

## СИСТЕМА ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

**Анотація.** У статті розглянуто основні підходи до визначення суб'єктів соціальної відповідальності бізнесу, проаналізовано їх інтереси та систему взаємодії. Розглянуто основні напрямки і результати реалізації СВБ.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність підприємств (СВБ), суб'єкти СВБ, інтереси суб'єктів СВБ, взаємодія суб'єктів СВБ.

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные подходы к определению субъектов социальной ответственности бизнеса, проанализированы их интересы и система взаимодействия. Рассмотрены основные направления и результаты реализации социально ответственной деятельности.

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса (СОБ), субъекты СОБ, интересы субъектов СОБ, взаимодействие субъектов СОБ.

**Abstract.** Basic approaches to the definition of the subjects of the social responsibility of business were described. Interests of the subjects of the social responsibility of business were analyzed.

**Keywords:** social responsibility of business, subjects of the social responsibility of business, subjects' interests of social responsibility of business.

**Вступ.** У сучасних економічних умовах задля досягнення стійкого фінансового стану, підвищення конкурентоспроможності та іміджу, кожне підприємство як економічний суб'єкт окрім виконання функцій, пов'язаних з отриманням і розподілом прибутку, має брати участь і у вирішенні низки соціальних проблем, вносити свій внесок у підвищення добробуту суспільства. Це знайшло своє відображення у категорії соціальної відповідальності суб'єктів господарювання.

**Постановка проблеми.** Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) є вагомим інструментом підвищення іміджу і конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Однак на даний час відсутній

єдиний підхід до визначення системи СВБ, її суб'єктів і об'єктів, а також до визначення системи взаємодії суб'єктів з урахуванням їх власних інтересів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання формування і забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання розглядали у своїх роботах К. Девіс, А. Керолл, М. Портер, Ф. Котлер, Л. Престон, М. Фрідман, Н. П. Борецька, С.П. Книш, П.А. Орлов, М.А. Окландер, О.О. Сердюк, О.О. Гетьман та інші вітчизняні і зарубіжні вчені.

**Постановка цілей.** Метою статті є розгляд основних підходів до визначення суб'єктів СВБ, а також системи взаємодії суб'єктів СВБ з урахуванням їх власних інтересів.

### **Виклад основного матеріалу.**

Впровадження концепції СВБ та її ефективне застосування як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства може бути дієвим лише за умови взаємної зацікавленості власників і менеджерів компанії, а також її стейкхолдерів: у такому разі всі суб'єкти зможуть отримувати переваги від соціальної відповідальності, які одночасно будуть виступати і в ролі стимулів для всіх учасників цього процесу.

Існує підхід, згідно до якого основними суб'єктами СВБ є соціально відповідальний роботодавець і корпорація. У ролі соціально відповідального роботодавця постають соціально відповідальні власники та перші керівники підприємства, які діють згідно з нормами трудового права, дбають про умови праці та соціальний добробут своїх працівників. Корпорацію розуміють як соціально відповідальне підприємство, яке зобов'язане не тільки платити встановлені податки та вести свою діяльність згідно із нормами чинного законодавства як на місцевому, так і на регіональному рівнях, охороняти навколишнє середовище в місцях розташування підприємства, але й розвивати соціальну інфраструктуру, здійснювати спільні проекти тощо [1].

Але такий підхід не є коректним, адже розглядає не складові СВБ, а напрями реалізації цієї концепції у внутрішньому (підприємства роботодавця про працівників компанії) та зовнішньому (дотримання норм законодавства, охорона навколишнього середовища, розвиток соціальної інфраструктури, реалізація соціальних проектів) середовищі підприємства.

Демченко Н.В. розглядає соціальну відповідальність у взаємозв'язку з інтересами таких суб'єктів системи соціальної відповідальності як людина,

робітники, органи місцевої державної влади та суспільство, а також аналізує результати реалізації ініціативи для кожного із суб'єктів (табл. 1) [2].

