нашу думку, призводить до обмеженості залучення груп впливу до дискусії про соціальну відповідальність: або лише на рівні бізнес-середовища (як правило залучаються великі організації, а середній та малий бізнес - часто залишається поза увагою), або – неприбуткових організацій (в яких роль підприємців є досить опосередкованою), а на рівні державної влади дана дискусія відсутня майже взагалі.

Зазначене вказує на причини повільного розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, низьку ефективність та залучення бізнес-структур до реалізації соціальноорієнтованих проектів.

2.2. Тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Досвід провідних іноземних та вітчизняних підприємств свідчить про те, що соціальну відповідальність активно впроваджують безпосередньо в практичну діяльність як головну стратегію. Міжнародна організація Corporate Register публікує відомості про кількість підприємств світу, які офіційно подають звіти з корпоративної відповідальності. За 2017-2021 роки за кількістю офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність

лідерами в країнах Європи є Великобританія (12093 звіти від 1682-х організацій) та Німеччина (8991 звіт від 1444-х організацій). В Україні за досліджуваний період було подано лише 115 звітів від 23 організацій, але ці показники перевищують дані таких європейських країн як Ісландія, Болгарія, Сербія, Словаччина (табл.2.3).

Таблиця 2.3 Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність в Україні та окремих країнах Європи

Країна	Кількість компаній, які подали звіти з КСВ за 2017-2021 рр.	Кількість звітів з КСВ за 2017-2021 рр.	Кількість нефінансових звітів за роками				
			2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Великобританія	1682	12093	815	788	684	723	763
Німеччина	1444	8991	673	645	680	757	734
Італія	914	5837	370	389	488	526	529
Франція	868	6507	580	586	559	618	565
Швеція	593	4646	335	342	394	440	437
Швейцарія	406	3109	230	238	220	238	251
Австрія	360	2020	148	140	149	153	143
Данія	296	2327	172	189	192	205	200
Фінляндія	225	1922	112	122	133	141	146
Норвегія	222	1492	90	86	98	103	122
Польща	109	623	47	51	59	50	54
Угорщина	72	400	22	19	15	17	18
Чехія	37	249	15	17	17	18	14
Румунія	33	162	11	14	23	22	19
Україна	23	115	9	14	10	10	9
Ісландія	14	109	10	10	11	11	7
Болгарія	13	79	7	6	5	6	5
Сербія	12	95	11	8	10	7	7
Словаччина	9	111	7	6	7	8	5

Джерело: [35].

Серед країн – колишніх республік СРСР – Україна за показником кількості організацій, що подали нефінансові звіти, займає лідируючі позиції (табл.2.4) (перше місце посіла Російська Федерація, яка значно перевищує її за розмірами). Однак, слід відзначити, що, у порівнянні з розвинутими країнами в Україні розвиток соціальної відповідальності як елементу стратегії розвитку бізнесу ще не набув значного поширення.

Таблиця 2.4 Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну відповідальність в країнах– колишніх республіках СРСР

Країна	Кількість компаній, які подали звіти з КСВ за 2017-2021 рр.	Кількість звітів з КСВ за 2017-2021 рр.	Кількість нефінансових звітів за роками				
			2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Росія	105	798	67	76	67	71	66
Україна	23	115	9	14	10	10	9
Литва	17	99	9	9	11	12	9
Естонія	14	132	10	11	14	12	12
Казахстан	11	76	10	10	7	6	7
Латвія	11	52	3	4	8	8	8
Грузія	4	25	1	1	0	1	3
Молдова	3	18	1	2	1	1	0
Азербайджан	3	32	3	2	3	2	1
Узбекистан	2	2	0	0	0	0	0
Білорусь	2	14	2	0	2	1	3
Киргизстан	1	9	1	1	1	1	1
Туркменістан	0	0	0	0	0	0	0
Таджикистан	0	0	0	0	0	0	0
Вірменія	0	0	0	0	0	0	0

Джерело: [35].

Недостатній рівень розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні пояснюється наявністю низки стримуючих факторів, таких як недостатній фінансових ресурсів (особливо у малого та середнього бізнесу), недосконалість чинного законодавства, складність визначення економічного ефекту від соціально відповідальної діяльності, віддача від коштів в довгостроковій перспективі, відсутність належних стимулів розвитку соціальної відповідальності.

Розглянемо найважливіші показники рівня соціальної відповідальності бізнесу в Україні: витрати на персонал, витрати на виконання науково-технічних робіт, екологічні платежі, витрати на благодійність, податок на прибуток [10, с.125]. Згідно з даними Державної служби статистики України, витрати підприємств на соціальну відповідальність за останні п'ять років зросли на 30% (табл.2.5).

Таблиця 2.5. Витрати суб'єктів господарювання, пов'язані із корпоративною соціальною відповідальністю, млн. грн.

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Відношення 2021 р. до 2017
Витрати на персонал	263803,2	315382,3	374105,6	378223,2	354424,9	1,34
Витрати на науково-технічні роботи	8825,6	9365,0	10335,1	10890,9	10083,6	1,14
Екологічні платежі	1376,2	1957,6	1951,0	2753,3	2824,1	2,05
Витрати на благодійність	593,4	695,8	699,5	653,9	925,0	1,56
Податок на прибуток	40359,1	55097,0	55793,0	54993,8	40201,5	1,00
Разом	314957,5	382497,7	442883,6	447515,1	408459,1	1,30

Джерело: [13, с.188].

Слід відмітити, що вітчизняні суб'єкти господарювання успішно опановують західну практику соціальної відповідальності і впроваджують її у свою діяльність. На основі аналізу звітів Центру КСВ [8; 16; 23] щодо напрямів соціальної відповідальності, можемо узагальнити ключові напрями, такі як:

1. Екологічні та енергозберезувальні заходи виробництва. В останні роки споживчий ринок помітно поповнився продуктами з приставкою «еко». Вітчизняні споживачі все більше демонструють інтерес до питань екологізації та «чистих продуктів», бізнес-структури сьогодні все активніше інтегрують в свою діяльність аспекти відповідального ставлення до навколишнього середовища. При чому це відбувається на різних рівнях: від концепції «зеленого офісу» до більш дружнього виробництва, рітейлу «зелених/чистий продуктів» тощо. Зростання ціи на газ і електроенергію стає хорошим стимулом для розробки та впровадження вітчизняним бізнесом енергозберігаючих технологій. «Зелений тариф» і державні програми енергозбереження стимулюють розвиток нових бізнес-моделей і нових ринків [47].

Вітчизняні підприємства споживають понад 24,9 млн тне енергії щорічно. Таким чином рівень енергоспоживання підприємств України

приблизно у 3 рази вище, ніж у ЄС та у 2 рази вище ніж середній у світі (рис.2.2).

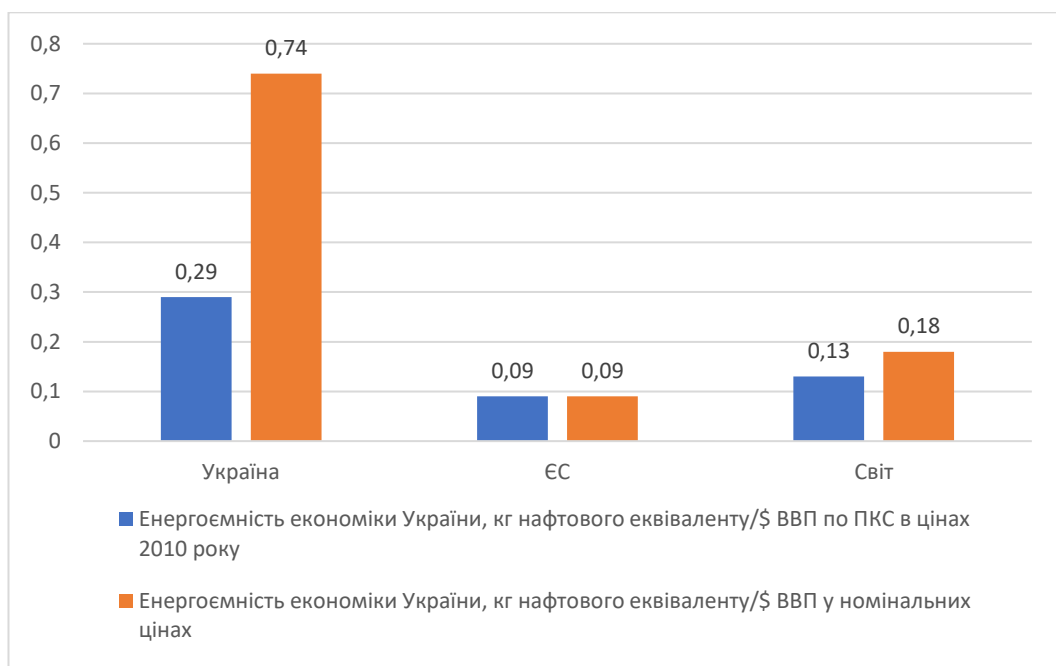


Рисунок 2.2. Енергоємність економіки України

Джерело: [40].

