

# Стратегічні напрямки розвитку соціальної відповідальності в Україні



Виконала:  
Студентка заочної форми навчання  
Фінансово-економічного факультету  
Групи ФДМ-501 зм  
Онопа Вікторія Валеріївна  
Перевірів:  
Базилюк Борис Григорович

● В умовах, коли спостерігаються соціально-політична нестабільність, занепад економіки, невизначеність суспільних тенденцій розвитку, для стабілізації й виправлення ситуації виникає необхідність у підвищенні відповідальності кожного з членів суспільства. Зважаючи на вагу тієї ролі, яку відіграє бізнес у житті суспільства та можливості щодо впливу на ситуацію, особливо актуальним стає питання підвищення його соціальної відповідальності.



## Особливості соціальної відповідальності в Україні :

1)Порушення принципу максимізації прибутку.  
Соціально відповідальна поведінка в певній мірі ускладнює і відмежовує шляху отримання прибутку і накладає ряд додаткових умов, лише виконав ці умови, підприємство може досягти фінансового успіху

2)слабкість тиску та обурення на підприємства з боку споживачів і громадян

3)недостатність коштів для проведення соціальних заходів, тому що для більшості підприємств це є значними витратами

4)швидке бажання отримання прибутку шляхом не відповідального ставлення до соціальних питань підприємства

5)відсутність досвіду у вирішенні соціальних питань

6)складність розрахунку економічного ефекту від соціальної діяльності

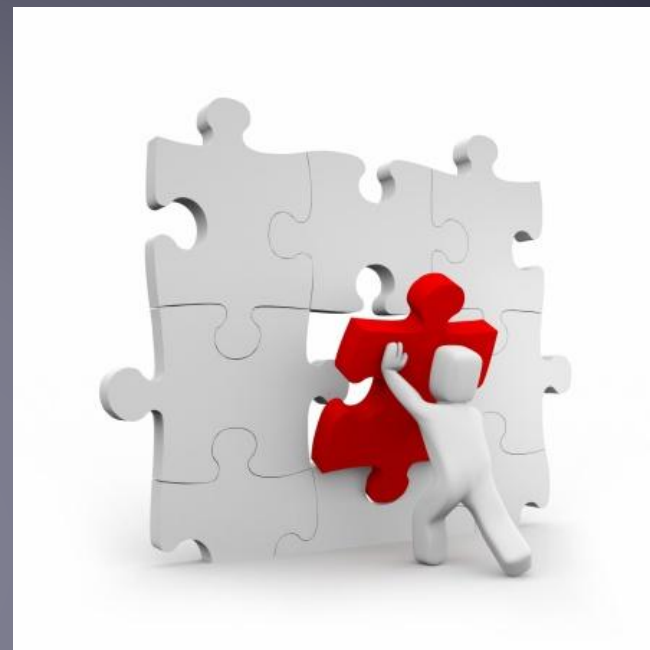
Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) поширюється на такі основні напрями:



- дотримання прав людини;
- дотримання вимог законодавства;
- ділова та корпоративна етика;
- захист навколишнього природного середовища;
- співпраця із зацікавленими сторонами;
- дотримання міжнародних норм поведінки;
- прозорість та підзвітність.



- Відповідно до розробленої «Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року» необхідність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена наступними чинниками:
  - низький рівень корпоративної культури;
  - правовий нігілізм і деформація правової свідомості;
  - низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу;
  - термінологічна (нормативна) невизначеність;
  - закритість українських компаній для широкої громадськості;
  - нерівномірне врахування інтересів зацікавлених сторін .



● Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу, вихід на нові ринки.