**Таблиця 1**

**Соціальна відповідальність та інтереси суб'єктів соціальної відповідальності бізнесу**

Людина	Робітники	Органи місцевої державної влади	Суспільство
<b>Основні інтереси суб'єктів системи соціальної відповідальності</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– гідні умови та оплата праці;</li> <li>– захист та охорона здоров'я;</li> <li>– покращення морального клімату в колективі, формування корпоративної культури;</li> <li>– повага прав людини;</li> <li>– підтримка творчих прагнень, самореалізація;</li> <li>– можливість споживання продукції відповідної якості та асортименту.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– покращення іміджу підприємства;</li> <li>– підвищення попиту на продукцію;</li> <li>– вихід до міжнародних ринків збуту;</li> <li>– «суспільна ліцензія» на господарську діяльність;</li> <li>– корпоративна культура та зацікавленість робітників у кінцевих результатах роботи підприємства;</li> <li>– зростання інвестиційної привабливості підприємства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– стимулювання рішень соціальних проблем;</li> <li>– отримання додаткових засобів контролю над ситуацією у соціальній сфері регіону;</li> <li>– отримання позитивної оцінки вищих органів влади та суспільства.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– якісний розвиток соціальної сфери (наука, освіта, охорона здоров'я);</li> <li>– зняття соціальної напруги;</li> <li>– зменшення негативного впливу на природу, покращення екологічного стану регіону, країни;</li> <li>– створення нових робочих місць.</li> </ul>
<b>Результати реалізації соціальної відповідальності</b>			
Впевненість, задоволеність, підвищення показників якості життя, здоров'я.	Стабільність функціонування, отримання та зростання прибутку, інвестиційної привабливості.	Стабільне суспільно-економічне зростання регіону, країни, позитивна суспільна оцінка діяльності.	Якість життя, добробут у суспільстві.

Серед переваг такого підходу можна назвати те, що способи реалізації концепції соціальної відповідальності підприємства названі відповідно до

суб'єктів системи соціальної відповідальності (їх чотири – людина, робітники, органи місцевої державної влади та суспільство), а також зазначено результати такої діяльності для кожного суб'єкта. Однак автором не виділено пріоритети реалізації соціальної відповідальності, а інтереси робітників підприємства проаналізовано з точки зору менеджерів (власників) бізнесу. Першу і другу групи суб'єктів («людина» і «робітники») можна об'єднати, а інтереси робітників перейменувати в інтереси менеджерів (власників) бізнесу. Інтереси органів місцевої державної влади і суспільства вказані коректно, як і результати реалізації концепції СВБ для цих груп.

Гетьман О.О. та Шефер М.В. вважають, що суб'єктами СВБ є власники, керівники і працівники підприємств. Також автори зазначають, що вирішальну роль у стимулюванні впровадження принципів соціальної відповідальності на підприємстві відіграють зацікавлені особи (стейкхолдери), і виділяють основні групи та підгрупи стейкхолдерів, а також напрями взаємодії (табл. 2) [3, 4].

**Таблиця 2**

**Основні групи стейкхолдерів і напрями їх взаємодії з підприємством**

Основні групи	Підгрупи	Напрями взаємодії
Органи державної влади та місцевого самоврядування, регулюючі органи	Органи законодавчої та виконавчої влади (Міністерства, відомства, адміністрації, виконкоми, тощо). Органи, що здійснюють регулюючі та наглядові функції	Своєчасні виплати до бюджетів усіх рівнів, сплата податків, забезпечення зайнятості, угоди про співробітництво, дотримання законодавчих вимог
Акціонери та інвестори	Мажоритарні і міноритарні акціонери, інвестиційні банки, приватні інвестори, іноземні інвестори	Максимізація прибутку й віддачі на вкладений капітал, стабільність і перспективність компанії
Інститути фінансово-кредитної системи	Банки, кредитні організації, біржі, страхові організації	Виконання договірних зобов'язань, своєчасна оплата відсотків по кредитах
Бізнес-партнери, постачальники та підрядники	Іноземні й вітчизняні компанії, міжнародні організації та фонди, підрядні організації, постачальники устаткування і послуг	Виконання договірних зобов'язань і принципів бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці
ЗМІ та рейтингові агентства	Міжнародна, національна та регіональна преса, телебачення, інформаційні агентства, експертні організації	Відкритість і прозорість діяльності, доступність для отримання інформації, готовність до діалогу

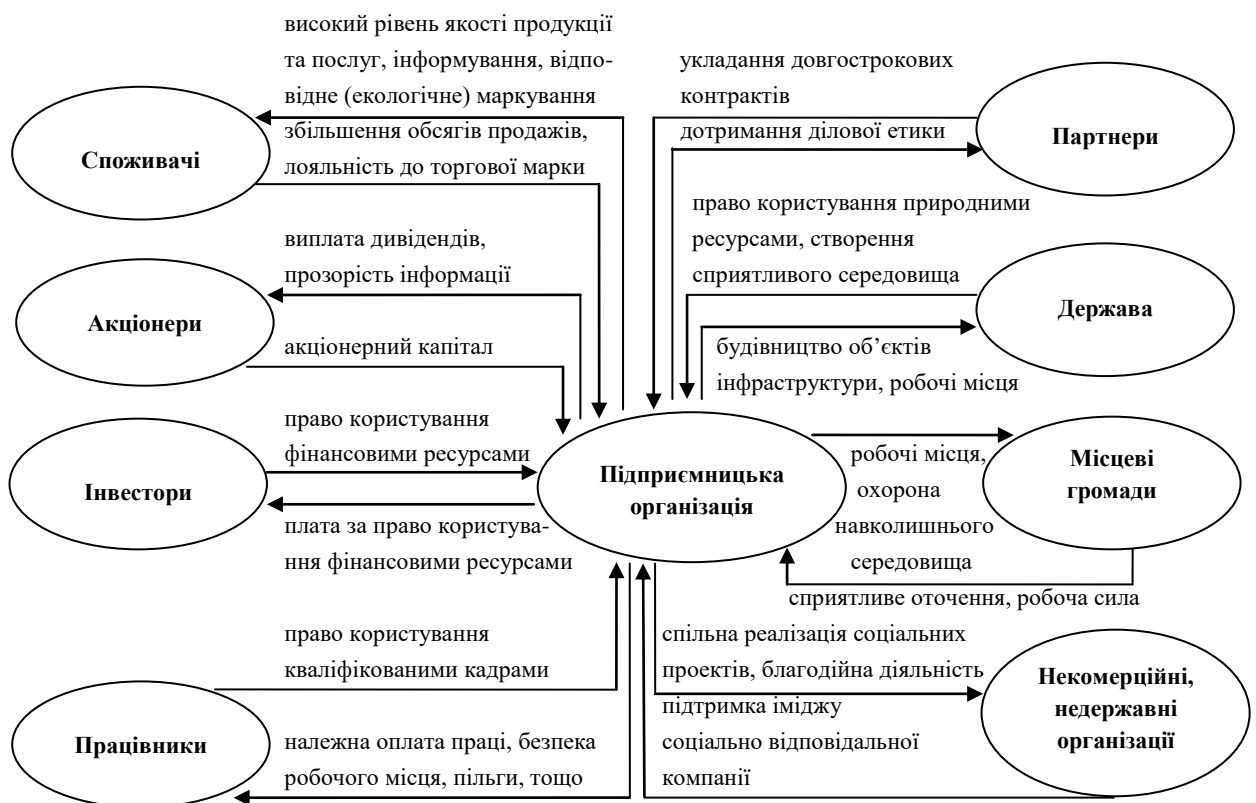
Співробітники підприємства	Кадри підприємств, профспілки, колишні працівники, потенційні працівники	Справедлива і своєчасна оплата праці, безпека праці, соціальні виплати і пільги, кар'єра, захист інтересів працівників
Громадські організації	Некомерційні організації	Виконання договірних зобов'язань і принципів бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці
Освітні установи	Вищі навчальні заклади і спеціальні навчальні установи	Залучення, навчання, адаптація та утримання молодих фахівців
Споживачі	Населення, закордонні споживачі, промислові та торговельні підприємства	Виконання договірних зобов'язань і принципів бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці, надання якісної продукції
Населення територій присутності (місцеве співтовариство)	Об'єднання громадян, громадські організації, члени сімей працівників	Розвиток соціальної інфраструктури, охорона навколишнього середовища, розвиток спорту та освіти, поліпшення медичного забезпечення

Автори називають перелічені групи групами стейкхолдерів, однак це суб'єкти соціальної відповідальності, які роблять можливою реалізацію концепції СВБ. Серед названих груп усі, крім освітніх установ, безпосередньо впливають на рівень соціальної відповідальності підприємства. Освітні установи забезпечують професійну підготовку працівників і керівництва компанії, підвищення кваліфікації і перекваліфікацію, їх ознайомлення із концепцією соціальної відповідальності і опосередковано впливають на рівень СВБ, хоча їх вплив важко переоцінити.

Як зазначає Онищенко В.О., до об'єктів СВБ відносять: працівників підприємства; власників, інвесторів та кредиторів бізнесу; споживачів продукції та послуг підприємства; місцеву громаду та органи місцевого самоврядування; інших громадян, які потребують особливої уваги з боку суспільства, – діти, інваліди, сироти, вагітні жінки, пенсіонери, студенти (учні) тощо; соціальну інфраструктуру – житлово-комунальне господарство, транспорт, заклади освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, екологічні споруди тощо [5].

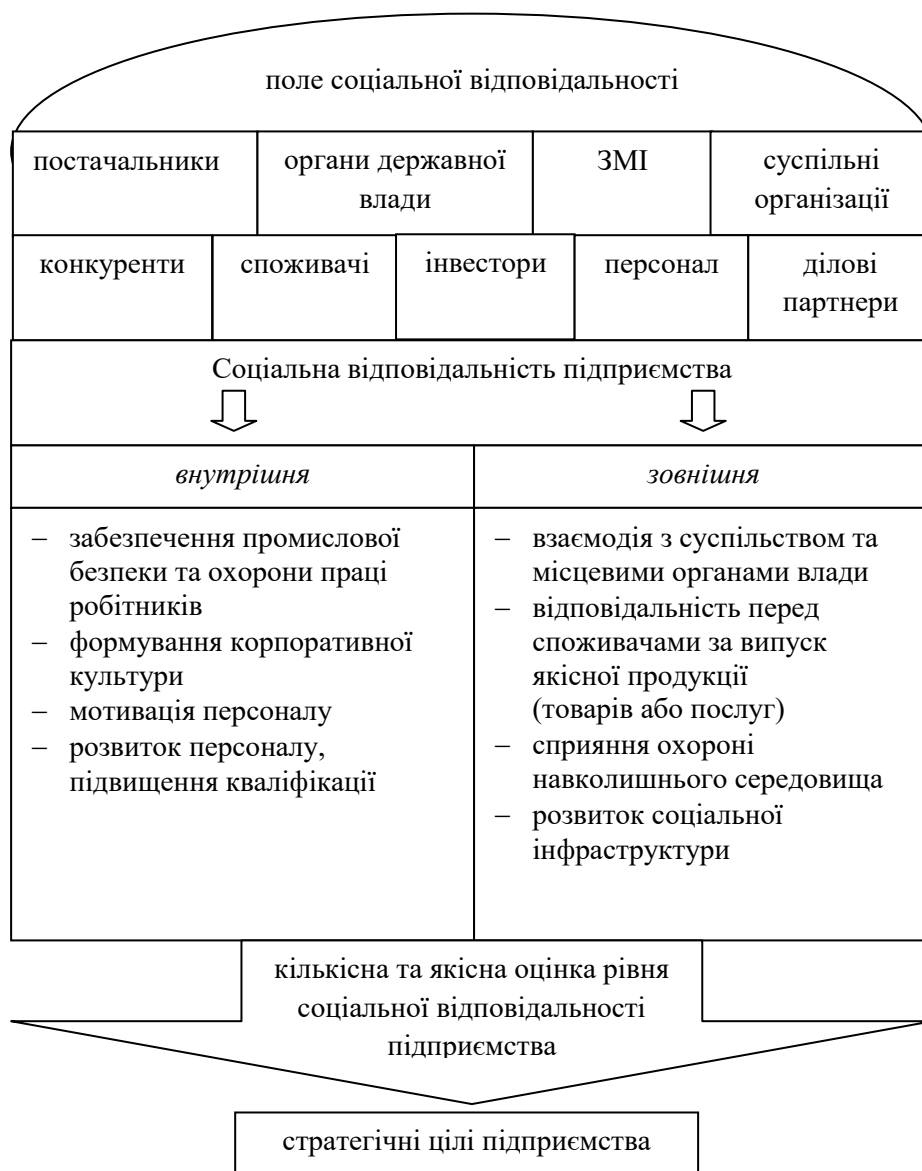
Проте у такому підході до визначення об'єктів СВБ не виділено як групу суб'єкти соціальної відповідальності підприємства, до яких належать працівники підприємства; власники, інвестори та кредитори бізнесу; споживачі продукції та послуг підприємства; місцева громада та органи місцевого самоврядування; інші громадяни, які потребують особливої уваги з боку суспільства. Соціальна відповідальність є добровільною взаємодією різних суб'єктів поля економічної, екологічної та соціальної діяльності підприємства, спрямованою на досягнення спільних цілей. Тому споживачі продукції не є об'єктом впливу підприємства, а повноцінним суб'єктом взаємодії, який робить свій відповідальний внесок у розвиток суспільства і узгоджує свої цілі з цілями діяльності підприємства.

Більш широкий підхід до визначення суб'єктів СВБ у своїй роботі демонструють Шаповал В.М., Гетьман О.О., Бендасюк О.О. [6]. На рис. 1 наведено розширену схему взаємозв'язків інтересів суб'єктів системи соціальної відповідальності підприємства і методів реалізації концепції СВБ. Авторами запропоновано вісім груп суб'єктів, а також зазначено вплив підприємства на суб'єкт і вплив суб'єкта на підприємство. Окреслене широке коло суб'єктів і опис їх взаємодії є перевагами такого підходу, проте перелік інтересів і дій підприємства і суб'єктів може бути значно розширено.



## Рис.1. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку суб'єктів підприємницької діяльності

Демченко Н.В. у полі СВБ виділяє вісім суб'єктів економічних відносин підприємства (рис. 2) [2]. Схема поля соціальної відповідальності підприємства має ряд переваг, серед яких – перелік суб'єктів взаємодії, опис внутрішнього і зовнішнього напрямів реалізації соціальної відповідальності підприємства, а також опис оцінки її рівня і наступного кроку – визначення стратегічних цілей підприємства. Однак у наведеній схемі не виділено групи зовнішніх і внутрішніх суб'єктів, які здійснюють вплив, а також не конкретизовано методи оцінювання рівня соціальної відповідальності суб'єкта господарювання. Тому наведену схему не можна вважати повною.



**Рис. 2. Поле соціальної відповідальності підприємства**

На думку автора, до суб'єктів СВБ можна віднести наступні групи:

- працівники, } внутрішнє середовище
- акціонери, }
- споживачі, } зовнішнє середовище
- інвестори, }
- партнери, }
- органи державної влади, }
- місцеві громади, }
- недержавні громадські організації (НГО). }

Такий перелік суб'єктів соціальної відповідальності підприємства обумовлює наявність широкого кола їх інтересів і потреб, які суб'єкт господарювання має змогу задовольнити за допомогою різних напрямів реалізації соціально відповідальної діяльності (таблиця 3).

**Таблиця 3**

**Суб'єкти, напрями і результати реалізації соціальної відповідальності підприємства (розроблено автором)**

<b>Суб'єкти взаємодії</b>			
<b>Працівники</b>	<b>Споживачі</b>	<b>Акціонери</b>	<b>Інвестори</b>
<b>Основні інтереси суб'єктів</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– безпека робочого місця і гідна оплата праці,</li> <li>– повага прав людини,</li> <li>– захист та охорона здоров'я,</li> <li>– підвищення кваліфікації,</li> <li>– покращення морального клімату в колективі,</li> <li>– формування корпоративної культури,</li> <li>– підтримка самореалізації,</li> <li>– соціальне забезпечення і розвиток соціальної інфраструктури.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– високий рівень якості і безпеки продукції,</li> <li>– використання стандартів якості продукції,</li> <li>– чесне інформування про продукцію,</li> <li>– відмова від недобросовісної реклами,</li> <li>– екологічне маркування продукції,</li> <li>– використання у виробництві безпечних новітніх технологій.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– висока фінансова стійкість підприємства,</li> <li>– зростання прибутку підприємства,</li> <li>– зростання вартості компанії,</li> <li>– отримання високих дивідендів,</li> <li>– зростання інвестиційної привабливості підприємства,</li> <li>– покращення іміджу підприємства,</li> <li>– вихід на зарубіжні ринки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– прозора і відкрита діяльність підприємства,</li> <li>– виконання менеджерами підприємства взятих на себе зобов'язань,</li> <li>– зростання прибутків за вкладеними коштами,</li> <li>– висока фінансова стійкість,</li> <li>– підтримка менеджерів і працівників у реалізації інвестиційного проекту.</li> </ul>



Результати реалізації соціальної відповідальності			
Покращення здоров'я, якості життя, добробуту працівників підприємства.	Вживання якісних продуктів, безпечних для здоров'я.	Зростання вартості акцій компанії, отримання прибутку.	Отримання високого прибутку за вкладеними коштами.
Суб'єкти взаємодії			
Партнери	Органи державної влади	Місцеві громади	Недержавні громадські організації
Основні інтереси суб'єктів			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– укладання довгострокових контрактів,</li> <li>– дотримання домовленостей і виконання взятих зобов'язань,</li> <li>– надання повної та правдивої інформації про діяльність підприємства та її результати,</li> <li>– покращення бізнес-клімату,</li> <li>– ефективна взаємодія.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– забезпечення робочих місць,</li> <li>– дотримання вимог чинного законодавства</li> <li>– сплата податків у повному розмірі,</li> <li>– будівництво об'єктів інфраструктури,</li> <li>– вирішення соціальних проблем.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– охорона і відновлення навколишнього середовища,</li> <li>– якісний розвиток соціальної сфери (наука, освіта, охорона здоров'я),</li> <li>– забезпечення сталого розвитку регіону,</li> <li>– вирішення проблем місцевих громад.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– спільна реалізація соціальних проектів,</li> <li>– благодійна діяльність,</li> <li>– прозора звітність про діяльність підприємства та її результати,</li> <li>– розвиток місцевої громади,</li> <li>– підвищення екологічної безпеки.</li> </ul>
Результати реалізації соціальної відповідальності			
Ефективна взаємодія, досягнення спільних інтересів.	Стабільне суспільно-економічне зростання регіону, країни.	Підвищення якості життя і добробуту у суспільстві.	Ефективна взаємодія, досягнення спільних інтересів.

**Висновки.** Узгодження інтересів суб'єктів соціальної відповідальності підприємства дозволяє сформулювати пріоритетні напрями реалізації соціальної відповідальності компанії, досягти спільних цілей з покращення здоров'я і підвищення добробуту суспільства, вирішення соціально значущих проблем.

### Список використаної літератури

1. Вивчення форм та методів відносин бізнесу та суспільства в контексті соціальної відповідальності та діалогу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://lir.lg.ua/Zv\\_vidpovid\\_biznesu\\_5.doc](http://lir.lg.ua/Zv_vidpovid_biznesu_5.doc).

2. Демченко Н.В. Конкурентоспроможність підприємства в дзеркалі соціальної відповідальності бізнесу (на прикладі фармацевтичної галузі) // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півника ; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. — Т.1. - 629 с. – С.102-110.

3. Гетьман О.О., Шефер М.В. Соціально-відповідальний бізнес: Україна та світові реалії // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія: у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півника ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. — Т.1. – 629 с. – С.122-131.

4. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С. 21-25.

5. Онищенко В.О. Соціальна відповідальність бізнесу в системі забезпечення стабільності розвитку суспільства // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півника ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. – Т.1.–629 с.– С.38-45

6. Шаповал В.М., Гетьман О.О., Бендасюк О.О. Аналіз концептуальних підходів до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півника ; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. — Т.1. – 629 с. – С.80-94.

### **Інформація про автора**

Нагаївська Дар'я Юріївна – аспірант кафедри економіки та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

[d.nagayivska@gmail.com](mailto:d.nagayivska@gmail.com),

Контактний телефон: 063 492 17 28.