Хоча структура економіки в Україні та інших країнах відрізняється і, наприклад, сфера послуг, що більш розвинена в ЄС споживає менше енергії, потенціал для України є величезним. При енергоспоживанні українських підприємств на рівні ЄС потенціал енергоефективності складає близько 7,7 млн тне або 53,2 млрд дол. Якби Українська економіка мала енергоємність на середньосвітовому рівні це дозволило б використовувати енергії на приблизно 50 млн тон нафтового еквіваленту менше, а якби на рівні країн ЄС, то на 63 млн тон нафтового еквіваленту менше.

Ключовою особливістю впровадження енергоефективності на підприємствах є необхідність економічної доцільності від реалізації таких проектів. Будь-які інвестиції на підприємстві в першу чергу розглядається з точки зору його прибутковості. Супроводжуючим питанням є джерела фінансування проекту та вартість такого капіталу. Зазвичай підприємства

залучають комерційні позики, тож ставка дохідності проекту повинна бути, як мінімум, більша ніж вартість залучених ресурсів.

2. Розвиток віддалених територій. Цей напрям реалізується через підтримку мешканців і розвиток інфраструктури сільських територій: працевлаштування частини населення на дочірніх підприємствах материнської компанії, стимулювання підприємництва на селі, допомога й обслуговування присадибних ділянок, спрямування частини доходів (прибутку) на відновлення і розвиток раніше зруйнованої або застарілої інфраструктури території сіл [33, с. 300].

3. Сумлінна ділова практика та налагодження зв'язків. Добросовісна ділова практика є одним із важливих напрямів зовнішньої соціальної відповідальності та спрямована на прийняття і поширення високого рівня справедливих ділових відносин та корпоративної культури між основними стейхолдерами. Адже в існуючих умовах господарювання добросовісні партнерські відносини можуть мати ключову значення для бізнес-структур. Важливим є формування сталих та ефективних відносин організацій із споживачами [44].

4. Людський капітал (здоров'я, освіта, культура, добробут). Останнім часом все більше зростає роль окремих бізнес-структур у формуванні і нарощуванні людського капіталу. Підприємства часто стають ефективними виробниками цього капіталу, адже готують фахівців у відповідності до поточних та майбутніх виробничих вимог, володіють надійною інформацією про майбутні напрями інвестування в освіту та навчання. В той же час бізнес-структури демонструють доволі прагматичний підхід: бізнес інвестує у людський капітал лише за умови отримання економічних вигід (прибутку). Некономічна (моральна) вигода, синергетичний ефект цих інвестицій – це переважно суспільні блага, у нарощуванні яких зацікавлена держава, а не конкретний суб'єкт господарювання, тому в сучасному світі (як показав і зарубіжний досвід) держава використовує економічні методи, щоб стимулювати бізнес-структури інвестувати в людський капітал.

Інвестуючи капітал у своїх працівників, бізнес-структури, таким чином, збільшують продуктивність праці, знижують витрати на робочу силу та підвищують свою конкурентоспроможність. інвестиції можуть бути спрямовані на організацію професійного навчання та перепідготовки, профілактичні заходи з метою поліпшення здоров'я працівників та вцілому на поліпшення якості трудового життя. Економічну поведінку суб'єктів господарювання, що інвестують в навчання персоналу, можна оцінити шляхом порівняння рентабельності інвестицій у людський капітал до вартості їх реалізації. На рівні бізнес-структур, слід відмітити, ефект від інвестицій в освіту незначний, проявляється у збільшенні обсягу виробництва, прибутку, продажів або підвищення якості праці/продукту для некомерційних підприємств. Показниками інвестування в людський капітал на мікрорівні є вартість професійного навчання, тобто витрати бізнес-структур на персонал (табл.2.6).

Таблиця 2.6. Витрати бізнес-структур працівника

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Відношення 2021 р. до 2017
1	2	3	4	5	6	7
Витрати на персонал, млн. грн.	263803.2	315382.3	374105.6	378223.2	354424.9	1.34
У т. ч. великі підприємства, млн. грн., у % до загальних витрат на персонал	119527.9 45.3	144033.8 45.7	169953.5 45.4	175677.8 46.5	154660.8 43.6	1.29 -
у розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	49.8	58.8	68.4	73.7	80.8	1.62
У т. ч. середні підприємства, млн. грн., у % до загальних витрат на персонал	107226.0 40.7	121857.6 38.6	145507.3 38.9	142278.9 37.6	145270.1 41.0	1.36 -
у розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	31.6	37.5	46.3	47.2	53.9	1.80

Продовж.табл.2.6

1	2	3	4	5	6	7
У т. ч. малі підприємства, млн. грн.,	37049.3	49490.9	58644.8	60266.5	54494.0	1.47
у % до загальних витрат на персонал	14.0	15.7	15.7	15.9	15.4	-
у розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	17.1	23.7	28.6	30.0	32.3	1.89
З них мікропідприємства, млн. грн.,	11993.2	16078.5	20467.3	21403.6	17895.8	1.49
у % до загальних витрат на персонал	4.5	5.1	5.5	5.7	5.0	-
розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	14.4	20.4	26.0	26.9	24.7	1.72

Примітка. Складено автором на основі [36].

Очевидним є те, що великий бізнес має кращі фінансові можливості для надання власним працівниками соціальних гарантій і соціального пакету, здійснення виплат понад основну заробітну плату, що спрямовані на підвищення рівня освіти, компетенцій і досягнень персоналу. Однак, мікропідприємства і малі також поступово намагаються нарощувати витрати на персонал, забезпечення гідної винагороди за найману працю.

Крім того, важливим показником оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу перед працівниками є наявність і реальна дієвість внутрішньо організаційних документів, серед яких слід відмітити колективний договір, положення про соціальну політику на підприємстві, положення про мотивацію праці тощо. Колективний договір є інструментом регулювання соціально-трудових відносин всередині організації, він є об'єктом регулювання на міжнародному і національному рівні, а також підтримується професійними асоціаціями та внутрішніми нормами самого підприємства. В той же час, значна частка бізнес-структур і найманих працівників залишаються неохопленими колективними договорами (рис. 2.3).

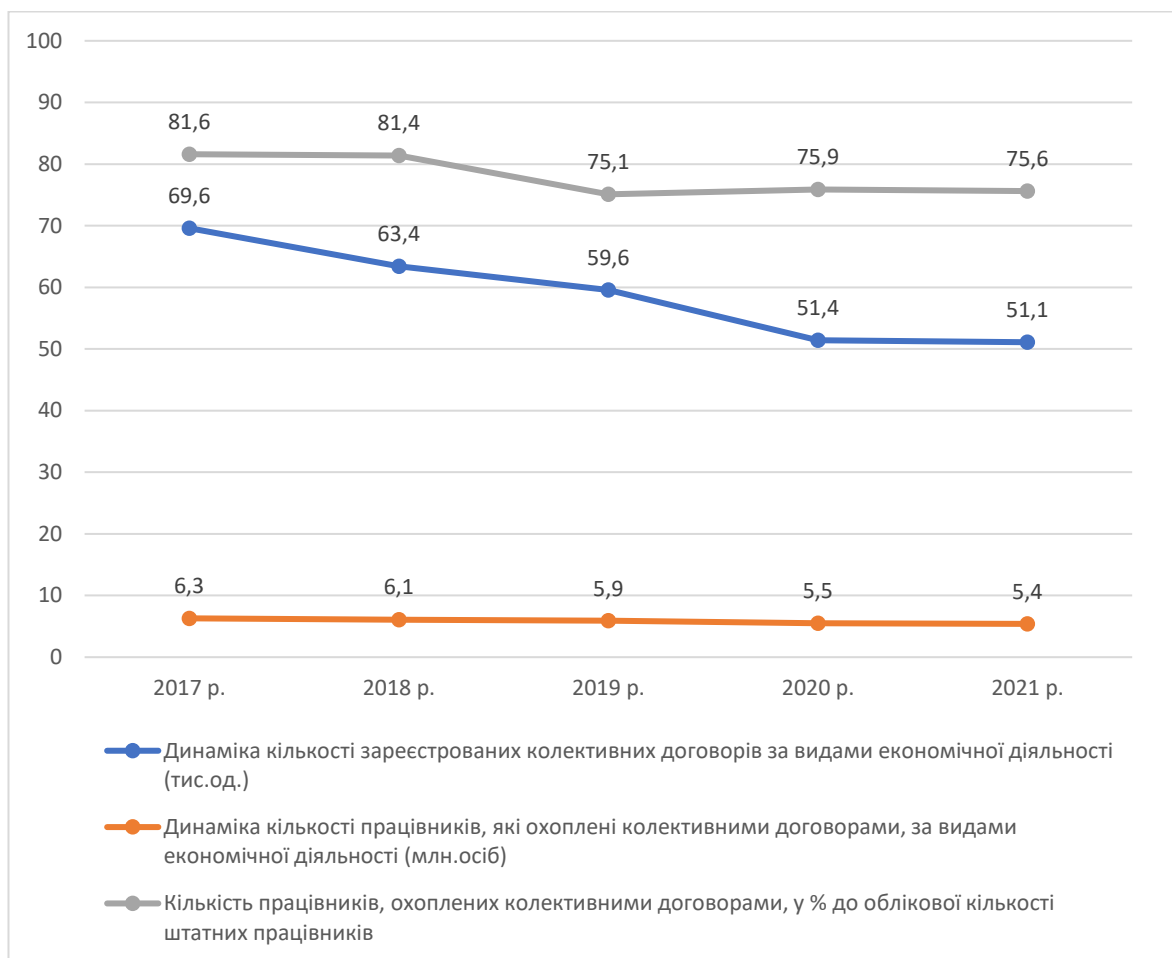


Рисунок 2.3. Динаміка чисельності працівників, охоплених колективними договорами у 2016-2021 рр.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [36]

Як показує аналіз, найбільша динаміка чисельності працівників, охоплених колективними договорами спостерігалася протягом 2017-2018 рр., в наступні роки спостерігається спад чисельності працівників, охоплених колективними договорами.

5. Громадські заходи, соціальні ініціативи та благодійність. До мотивів благодійності, що підтримуються бізнес-структурами, слід віднести вирішення місцевих проблем з метою зниження соціальної напруженості на територіях їх діяльності, налагодження відносин з місцевою владою та громадою, поліпшення іміджу компанії, прояв альтруїзму, співчуття до

вразливих верств населення, просування продукту (товару або послуги), відкриття доступу до ринку або до певних цільових груп, демонстрація соціальної відповідальності бізнесу, підвищення престижу, формування лояльності до бізнес-структур, організація корисного дозвілля для власних працівників, клієнтів і партнерів, лобіювання інтересів організації [14].

За даними дослідження, проведеного Центром «Розвиток КСВ» [8], щодо поширеності практик соціальної відповідальності в Україні, 83 % українських бізнес-структур впроваджують політику соціальної відповідальності (найпоширеніші напрями її реалізації наведено на рисунку 2.4.)

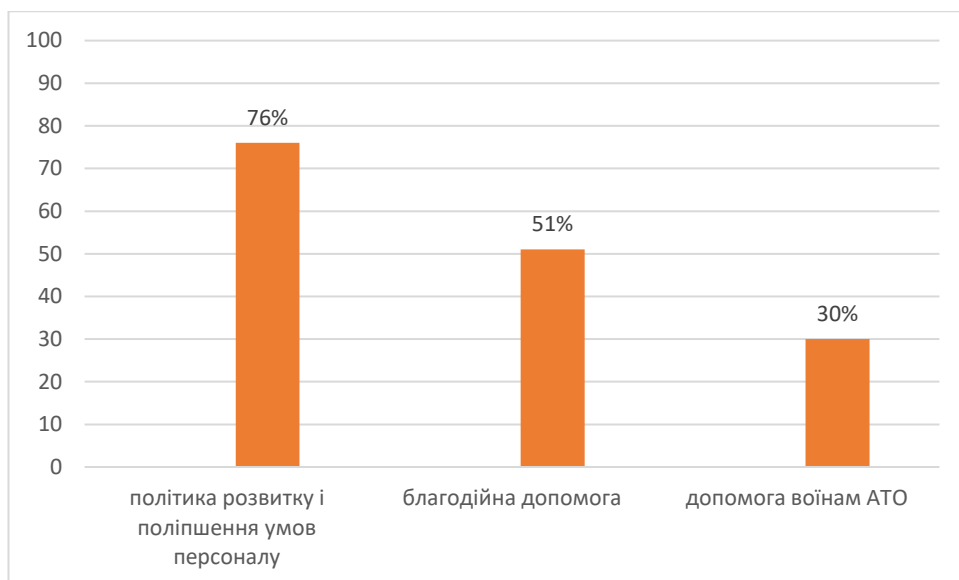


Рисунок. 2.4 - Напрями реалізації соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах (2021 р.)

Джерело: побудовано авторами за даними Центру «Розвиток КСВ» [16]

6. Якість продукції та лояльність споживачів. Якість продукції є одним з важливих чинників, що впливають на загальну корпоративну репутацію бізнес-структур. Це виробництво якісних товарів і послуг, які є безпечним для здоров'я і життя споживачів; правдиве інформування про продукцію; наявність та дотримання процедур відшкодування збитку в разі продажу товарів і послуг неналежної якості тощо [43, с.295].

Управління іміджем (репутацією) тісно пов'язане з іншим мотивом соціальної відповідальності – лояльністю споживачів. Лояльність – сталість вибору продукції – забезпечується завдяки хорошому іміджу організації: саме він визначає, що споживач обере продукцію цієї компанії, а не її конкурента, через кращий імідж, хоча при цьому якість продукції може бути однаковою. В результаті зростає не лише товароборот, а відбуватиметься просування товару соціально орієнтованого виробника, що скорочує її витрати на рекламу.

Незважаючи на значну увагу, що приділяється ідеї соціальної відповідальності бізнесу в Україні, у своїй більшості (серед бізнес-спільноти, ЗМІ, неприбуткового сектору, державної влади, пересічних громадян) ця концепція все ще залишається не повністю зрозумілим і оціненим явищем. Про це свідчать дані соціологічних досліджень щодо соціальної відповідальності (рис.2.5).

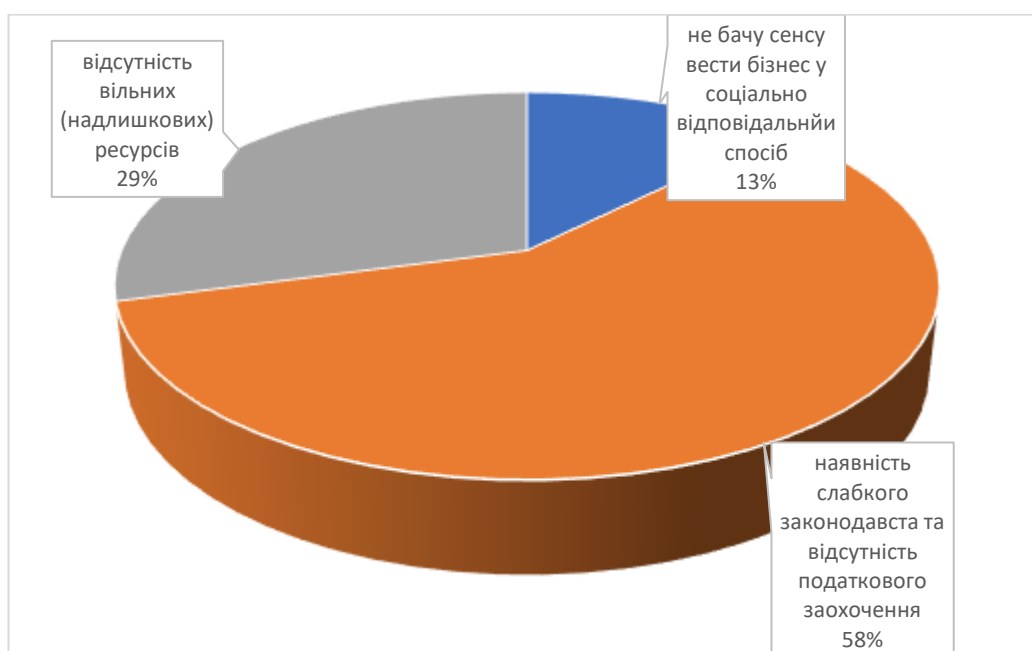


Рисунок 2.5. - Основні перепони виділення коштів на програми соціальної відповідальності (на думку підприємців)

Джерело: [16].

Отже, проведені дослідження з'ясувало, що в Україні існують проблеми із розвитку соціальної відповідальності бізнесу, що пояснюються багатьма факторами. Важливість їхньої ідентифікації та необхідність вирішення пояснюється тим позитивними наслідками, які має СВБ та негативними результатами, які отримують підприємства та національна економіка в разі її відсутності. Соціальна відповідальність бізнесу стає чинником розвитку персоналу, підвищення якості продукції та якості життя населення. В Україні на цей час існує реальна проблема із реалізації соціальної відповідальності бізнесу на вітчизняних підприємствах. В багатьох це пояснюється відсутністю інформації щодо сутності цього питання, напрямків його використання та наслідків реалізації для підприємств. Також важливою проблемою стає недосконалість правового підґрунтя для застосування соціальної відповідальності бізнесу та його розвитку. Але основною можна назвати економічну проблему: підприємства України в сучасних умовах зазнають проблему виживання на ринку через складну економічну ситуацію в країні та необхідність підвищення своєї конкурентоспроможності для утримання долі ринку; також до економічної можна віднести відсутність реальних стимулів з боку держави, які б сприяли розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, якими можуть виступати податкові пільги.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

3.1. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю в підприємницькому середовищі

Практика управління розвитком соціальною відповідальністю має певні відмінності в різних країнах світу. Однак, спостерігається тенденція до уніфікації вимог до виконання підприємствами різних аспектів соціально відповідальної діяльності, що знаходить своє відображення в нормативних документах ООН, міжнародних організацій з проблем соціальної відповідальності бізнесу тощо. В Україні досвід управління соціальною відповідальністю на національному рівні менше порівняно з країнами ЄС, оскільки ця проблема почала досліджуватися значно пізніше і перші громадські організації в цій сфері, перші наукові дослідження, почали з'являтися лише наприкінці 1990-х – на початку 2000-х років. Тому Україні потрібне подальше удосконалення механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу, що відповідатиме особливостям економічного та соціального розвитку країни, тенденціям та стандартам регулювання соціальної відповідальності у світі.

Дієвість державної політики регулювання соціальної відповідальності бізнесу буде залежати від чіткості визначених стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку країни та залежної складової у її реалізації – пріоритетів та цільової спрямованості інтеграції соціальної відповідальності бізнесу, злагодженої взаємодії учасників управлінського процесу щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу, диференційованості вибору

інструментів як прямого, так і опосередкованого впливу, дотримання принципів соціальної відповідальності для зміцнення довіри до органів публічного управління.

Основною метою удосконалення організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу є забезпечення сталого розвитку на основі формування сприятливого підприємницького середовища, забезпечення співпраці держави та бізнесу як довгострокового вектору, відповідно до чого необхідним є виконання наступних завдань:

1) покращення вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем:

1) покращення вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем:

- зростання кількості суб'єктів господарювання та покращення економічних показників їх ефективності (шляхом формування сприятливого підприємницького середовища, встановлення податкових пільг для соціально відповідальних підприємств, налагодження діалогу та встановлення партнерських відносин між державою, регіональними, місцевими органами влади та бізнесу, використання чесних підприємницьких практики, вихід на міжнародні ринки сертифікованих за соціальними стандартами підприємств, співробітництво з споживачі та дотримання їх прав);

- вирішення соціальних проблем суспільства (за рахунок фінансування бізнес-структурами програм соціального захисту незахищених верств населення, залучення бізнесом громадських організацій та громадян до вирішення актуальних соціальних проблем, благодійність і меценатство);

- забезпечення еколого-економічної ефективності діяльності бізнес-структур (за рахунок ресурсозбереження, використання маловідходних і безвідходних технологій, зменшення забруднення навколишнього середовища, запровадження підприємствами заходів щодо відшкодування шкоди навколишньому середовищу та здоров'ю людей);

2) забезпечення регіонального розвитку (шляхом реалізації програм розвитку регіонів і громад, у яких підприємства здійснюють свою діяльність, співпраця із регіональними та місцевими органами влади та управління).

Проведений теоретико-практичний аналіз стану управління розвитком соціальної відповідальності бізнесу в Україні та світі, практик соціально-відповідальної діяльності суб'єктів господарювання та наукових розробок вітчизняних учених з цієї проблематики можемо представити модель організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю (рис. 3.1).



Рисунок 3.1. - Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю

Примітка. Складено автором.

Ключовими інструментами публічного управління соціальною відповідальністю, що представлені у складі організаційно-економічного механізму, є: встановлення вимог, норм і обмежень (нормативи щодо охорони праці, працевлаштування інвалідів, вимоги трудового законодавства, якості продукції, можуть бути введені вимоги щодо складання і оприлюднення не фінансової звітності та правила до її складання та змісту); навчання, поширення кращих практик (проведення загальнодержавних і регіональних конкурсів на кращі практики, розрахунок і моніторинг індексів соціальної відповідальності, проведення семінарів, видання методичної літератури з метою передачі кращого досвіду); економічне стимулювання, оподаткування (податкові пільги для соціально відповідальних бізнес-структур, податкові пільги для підприємств, що спрямовують кошти на благодійництво).

Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу передбачає досягнення як короткострокових, так і довгострокових результатів. Слід відзначити, що соціальна відповідальність бізнесу є сферою, в якій отримання значних результатів у короткостроковому періоді не є реальним, адже трансформація бізнес-процесів компанії на нові принципи роботи потребує змін у свідомості як керівників, так і виконавців. Також, результат є важко вимірюваним, тому що складно оцінити вплив на національну економіку від управління соціальною відповідальністю бізнесу та інших сфер економічної діяльності.

Тому у короткостроковому періоді слід очікувати такі результати як зростання рівня поінформованості фізичних і юридичних осіб про особливості, зміст, переваги соціальної відповідальності бізнесу, і, як наслідок поширення цих знань, на активізацію соціальної відповідальності діяльності шляхом започаткування бізнес-структурами окремих ініціатив, участі суб'єктів підприємництва у роботі вітчизняних і міжнародних організацій, що спеціалізуються на питаннях соціальної відповідальності.

Більш відчутних результатів можна досягнути за рахунок управління розвитком соціальною відповідальністю у довгостроковому періоді: зростання

ВВП та рівня ефективності бізнесу (за рахунок підвищення продуктивності праці і покращення якості товарів, послуг; збільшення рівня прибутковості підприємств); покращення показників зовнішньо-економічної діяльності (покращання іміджу українських підприємств за рахунок сертифікації згідно міжнародних стандартів з корпоративної соціальної відповідальності, збільшення кількості міжнародних контрактів, вихід українських підприємств на нові ринки збуту); забезпечення розвитку регіонів (впровадження регіональних і територіальних програм економічного, екологічного і соціального напрямів, в тому числі у співпраці з місцевими органами влади і господарювання; створення нових робочих місць і збільшення відповідних податкових надходжень у місцеві бюджети); вирішення соціальних та екологічних проблем підприємств (покращення умов праці і соціального забезпечення за рахунок зростання лояльності працівників, встановлення балансу між роботою і сім'єю, покращенню можливостей підприємства фінансувати соціальні та екологічні програми за рахунок зростання обсягу прибутку).

Визначимо конкретні кроки, етапи та загрози, які можуть супроводжувати процес публічного управління соціальною відповідальністю бізнесу, представимо стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу, що може стати дієвим інструментом управління та впливу на сталий розвиток національної економіки (рис. 3.2).

Стратегія розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні має містити основні три взаємозалежні та взаємодіючі складові: економічна, екологічна та соціальна. Оцінка загального ефекту від здійснення публічного управління у сфері соціальної відповідальності бізнесу можна здійснити шляхом порівняння витрат на розробку і адміністрування регуляторної політики щодо корпоративної соціальної відповідальності та отриманого обсягу додаткових доходів (або зменшення витрат), що пов'язані із функціонуванням національної економіки.



Рисунок 3.2. - Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Формування ефективного діючого механізму соціальної відповідальності можливе за рахунок взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, що забезпечуватиме взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя та враховуватиме інтереси всіх стейкхолдерів (зацікавлених сторін): органів публічного управління (державної влади і місцевого самоврядування);

суб'єктів бізнесу; організації громадянського суспільства; вищі навчальні заклади та науково-дослідницькі інституції [45].

Отже, враховуючи існуючий стан розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначені стратегічні пріоритети, запропонуємо рекомендації для державних структур, приватного сектора та інших стейколдерів. Дотримання цих рекомендацій, на нашу думку, сприятиме більш ефективному розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, а також формуванню вітчизняної національної моделі соціальної відповідальності.

Таблиця 3.1 Рекомендації щодо формування вітчизняної національної моделі соціальної відповідальності бізнесу

Рекомендації для державних структур	Рекомендації для приватного сектора	Рекомендації для інших стейколдерів
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробити Національну політику у сфері КСВ. 2. Підтримувати державно-приватне партнерство (ДПП). 3. Підтримувати соціально відповідальні підприємства. 4. Удосконалювати податкове законодавство, розвивати сприятливий підприємницький клімат. 5. Грамотно розставляти пріоритети у вирішенні соціальних проблем 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвивати стратегічний підхід до КСО. 2. Дотримуватися системного та управлінського підходів до КСД. 3. Формувати системний підхід до взаємодії із зацікавленими сторонами. 4. Розвивати соціально відповідальне інвестування (СОІ). 5. Створювати міжкорпоративні кластери (соціальні кластери). 6. Більш активно відгукуватися на ініціативи в галузі КСВ, які пропонують світова спільнота. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ЗМІ необхідно дотримуватись балансу між позитивною та негативною інформацією про практики реалізації КСВ. 2. Суспільству – розвивати ідеї етичного споживання. 3. Суспільству – не шукати «патрона» в особі держави/компаній. За необхідності діяти самостійно.

Примітка. Складено автором.

Проблема підвищення дієвості управління економікою на державному і місцевому рівні має велике соціально-економічне значення, оскільки впливає на ефективність надання послуг державою, яка має відповідати сучасним вимогам суспільства. Держава як інституція має бути ефективною, бути в центрі економічного і соціального розвитку суспільства, але ніяк джерело розвитку, а як партнер, помічник і стимулюючий каталізатор, доповнює та створює умови для розвитку приватного сектора. У цьому контексті, формою

державного втручання в економіку, яка відбувається не по волі держави, а приватної сторони, яка на добровільній основі залучена в процес, є державно-приватне партнерство. Розглянемо питання соціальної відповідальності у реалізації проектів державно-приватного партнерства.

3.2. Розвиток публічно-приватного партнерства як складової стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу в підприємницькому середовищі

На нашу думку, однією з форм взаємодії держави та соціально відповідального бізнесу могло б стати державно-приватне партнерство (ДПП). Основним елементом як державно-приватного партнерства, так і корпоративної соціальної відповідальності є кінцева мета - суспільне благо, що і ріднить з першого погляду різні процеси. Державно-приватне партнерство визначає собі як соціальну мету залучення нової корисності збільшення якості життя суспільства, що порівнюється з цілями корпоративної соціальної відповідальності.

Державно-приватне партнерство – кооперація на тривалій основі між державним та приватним сектором, продукти та послуги в рамках якої розробляються спільно, а ризики розподіляються між сторонами, а також ресурси та витрати, пов'язані з наданням послуг та продуктів [37]. Основною метою ДПП є реалізація суспільно-значущих проектів, а отже, у держави залишаються функції контролю [38]. ДПП дозволяє враховувати інвестиційні інтереси бізнесу та є вигідним для бізнес-структур, особливо завдяки певним державним гарантіям, що сприяє зміцненню партнерських відносин між державою та бізнесом. При здійсненні проектів ДПП питання прибутку, а отже, і ціни для споживача залишається в полі зору держави і за визначенням має мати компромісний характер. ДПП може бути лише одним з найважливіших чинників розвитку соціально відповідального

підприємництва. Найбільшого ефекту у цьому напрямі може бути досягнуто, коли держава фактично виступає у ролі головного підприємця та об'єктивного контролера.

Характеристики державно-приватного партнерства полягають у наступному [46]:

- сторонами угоди про державно-приватне партнерство є приватний бізнес та держава;
- в основі взаємодії закладено юридичну складову;
- рівноправний характер взаємовідносин;
- загальна та публічна спрямованість як основна характеристика партнерства;
- консолідація ресурсів та вкладів сторін у процесі реалізації угоди;
- заздалегідь визначаються пропорції, в яких розподіляються фінансові ризики, досягнуті результати та витрати для кожної сторони.

Соціальна відповідальність є продовженням зусиль компанії зі стимулювання ефективного корпоративного управління за допомогою раціональної ділової практики, яка сприяє підзвітності та прозорості діяльності. Врахування принципів соціальної відповідальності в проектах державно-приватного партнерства має потенціал щодо зниження витрат, також як і постійна діяльність компанії-забудовника у сфері КСВ допоможе хеджувати ризики та уникнути репутаційного тиску з боку місцевих громад.

Соціальне державно-приватне партнерство поєднує в собі сильні сторони державного партнера, приватного сектора та соціального сектора для вирішення соціальних проблем шляхом пошуку нових способів надання соціальних послуг [48]. У соціальних ДПП державний і приватний сектор з'єднують ресурси для підтримки соціального сектора у висуванні креативних і ефективних заходів щодо вирішення соціальних проблем. Соціальний сектор у такого роду державно-приватних партнерствах представлений некомерційними організаціями.

Успішність застосування механізму державно-приватного партнерства перебуває у прямій залежності від визначеності фінансових джерел, можливих ризиків, показників ефективності реалізації проектів. В іншому випадку держава, яка виступає публічним партнером, та приватний бізнес можуть втратити інтерес до реалізації соціальних проектів на основі механізму державно-приватного партнерства через те, що наявні ресурси використовуються неефективним чином.

У табл. 3.2 представлені заходи щодо розвитку та вдосконалення інструментів фінансової забезпеченості проектів державно-приватного партнерства в контексті соціальної відповідальності на регіональному рівні.

Таблиця 3.2 Рекомендації щодо вдосконалення інструментів фінансової забезпеченості соціально орієнтованих проектів державно-приватного партнерства на регіональному рівні

Пропозиції	Зміст
1	2
Створення прозорого механізму для вдосконалення підходів публічного управління процесами надання допомоги підприємницькому сектору, що виступає суб'єктом проектів державно-приватного партнерства	організація конкурсного відбору на відповідність фінансово-економічним та господарським результатам та фінансово-економічній стійкості претендентів коштів запозичень; запровадження чітких обмежень у сфері права на надання суб'єктам підприємництва гарантій регіональних та муніципальних органів влади, а також кредитних інститутів, які виступають такими ж підприємцями
Впровадження ринкових боргових зобов'язань у вигляді цінних паперів	розробка механізму нормативно-правового регулювання ринку цінних паперів (реєстраторів та депозитаріїв), інфраструктурних облігацій. Застосування таких інструментів у вітчизняній практиці як державних, так та приватних структур для формування внутрішнього ринку інструментів фінансування інфраструктурних проектів є перспективним та забезпечить як можливість реалізації важливих соціальних або комерційних проектів, а також сприятиме зростанню доходів зацікавлених осіб
Удосконалення інформаційного забезпечення та публічності реалізації проектів	проведення організаційно інформаційно-рекламної роботи в середовищі приватних інвесторів, створення спеціалізованих консультаційних центрів, що надаватимуть організаційну та методичну допомогу, проведення конференцій, симпозіумів, що презентують успішні практики реалізації соціально орієнтованих проектів ДПП.

1	2
Уточнення корпоративного законодавства у сфері регулювання взаємозв'язків між органами, що здійснюють кредитну політику на державному рівні, та суб'єктами підприємницької діяльності, які є здобувачами державних позикових коштів	розвиток законодавства, що дозволяє на відміну процедури банкрутства та відповідних негативних впливів, таких як зростання безробіття та ін., проводити реорганізацію та санювання суб'єктів підприємницької діяльності, які не здатні погашати зобов'язання, що існують перед відповідними державними органами; удосконалення нормативно-правової основи у сфері зобов'язань та відповідальності як підприємців, що невчасно повертають позикові кошти державі, так і органів державної влади, які надавали неправомірні гарантії цим суб'єктам підприємницької діяльності.

Примітка. Запропоновано автором.

Варто зазначити, що запропоновані шляхи вдосконалення фінансових інструментів за рахунок включення до них цінних паперів на повноправній основі дозволять підвищити стійкість довгострокових проектів державно-приватного партнерства. Більше того, враховуючи той факт, що заощадження населення є одним із нереалізованих фінансових потенціалів у сфері фінансування проектів державно-приватного партнерства, можливо реалізувати низку способів залучення коштів населення у вигляді трансформації їх у боргові зобов'язання регіональних органів влади.

Фінансування інфраструктурних проектів є ключовою проблемою функціонування ДПП для всіх країн світу, що обумовлює розвитку механізму інфраструктурних (проектних) облігацій.

Інфраструктурні облігації на сьогодні отримали широке застосування в ряді країн, таких як Австралія, Чилі, США, Індія тощо. У США емітентом облігацій, як правило, є органи державної влади різних рівнів, розповсюдженою є практика випуску місцевих інфраструктурних облігацій. Місцеві позики є найбільш надійним фінансовим інструментом. Місцеві облігації бувають двох видів: 1) облігації, забезпечені доходами від проектів; 2) облігації загального покриття. Забезпеченням інфраструктурних облігацій є платежі споживачів за користування об'єктами інфраструктури. Базовим

активом таких цінних паперів є доходи від реалізації проекту, які додатково можуть бути застраховані у банку, гарантом якими виступає уряд.

В Австралії емітентом інфраструктурних облігацій є уряд. Також, до 10% інвестиційного портфеля кожного пенсійного фонду Австралії приходить на інвестиції в інфраструктуру. Інфраструктурні боргові папери здійснюються у формі прямих запозичень; надання кредиту; рефінансування. Законодавчим обмеженням використання інфраструктурних облігацій є чітко позначений список об'єктів, до яких як правило відносяться: наземний та повітряний транспорт, об'єкти електрогенерації, електропостачання, газопостачання, водопостачання, каналізаційні та водоочисні споруди.

У Чилі активи пенсійних фондів здійснюється через випуск інфраструктурних облігацій, що інвестуються у конкретні проекти з будівництва доріг, об'єктів ЖКГ, аеропортів, мереж тощо. Такі концесії у Чилі отримали високі кредитні рейтинги провідних міжнародних рейтингових агенцій.

У розглянутих країнах залучення великих іноземних інвесторів до будівництва об'єктів інфраструктури здійснюється за допомогою випуску гарантованих облігацій. Вони емітуються шляхом інкорпорації невеликих облігацій в один цінний папір, який згодом продається інвестору. Облігації, які входять до гарантованих інфраструктурних облігацій, резервуються на балансі у банках, що забезпечує їхню надійність.

На нашу думку, розвиток в Україні механізму інфраструктурних облігацій для державних та приватних структур для формування внутрішнього ринку інструментів фінансування соціально спрямованих проектів є перспективним, оскільки забезпечить можливість реалізації важливих соціальних або інфраструктурних проектів, а також сприятиме зростанню доходів зацікавлених осіб.

Як вже зазначалось вище, державно-приватне партнерство стимулює зростання регіональної економіки за рахунок покращення підприємницького середовища та посилення конкуренції у наданні послуг населенню, що веде до

припливу до цієї сфери приватного капіталу. Впровадження у практику соціально відповідального бізнесу механізму державно-приватного партнерства вимагає не лише формування гармонійного правового середовища, а й створення організаційних умов реалізації. У цих умовах необхідно ухвалити власну стратегію розвитку державно-приватного партнерства, яка б визначила орієнтири руху процесу у перспективі п'ять-десять років. Це дало б сигнал потенційним інвесторам про можливі підходи до ведення інвестиційної діяльності, а також уявлення про те, як у перспективі розвиватиметься та чи інша галузь регіональної економіки залежно від функціонування цього механізму.

Необхідність розробки та реалізації стратегії розвитку державно-приватного партнерства обумовлена двома обставинами:

органи влади прагнуть активізації інноваційної та інвестиційної діяльності в регіоні з метою розвитку інфраструктури (будівництво нових чи модернізація існуючих об'єктів);

необхідність забезпечення стабільності надання публічних послуг місцевого населення.