**До основних переваг ведення українськими підприємствами соціальної відповідальності бізнесу можна віднести:**

1. Поліпшення фінансових показників. Існує пряма залежність між якістю політики соціальної відповідальності компанії та поліпшенням її фінансових показників

2. Поліпшення іміджу та репутації брендів. Одним з чинників популярності продукції компанії є репутація компанії як соціально відповідальної корпорації, популярність та визнання її соціальної діяльності

3. Підвищення продажу та лояльність споживачів. Успішна та продумана політика соціальної відповідальності істотно впливає на рівень продажу, здійснюваного компанією, та лояльність щодо неї споживачів

4. Зменшення плинності кадрів, підвищення відданості персоналу. До роботи в компанію, що підтримує продуману політику соціальної відповідальності, легше залучити професіоналів, тут знижується плинність кадрів і у зв'язку з цим скорочуються витрати на навчання працівників

5. Скорочення тиску з боку перевіряючих органів. Так, продумана політика соціальної відповідальності може сприяти зменшенню тиску з боку перевіряючих органів. Публікація інформації про принципи та політику компанії щодо своїх працівників, довкілля, постачальників значною мірою дає відповідь державним органам на те, яким є ставлення компанії до цих питань

Стратегія з соціальної відповідальності є офіційним документом, в якому визначаються цінності та стандарти, згідно з яким здійснюється операційна діяльність підприємства. Стратегія з соціальної відповідальності має базуватися на врахуванні специфіки зовнішнього середовища, напрямку діяльності та масштабу компанії. Вона може містити заходи з підтримки освіти, інвестицій у людський капітал безпосередньо у компанії або підвищення кваліфікації для тих, хто не є працівниками, проте є важливими групами для організації.



Стратегія соціальної відповідальності бізнесу – план дій, спрямований на виконання місії соціально-орієнтованого підприємства, досягнення цілей на довгострокову перспективу розвитку підприємства та забезпечення внеску в розвиток суспільства. Стратегія СВБ є основною складовою, яка має бути інтегрована в стратегію розвитку підприємства.



Основними принципами формування довгострокової стратегії діяльності підприємства у напрямі СВБ є:

- високі стандарти якості товарів та послуг;
- виконання зобов'язань перед співробітниками, постачальниками, партнерами;
- задоволення потреб та інтересів всіх стейкхолдерів

## Основні етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу для українських підприємств:

1. Визначення місії СВБ

Полягає у підвищенні якості життя працівників, місцевої громади та суспільства.

2. Формування системи цілей (дерева цілей) СВБ

Забезпечення соціально-економічного розвитку персоналу, забезпечення випуску якісної продукції, забезпечення діяльності, направленої на ресурсозбереження.

3. Аналіз внутрішнього середовища

Аналіз проводиться з метою ідентифікації сильних та слабких сторін та повинен бути спрямованим на аналіз соціальних ініціатив підприємства, орієнтованих на працівників, організаційної культури, виробництва та реалізації продукції

4. Аналіз зовнішнього середовища

Аналіз повинен бути орієнтованим на зовнішні проекти, які пов'язані з діяльністю підприємства, а також на характер взаємовідносин з зовнішніми стейкхолдерами

5. Оцінка рівня соціальної відповідальності.

Для малого та середнього бізнесу третій (вищий) рівень не завжди можливий. Підприємства малого та середнього бізнесу більш активно можуть реалізувати питання, які пов'язані чесною сплатою податків (перший рівень) та гідною заробітною платою працівників (другий рівень соціальної відповідальності)

6. Вибір стратегії.

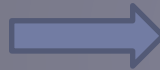
На основі аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища та оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства обирається відповідна стратегія та напрями СВБ.

## 7. Впровадження стратегії СББ



Наступний етап полягає у розробці соціальних програм та проектів, планів дій, направлених на впровадження стратегії. Реалізація стратегії повинна бути направлена на встановлення відповідності між обраною стратегією і внутрішньо організаційними процесами для того, щоб зорієнтувати діяльність організації на її здійснення.