Метою розробки стратегії державно-приватного партнерства є формування умов щодо вирішення завдань покращення якості життя населення на основі збалансованого функціонування галузей регіональної економіки, а також сталого розвитку природного потенціалу території. Внаслідок довгострокового характеру стратегії розвитку державно-приватного партнерства, що розробляється, знижується ризик невизначеності, який надає значний вплив на інвестиційну діяльність у регіоні. Варто відзначити, що процес розробки стратегії повинен включати механізм узгодження інтересів усіх зацікавлених груп, а саме органів влади, бізнесу, населення, некомерційного сектора. Тільки за умови досягнення ними загального розуміння необхідності встановлення партнерської взаємодії та спільності інтересів можна створити умови для успішної реалізації стратегії розвитку державно-приватного партнерства.

З метою його стратегічного розвитку на регіональному рівні мають бути передбачені механізми трисекторної взаємодії на постійній основі. Наприклад, стратегією може бути передбачено створення громадського майданчика для обміну інформацією про тенденції, проблеми, необхідні ресурси, а також можливі шляхи вирішення та врегулювання конфліктів.

Постановка цілей та завдань партнерства здійснюється з урахуванням виявлених потреб цільових груп, що сприяє досягненню балансу інтересів приватних, громадських та державних структур. Такий баланс необхідний для повноцінного використання потенціалу регіонів та можливостей мультиплікативного ефекту для розвитку суміжних галузей регіональної економіки. Запропонований механізм розробки стратегії державно-приватного партнерства на регіональному рівні на основі узгодження інтересів та потреб цільових груп регіон представлений на рис. 3.3.

Згідно із запропонованим механізмом на етапі планування розвитку державно-приватного партнерства у регіоні необхідно визначити цільові групи (1-й етап) та їх потреби (2-й етап). Потреби органів виконавчої влади проявляється, на наш погляд, у необхідності забезпечення сталого розвитку регіону та підвищення якості життя населення в умовах обмежених природно-економічних ресурсів, що зумовлює необхідність підтримки найперспективніших галузей економіки.

Потреби підприємницьких структур виявляються, на наш погляд, у необхідності підтримки найменш розвинених, але мають тих, що мають найбільший потенціал суб'єктів регіональної промисловості. Потреби населення включені у необхідність підвищення якості життя (збільшенні зайнятості та рівня доходів, розвитку інфраструктури тощо). Об'єктивна оцінка рівня потреб органів виконавчої влади проводиться шляхом вивчення документів стратегічного планування (стратегій соціально-економічного розвитку територій, стратегій розвитку галузей регіональної економіки та ін.), внаслідок чого виявляються пріоритетні напрямки реалізації інвестиційних

проектів у формі державно-приватного партнерства для розвитку економіки та соціальної сфери.

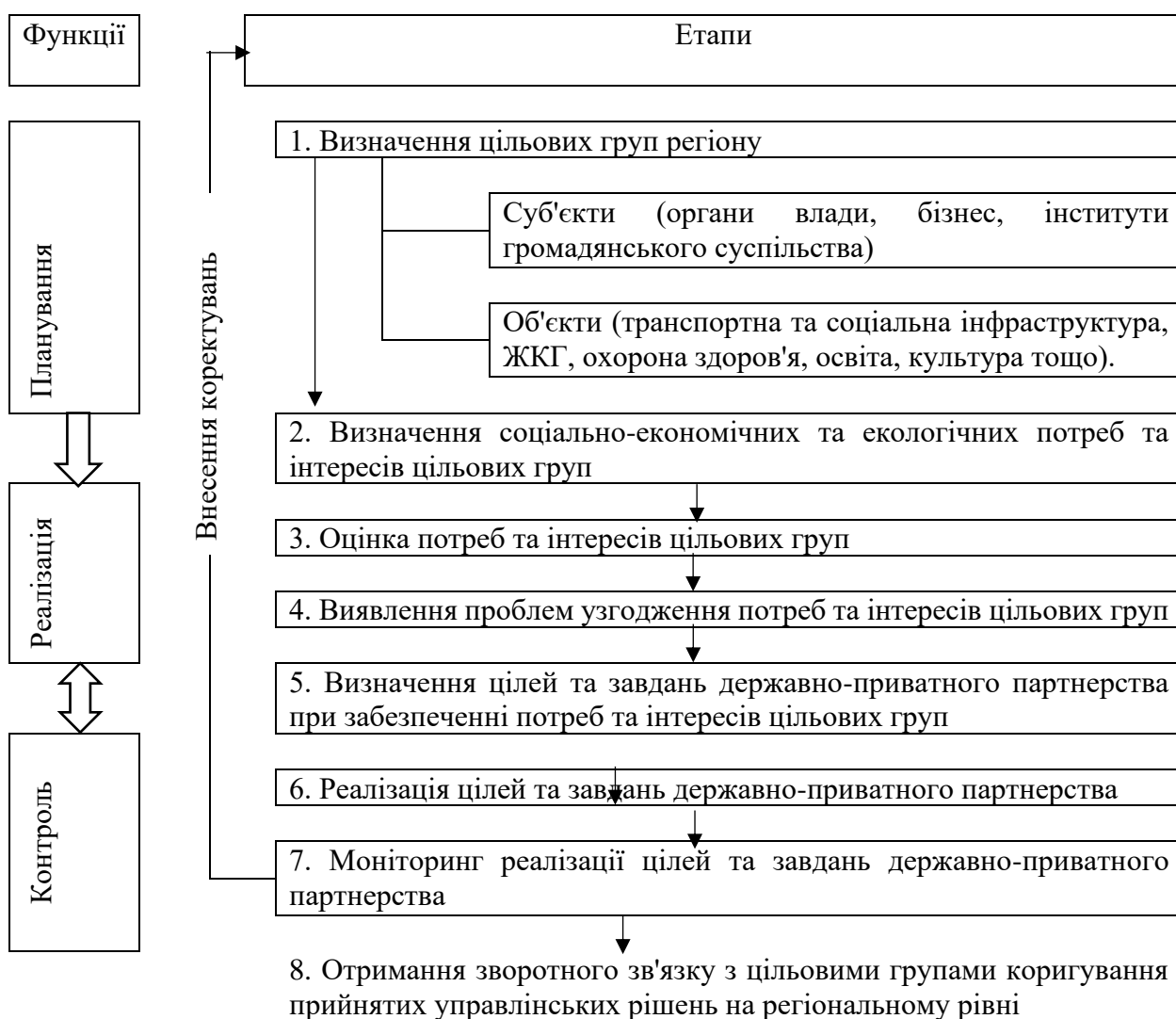


Рисунок 3.3 — Механізм розробки та реалізації стратегії державно-приватного партнерства в системі соціальної відповідальності на основі узгодження інтересів цільових груп

Примітка. Запропоновано автором.

Суб'єктивна оцінка потреб цільових груп може проводитись шляхом експертного опитування їхніх представників. Так, опитування представників регіональних органів виконавчої влади дозволяє виявити основні проблеми реалізації державної інвестиційної політики, визначити найбільш перспективні з погляду експертів методи вирішення виявлених проблем.

Опитування представників підприємницьких структур допомагає оцінити стан макро- та мікросередовища майбутнього соціально-орієнтованого

проекту державно-приватного партнерства, його фінансове забезпечення. Вивчення суспільної думки служить для визначення найбільш ключових з точки зору населення регіону напрямів підвищення якості життя, шляхів розвитку економіки та соціальної сфери.

В результаті зіставлення результатів об'єктивної та суб'єктивної оцінок потреб цільових груп визначаються невідповідності, які стримують досягнення балансу приватних та державно-суспільних інтересів у процесі реалізації товарів та послуг в економіці регіону. Цей баланс є основою для постановки цілей та завдань розвитку державно-приватного партнерства, враховуючи природно-економічний потенціал, конкурентні переваги, інвестиційну привабливість точок економічного зростання.

Ефективність взаємодії держави, суспільства і бізнесу визначається не тільки обґрунтованим вибором форми і моделі взаємодій (у тому числі ДПП), а й якістю його організації. Під час організації взаємодії дуже часто виникають труднощі, і тому надзвичайно важливою є робота аналітика з їхнього розпізнавання та подолання. Для розпізнавання труднощів використовується метод діагностики за відхиленнями.

Виявлені труднощі усуваються за допомогою заходів, орієнтованих її подолання. Подолання труднощів здійснюється в рамках обраної (бажаної) моделі взаємодії держави, суспільства та бізнесу. Порушення цієї вимоги може призвести до нових труднощів та навіть до кризи. Весь спектр труднощів взаємодії групується за факторами його забезпечення: інформаційний, комунікативний та кадровий. Інформаційне забезпечення взаємодії держави, суспільства та бізнесу полягає в надання сторонам взаємодії повного обсягу якісної та достовірної інформації з використанням сучасних технічних засобів зв'язку. Кадрове забезпечення вимагає наявності спеціалістів у сфері соціальної відповідальності, а також відповідної компетентності сторін, що беруть участь у реалізації програми чи проекту. Комунікативне забезпечення – найголовніше у встановленні якісної та результативної взаємодії – пов'язано з умінням учасників переговорів та зустрічей взаємодіяти з метою узгодження

інтересів та рішень у рамках ДПП. Найпоширеніші труднощі у сфері комунікативного забезпечення взаємодії в рамках партнерської моделі соціальної відповідальності представлені у табл.3.3.

Таблиця 3.3 Основні труднощі, причини та заходи щодо їх подолання при встановленні взаємодії держави, суспільства та бізнесу

Труднощі	Причини	Наявність: так (+), ні (-)	Заходи з подолання
Компетен- тність	те саме повідомлення розуміється по-різному в залежності від рівня компетентності та попереднього досвіду		організація підготовки спеціалістів у сфері корпоративної соціальної відповідальності
Вибіркове слухання	блокування нової інформації, особливо якщо вона суперечить існуючим судженням		попередня інформаційна та психологічна підготовка до зустрічей та переговорів
Достовірність джерела	негативний минулий досвід спілкування		прагнення повної реалізації результатів зустрічей та переговорів
Семантичні	одні й самі слова для різних людей означають різні поняття		напрацювання необхідного досвіду спілкування
Фільтрування	подання неповної інформації з особистих та групових мотивів		встановлення та розвиток цінностей орієнтирів, відповідних ідеології соціальної відповідальності
Відмінність статусу	відмінність статусу може сприйматися особами нижчого ієрархічного рівня як загроза		учасники переговорів та зустрічей повинні мати необхідні повноваженнями, статус та практичними навичками спілкування
Тиск часу	хтось через зайнятість виключається з офіційного каналу спілкування, куди він зазвичай включений		делегування повноважень встановлення контактів та їх проведення галузі корпоративної соціальної відповідальності окремим співробітникам

Примітка. Запропоновано автором.

Подані в таблиці заходи щодо подолання труднощів у взаємодії держави, суспільства та бізнесу успішно реалізуються в міжнародній практиці соціальної відповідальності і сприяють досягненню згоди та виробленню спільної позиції.

На етапі реалізації стратегії державно-приватного партнерства визначаються цілі та завдання регіонального рівня за допомогою законодавчих, фінансових, бюджетних, екологічних та інших інструментів. Досягнення зазначених цілей можливо шляхом підготовки пропозицій щодо підтримки соціально-орієнтованих проектів державно-приватного партнерства суб'єктами промисловості регіону. На цьому ж етапі розробляються та впроваджуються проекти та програми, створені задля досягнення пріоритетних цілей державно-приватного партнерства.

На етапі контролю отримані результати реалізації проектів та програм порівнюються із запланованими показниками на предмет їх відповідності рівнем задоволеності потреб цільових груп. В процесі зіставлення фактичних результатів функціонування державно-приватного партнерства регіону може виникнути необхідність повернення до етапу визначення цілей та завдань державно-приватного партнерства. Отримання зворотнього зв'язку дозволяє внести коригування в процес реалізації державно-приватного партнерства, повернувшись на етап визначення потреб цільових груп.

Враховуючи специфіку запропонованого механізму реалізації стратегії розвитку державно-приватного партнерства в контексті соціальної відповідальності бізнесу, відрізняє його від традиційних підходів, а саме врахування потреб усіх цільових груп слід припустити більшу ймовірність досягнення максимального ефекту застосування державно-приватного партнерства у цілях соціально-економічного розвитку.

Отже, впровадження розглянутих підходів у публічному управлінні і практики державно-приватного партнерства тісно пов'язані з розвитком корпоративної соціальної відповідальності, так як ґрунтуються на принципах сталості, досягненні загального блага. Впровадження соціально-орієнтованого державно-приватного партнерства можуть стати потужними стимулами розвитку соціальної відповідальності, так як стимулюють громадянську ініціативу та залучення бізнесу до вирішення регіональних та загальнодержавних проблем.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота спрямована на вирішення важливого науково-практичного завдання – удосконалення механізму розвитку соціальної відповідальності в підприємницькому середовищі. Основні висновки роботи зводяться до наступного:

1. Встановлено, що багатоаспектність соціальної відповідальності обумовлює значну кількість трактувань цього поняття в науковій літературі та бізнес-середовищі, а також становленню різних підходів до розуміння її функцій, принципів, напрямів та рівнів реалізації. Визначено роль та інструменти державного регулювання соціальної відповідальності. Роль держави полягає в орієнтації бізнесу на прояв соціальної ініціативи у ключових сферах (економіка, зайнятість, охорона навколишнього середовища, якість життя). Для цього держава може використовувати такі інструменти, як держзамовлення, субсидування відсоткових ставок, реструктуризація податкової заборгованості, співфінансування інвестиційних проектів, кредитування під державні гарантії тощо.

2. Аналіз зарубіжної практики показав, що для заохочення бізнесу до соціально-відповідальної поведінки держава може використовувати різноманітні інструменти та механізми стимулювання, від м'яких форм регулювання та мотивації до жорстко визначених законодавством вимог. Ключовими інструментами державного стимулювання розвитку корпоративної соціальної відповідальності в зарубіжних країнах є: формування законодавчо-правової бази; співпраця з бізнесом у реалізації соціально значущих ініціатив (надання субсидій створення робочих місць; фінансова підтримка соціально та екологічно орієнтованих проектів); використання податкових та інвестиційних інструментів; міжнародне співробітництво з КСВ; визнання та демонстрація схвалення практики

розвитку КСВ; інформаційна, методична та інституційна підтримка розвитку КСВ-практики.

3. Розглянуто нормативно-правове та інституційне забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в Україні, що дозволило констатувати про наявність чималого переліку актів, які регулюють соціальну відповідальність, класифікованого за рівнями: на міжнародному, національному, регіональному та внутрішньо-корпоративному рівнях. Інституційна структура управління соціальною відповідальністю в Україні постійно удосконалюється, з'являються прогресивні (перевірені зарубіжною практикою) інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які відповідають сучасним соціально-економічним реаліям.

4. Здійснено аналіз тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні: проаналізовано витрати суб'єктів господарювання, пов'язані із корпоративною соціальною відповідальністю; розглянуто ключові напрями реалізації у вітчизняній практиці. Проведене дослідження показало, що в Україні існують проблеми із розвитком соціальної відповідальності бізнесу, що пояснюються недосконалістю правового підґрунтя застосування соціальної відповідальності бізнесу та його розвитку; низькою фінансовою спроможністю вітчизняних підприємств (особливо малого та середнього бізнесу) інвестувати значні соціально значимі проекти; відсутність реальних стимулів з боку держави, які б сприяли розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, якими можуть виступати податкові пільги.

5. Обґрунтовано, що забезпечити належний рівень управління соціальною відповідальністю можна через удосконалення відповідного організаційно-економічного механізму, метою якого є забезпечення сталого розвитку на основі налагодження співпраці держави та бізнесу. У роботі представлені поглиблені стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності, які конкретизуються з точки зору економічної, соціальної та екологічної компоненти.

6. Розроблено практичні пропозиції щодо сприяння розвитку соціальної відповідальності з використанням можливостей державно-приватного партнерства. Механізм ДПП як проектна форма реалізації соціальної відповідальності бізнесу на національному чи регіональному рівні, який держава використовує для вирішення соціально значимих завдань, **інтегруючи потреби та інтереси різних суб'єктів економіки.** У роботі представлено **рекомендації** щодо вдосконалення інструментів фінансової забезпеченості соціально орієнтованих проектів державно-приватного партнерства, запропоновано механізм розробки та реалізації стратегії державно-приватного партнерства в системі соціальної відповідальності на основі узгодження інтересів цільових груп. Завдяки цьому забезпечується вплив на рівень активності та свідомості громадян і суб'єктів громадянського суспільства як ключових рушійних сил процесів, що лежать в основі соціально відповідальної діяльності бізнесу та сталого розвитку національної економіки. Важливим чинником, що обумовлює ефективність інтеграції концепції соціальної відповідальності в механізм державно-приватного партнерства, є активний характер двосторонньої комунікації між публічною владою та стейкхолдерами території, в основі якої лежить високий рівень соціальної відповідальності сторін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення. Аналітичний звіт. 2019. 18 березня. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/bank-problem-ta-modeley-sotsial-nykh-pidpryemstv-dlia-ikh-vyrishennia-analitychnyy-zvit/
2. Башинський Т. В. Елементи та функції системи механізмів формування та реалізації соціальної політики держави. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Ч. 2. Вип. 6. С. 71–76.
3. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. *Економіка і організація управління*. *Донецький національний університет*. Вінниця, 2014. Випуск №1 (17)–2 (18). URL: http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/4001/1/Korporat_soc_vidpovid.pdf
4. Бізнес та «зелена» модернізація економіки: можливості та бар'єри / Результати опитування представників бізнес компаній. Сайт Центру “Розвиток КСВ”. URL: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/06.pdf>
5. Білан О.С. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення вартості компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 54. С. 75-79.
6. Борецька Н. П. Участь держави у формуванні національної моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Держава та регіони*. Сер.: Державне управління. 2013. № 4. С. 80-85.
7. Будько О.В., Галатов Б.М. Особливості нормативно-правового регулювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 17. С. 100–104.

8. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр. URL: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/Vpliv-biznesu-na-CSR.pdf>
9. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Києво-Могилянська бізнес держ. студія, 2005, 10, 11–20.
10. Ганна А. М. Нефінансова звітність підприємств як аспект управління стійким розвитком. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 3-4. С. 121–131
11. Гордієнко Л. А. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Одеського національного університету*. Серія : Економіка. 2014. Т. 19, Вип. 2(5). С. 34-38.
12. Грицаєнко М. І. Сутність соціального капіталу та його особливості в аграрній сфері. *Економіка АПК*. 2018. № 1. С. 60-65.
13. Грицаєнко М. Інвестиції в соціальний капітал як інструмент реалізації соціальної відповідальності бізнесу. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers. European institute of further education, Podhájska*, 2021. Chapter II. С. 187-188
14. Дейч М.Є. Благодійність як прояв соціальної відповідальності: стан і перспективи розвитку. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2014. №1. С.137-143.
15. Длугопольський О. В., Коровицька О. А. Емпіричні критерії оцінки політики соціальної відповідальності корпорацій. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 1 (24). С. 54-63.
16. Другий каталог КСВ-ініціатив. 2020-2021рр. <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/catalog-iniciativ.pdf>
17. Законодавство України. Офіційний вебсайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
18. Зінченко О.І., Хімченко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.

19. Компанієць В. В., Дейч М. Є. Чинники формування та стимулювання соціально відповідальної поведінки особистості, бізнесу, суспільства, держави в Україні. *Вісник економічної науки України*. 2013. № 2(24). С. 30-36.

20. Коваленко Є.В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки Електронне наукове фахове видання*. Миколаїв. 2016. Випуск 9. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf>.

21. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудова відносини: теорія та практика: збірник наукових праць*. 2013. № 2(6). С 6–14.

22. Комарницький І. Ф., Галушка З.І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. *Зб. наук. праць Буковинського у-ту*. 2010. № 6. URL: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf.

23. Конкурс кейсів з КСВ. URL: <https://csr-kraine.org/projects/konkurs-keysiv-z-ksv>

24. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

25. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

26. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.

27. Кравцов С. С., Клімова А. М. Корпоративна соціальна відповідальність туристичного підприємства: сутність та напрями впровадження. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_43 (дата звернення: 15.07.2021).

28. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством. *Журнал європейської економіки*. 2016. № 2, Т. 15. С. 172-182.
29. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 12. С. 5-13.
30. 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.
31. Махначова Н. Роль соціального партнерства в громаді в умовах децентралізації. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: <https://bit.ly/30EOu2T>.
32. Мостепанюк А. В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13-22.
33. Ніценко В.С. Роль агрохолдингів у розвитку сільських територій. *Формування ринкової економіки*. 2015. № 33. С. 293–302.
34. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність. К.: Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
35. Офіційний сайт CorporateRegister. URL: <https://www.corporateregister.com/>.
36. Праця України у 2020 році: статистичний збірник. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/08/zb_Pracia2020.pdf
37. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01 липня 2010 р. № 2404-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
38. Реалізація проектів державно-приватного партнерства в Україні. ДПП як механізм ефективною співпраці між державою та приватними партнерами у галузі інфраструктури. Посібник. Київ, 2017. URL: https://mtu.gov.ua/files_96.pdf

39. Сазонець О. М., Теремій А. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності на основі глобального договору оон. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 44–52.
40. Система енергоефективності в Україні проект до обговорення. URL <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2018/09/GIZ-brochure.pdf>
41. Смолій Л. Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 26–30.
42. Станкевич Ю. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність: сутність та проблеми поширення в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 171-174.
43. Тарасюк Г.М., Лагута Я.М., Рудковська Н.Г. Зовнішня форма реалізації корпоративної соціальної відповідальності компаній: суть та напрями. *Інфраструктура ринку*. Вип.40. 2020. С.292-297.
44. Філіппова С.В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 5-17. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/5.pdf>.
45. Флюнт С. Аліна Бочарнікова: Соціальні підприємці працюють з цілим світом. *Український інтерес*. 2019. 11 лютого. URL: <https://uain.press/economics/alina-bocharnikova-sotsialni-pidpryyemtsi-pratsyuyut-z-usim-svitom-993962>
46. Фоменко О. П. Інституціональний механізм публічно-приватного партнерства в Україні в контексті децентралізації влади [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 "Механізми держ. упр." / О. П. Фоменко ; М-во освіти і науки України, Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. Івано-Франківськ, 2018. 20 с
47. Фролова Л. В., Єрмак С. О. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності серед бізнес-структур України. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8830>

48. Чижишин О. І. Значення і сутність соціальної відповідальності в умовах функціонування ринкової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6(3). С. 127-130.

49. Bazylevych V. D. et al. Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*. 2019. Vol. 1. P. 132–139.

50. Bowen H. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York : Harper & Row, 1953.

51. Carroll A. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management*, 1979, 4(4), 497–505.1

52. Drucker P. The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 1984, 26(2), 53–63.

53. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*, 1970, 13, 122–126.

54. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO : веб-сайт. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (дата звернення: 15.07.2021).

55. Jamali D. Corporate Social Responsibility in Developing Countries. *International Journal of Management Reviews*. 2018. Vol. 20. P. 32-61

56. United Nations Global Compact. URL: https://www.unglobalcompact.org/whatis-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=206&search%5Breporting_status%5D%5B%5D=active&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc

Виконала: студентка магістратури
спеціальності 281 Публічне
управління та адміністрування
заочної форми навчання
«___» грудня 2022 р.

Підпис

Т.П. Сибіга

Ініціали, прізвище

Науковий керівник
кандидат наук з державного
управління, доцент кафедри
публічного управління та
адміністрування
«___» грудня 2022 р.

Підпис

М.І. Баюк

Ініціали, прізвище

Робота допущена до захисту:
Завідувач кафедри публічного
управління та адміністрування
доктор наук з державного
управління, доцент
«___» грудня 2022 р.

Підпис

Е.В. Щепанський

Ініціали, прізвище

ДОДАТКИ

Таблиця А - Визначення категорії «соціальна відповідальність бізнесу»

Джерело	Визначення
Міжнародні документи	
Всесвітня ділова рада з стійкого розвитку	Зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з робітниками, їх сім'ями, місцевою спільнотою та суспільством загалом поліпшення якості їх життя.
Європейське агентство з охорони довкілля	Сукупність зобов'язань перед робітниками, їхніми сім'ями, місцевими громадами та суспільством в цілому, які бере на себе приватний сектор з метою досягнення сталого економічного розвитку та гармонізації інтересів бізнесу та пріоритетів суспільного розвитку.
Європейська комісія	Концепція, що відбиває добровільне рішення компаній брати участь у покращенні суспільства та захисту навколишнього середовища
Зелена Книга ЕС	Інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та їх взаємодію з заінтересованими сторонами на добровільній основі.
Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні	Відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активній соціальній позиції компанії, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійний діалог з суспільством, участі у вирішенні гострих соціальних проблем.
Міжнародна фінансова корпорація	Підхід, за допомогою якого досягається інтеграція економічних, екологічних та соціальних імперативів, які є актуальними сьогодні та враховують потенційні потреби майбутніх поколінь.
Міжнародний форум лідерів бізнесу	Сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству та допомагає досягти соціального, економічного та екологічно стійкого розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.
Стандарт ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності»	Відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яке сприяє стійкому розвитку, здоров'ю та благополуччю населення; враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає законодавству та узгоджується з міжнародними нормами поведінки.
В науковій літературі	
Г. Боуен	Реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або вибору такої лінії поведінки, які були би бажаними з позицій цілей і цінностей суспільства»
М. Фрідмен	Використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови, що він додержується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства

А. Керолл	Діяльність компанії, що відповідає економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що пред'являються суспільством організації у даний період вимогам суспільства
П. Друкер	Полягає у перетворенні соціальних проблем в економічну можливість і економічний зиск, виробничі потужності, компетентність персоналу, добре оплачувану роботу і, зрештою, багатство
В. Воробей	Це спосіб керування бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу суспільство.
О. Зінченко, А. Харченко	Реалізація такої політики, прийняття таких рішень чи проведення такої лінії поведінки, які були б бажані з погляду цілей та цінностей суспільства.
А. Колот	Відповідність економічним, правовим, етичним та дискреційним очікуванням, що висувається суспільством до організації на даний період. Це відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм та правил, неявно визначених чи невизначених законодавством (у галузі етики, екології, милосердя, людинолюбства, співчуття та тощо), що впливають на якість життя окремих соціальних груп та суспільства загалом.
Н. Супрун	Це дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки - обов'язок звітувати перед суспільством та нести покарання особистого чи майнового характеру.
О. М. Сазонець, А. А. Теремій	Діалектичний взаємозв'язок між особою та суспільством, характеризується взаємними правами та обов'язками по виконання приписів соціальних норм та використанням різних засобів впливу у разі її порушення.
С.В. Філіппова	Самостійний вибір підприємств за вкладом у розвиток суспільства, при якому держава зі свого боку мотивує соціально відповідальну діяльність за допомогою відповідних податкових пільг.
Л. В. Фролова, С. О. Єрмак	Інтегральна соціально-економічну, правову та психолого-педагогічну категорію, що характеризує взаємини людини та соціуму, визначає адекватні моделі соціального поведінки та діяльності людини відповідно до провідних принципами соціального менеджменту та соціальної психології сфері середнього та малого бізнесу.
О. І. Чижишин	Сукупність добровільних формальних та неформальних прав та обов'язків суб'єктів підприємницького сектору національного економіки перед персоналом та суспільством з: дотримання законодавства у сферах соціальної політики, зайнятості, умов та оплати праці, екології, оподаткування; забезпечення збереження та розвитку людського капіталу; ефективності виконання соціальних та суспільних функцій; здібності задовольняти поточні потреби та створювати передумови для задоволення перспективних цілей.

Примітка. Складено автором за даними [8; 18;21 ;39; 44; 47; 48; 50-53].