## 8. Оцінка реалізації стратегії СББ



Відомі чотири критерії оцінки соціальної відповідальності: економічні (одержання прибутку), юридичні (дотримування законів), етичні (етична поведінка), прийняття на себе відповідальності (покращення добробуту суспільства та якості життя людей)

● Зміст стратегії полягає в забезпеченні високого рівня соціальної відповідальності бізнесу, що може включати такі основні складові:

**1. Розробка концепції навчання персоналу**, яка повинна включати різні форми та методи навчання. Навчання персоналу на спеціальних курсах, які проводяться вищими навчальними закладами (програми MBA); курсах та тренінгах, що орієнтовані на набуття специфічних знань та навичок.

**2. Укріплення соціальної захищеності працівників.** У даному розділі базової стратегії соціальної відповідальності бізнесу формується соціальний пакет, удосконалюються складові соціальної інфраструктури

**3. Здоров'я населення (громади), розвиток місцевої та регіональної інфраструктури.** У даному розділі передбачається встановлення взаємозв'язків і співпраця з місцевими органами влади щодо проведення спортивних, благодійних, спонсорських заходів із залученням ресурсів підприємства: людських, інформаційних, фінансових тощо.

**4. Ділова етика.** На основі розробленого Кодексу етики, встановлюються принципи поведінки з діловими партнерами.

**5. Екологічна та природоохоронна діяльність** передбачає не тільки дотримання законодавства, але і добровільні акції, спрямовані на очищення навколишніх територій від бруду; дії, спрямовані на енерго - та ресурсозбереження тощо.

**6. Задоволення потреб споживачів** передусім у випуску якісної продукції, яка відповідає всім міжнародним стандартам, з використанням екологічно чистої сировини.

Стратегічними напрямками розвитку соціальної відповідальності є створення нормативно-правової бази, що містила б систему податкових пільг, а також створення мережі з поширення досвіду соціальної відповідальності вітчизняних та закордонних підприємств.





- Сьогодні, для українських підприємств у сфері соціальної відповідальності актуальними є: розробка Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності, започаткування просвітницьких програм для споживачів, розробка та реалізація широкої інформаційно-просвітницької кампанії з різних аспектів соціальної відповідальності, впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування.

Таким чином, з урахуванням визначених особливостей формування соціальної відповідальності та аналіз існуючих підходів до поширення соціальної відповідальності можна запропонувати наступні напрямки її стратегічного розвитку:

- зміцнення суспільної свідомості щодо значущості соціальної відповідальності для сталого економічного розвитку держави та конкурентоспроможності підприємства;
  - формування податкового законодавства з урахуванням можливостей зменшення оподаткування соціально-відповідальними підприємствами;
- стимулювання поширення українськими суб'єктами господарювання та організаціями нефінансових звітів, у т.ч. через українські та міжнародні спеціалізовані портали та бази звітів.
- підготовка фахівців та підвищення кваліфікації менеджменту в сфері СВБ;
- підвищення компетентності споживачів та сприяння зростанню відповідального споживання;
- раціональне природокористування, енерго- та ресурсозбереження.

# Висновок:

- Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу.  
Соціальна спрямованість бізнесу буде більш ефективною, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємствами.  
Тож, при формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні:
- - доцільно враховувати соціальну відповідальність при розробці стратегії підприємства;
- - формування корпоративної стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами, покращення репутації підприємства в цілому;
- - узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу.

# Список використаної літератури:

- 1. Гогуля О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гогуля, І.П. Кудінова. – К.: Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. – 79 с.
- 2. Затейщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Затейщикова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 200-205.
- 3. Комарова К.В., Ковальчук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнеса на підприємствах України / К.В. Комарова, Н.В. Ковальчук // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5-6. – С. 25-30
- 4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
- 5. Лазаренко О. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазаренко, Р. Колишко. – К.: Енергія, 2008. – 96 с.
- 6. Поселюжна О.О. Стратегічні напрямки розвитку соціальної відповідальності в Україні / О. О. Поселюжна // Розвиток Європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. – 28 квітня 2017 року. – С. 696-700
- 7. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник / М.А. Саприкіна, О. Ляшенко, М.А. Саєнсус. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
- 8. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. – офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf)