

УДК 338.242

DOI: 10.15587/2312-8372.2018.129130

## ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ СКЛАДОВИХ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Клочан В. П., Костирко А. Г., Бобровська Н. В.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси соціалізації українського бізнесу. Одним з найбільш проблемних місць є формування адекватної стратегії поведінки українського бізнесу щодо навантаження на навколишнє середовище і обмеженні негативного впливу на екосистеми.

В ході дослідження використовувалися такі методи наукового дослідження: бібліографічний; монографічний; метод логічного узагальнення; розрахунковий; порівняльний та метод системного підходу.

Проаналізовано динаміку позиції України за Індексом глобальної конкурентоспроможності, який також враховує соціальні ініціативи бізнесу. Встановлено, що незважаючи на позитивні тенденції, ініціатива у прийнятті компаніями на себе зобов'язань зі сталого розвитку і відповідальності перед суспільством з 2016 року в Україні має тенденцію до зниження.

Визначено, що перевагами соціально-відповідальної політики ведення бізнесу для суб'єкта господарювання є:

- зростання позитивного іміджу підприємства;
- підвищення якості управління бізнесом;
- підвищення професіоналізму і розвиток кадрового потенціалу;
- підвищення інвестиційної привабливості;
- створення взаємовигідних відносин з владою;
- можливість отримання додаткових пільг;
- розширення партнерських зв'язків у бізнес-середовищі;
- забезпечення фінансової безпеки.

З метою підвищення соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідним є реалізація таких заходів:

- проведення екологічного і соціального аудиту;
- реформування системи надання звітності відповідно до міжнародних стандартів і практик;
- муніципальне партнерство;
- формування системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти;
- організація незалежної громадської експертизи соціальних проектів;
- адаптація світового досвіду соціального підприємництва.

Запропоновано економічні інструменти вирішення даного питання, а саме: надання преференцій для соціально-орієнтованого бізнесу; матеріальна відповідальність за нанесення шкоди соціальним інтересам громади; екологічне страхування; розробка пропозицій місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіонів.

Завдяки взаємодії держави і підприємництва на засадах партнерства, а також наслідування успішного досвіду запровадження соціально-орієнтованих стандартів ведення бізнесу у компаніях з різних країн світу, буде створено передумови сталого

розвитку. Ці передумови ґрунтуються на відповідальності суб'єктів господарювання перед навколишнім середовищем і суспільством. При цьому позитивний вплив буде не лише на суспільство і навколишнє середовище, а також сприятиме підвищенню економічної ефективності бізнесу завдяки зростанню довіри з боку суспільства.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, взаємоузгодженість інтересів, корпоративна етика, екологізація виробництва, соціальний аудит.

## **1. Вступ**

За сучасних умов глобалізаційних та інтеграційних процесів набуває актуальності розвиток підприємницької діяльності, у центрі якого має місце не лише матеріальне виробництво, а і виконання соціальних функцій. Така тенденція передбачає переорієнтацію бізнесу зі стратегії максимізації прибутків на стратегію максимізації соціальних ефектів. У зв'язку із цим виникає потреба у перегляді парадигми співтовариства влади, бізнесу і громадськості.

Проте на сьогодні має місце деяке протистояння підприємництва і населення, що спричиняє певну соціальну напруженість в суспільстві. Критерієм рівня розвиненості громадянського суспільства виступає єдність і взаємодія основних його елементів. На сьогодні в Україні значна частина бізнесу, підвищуючи економічну ефективність господарювання, прагне до концентрації благ без участі у вирішенні соціальних проблем суспільства. Крім того, мають місце тенденції недбайливого використання природних ресурсів, підвищення екологічних ризиків, що призводить до обмеження прав населення. З іншого боку населення прагне до рівномірного розподілу благ і соціальній справедливості. При цьому має місце недосконалість механізму державного регулювання створення соціальної економіки. Таким чином, дисбаланс у взаємоузгодженості інтересів громадськості, бізнесу і влади призводить до зниження довіри суспільства.

## **2. Об'єкт дослідження та його технологічний аудит**

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси соціалізації українського бізнесу.

Соціальна відповідальність бізнесу є проявом його відповідальності за прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальні системи, у яких він є складовою частиною. У зв'язку із цим доцільним є дослідження досвіду зарубіжних країн щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу у кожній із зазначених систем.

Одним із пріоритетних підходів підвищення соціальної відповідальності бізнесу вважають заходи з охорони навколишнього середовища. Процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу на Заході розпочинався як реакція на усунення екологічних криз та аварій, наприклад витоку діоксину в Севесо (Італія), розливу нафти корпорацією Амоко Кадіс (Франція), ядерній аварії в Гаррісбурзі (США). У відповідь на екологічні катастрофи з'явилися нові інституції із охорони навколишнього середовища і консервації природи, а також була створена нова законодавча база. Продовженням цього стало зростання активності соціальної відповідальності. Така тенденція отримала підтримку на державному рівні і було розроблено нормативно-правові акти, які надали більше свободи для компанії щодо внутрішньої екологічної політики. При цьому, закони і правила, які раніше були зосереджені на одному елементі довкілля, змінилися на більш цілісні [1].

З метою активізації природоохоронної діяльності застосовуються економічні стимули і заходи адміністративного впливу, використовуються екологічні субсидії, позики, податки, збори, штрафи, кредити і квоти на шкідливі викиди. Екологічні субсидії, які покривають частину видатків на розробку нових екологічних технологій, а також позики на устаткування для природоохоронного призначення, мають інвестиційну форму у використанні в країнах Європейського Союзу.

Задля підвищення ефективності заходів щодо енергозбереження та переходу до електричних та гібридних транспортних засобів, використання альтернативних видів палива та значного потенціалу для додаткових рентабельних вдосконалень на рівні країн-членів ЄС використовується стимулювання економічних, екологічних, безпечних видів транспорту. Стосовно розповсюдження нових технологій у першу чергу слід згадати нетрадиційну енергетику, найбільш розповсюдженими інструментами щодо стимулювання якої є [2, 3]:

- компенсації до тарифів на енергію, що отримана від нетрадиційних видів енергії (Германія, Данія, Іспанія, Фінляндія, Греція);
- звільнення від податку частин прибутку, що інвестується у розвиток нетрадиційної енергетики (Нідерланди);
- звільнення споживачів «чистої» енергії від екологічних податків (Швеція, Франція);
- тендери та квоти «зелені сертифікати» на підтримку різних видів нетрадиційних видів енергій із загального спеціального фонду (Велика Британія, Ірландія);
- пряме субсидювання, пільгові кредити, податкові знижки (Австрія).

Враховуючи зазначене сучасний рівень вимагає формування адекватної стратегії поведінки українського бізнесу щодо навантаження на навколишнє середовище і обмеженні негативного впливу на екосистеми.

Використання системного підходу дозволило об'єднати екологічні питання з економічними. З цією метою стали впроваджуватись економічні інструменти, такі як схема торгівлі викидами, зокрема гнучкі механізми Кіотського протоколу. Проте економічна складова соціальної відповідальності бізнесу не обмежується лише природоохоронною діяльністю. Об'єднання всіх складових соціальної відповідальності бізнесу знайшло відображення у Міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності» [4, 5].

Одним із пріоритетних напрямів розвитку компаній є розбудова етичної поведінки, яка є передумовою їх сталого розвитку. Організаційним інструментом слугує концепція сталого розвитку ООН, в основі якої є необхідність узгодження інтересів поколінь щодо досягнення економічного добробуту, соціального благополуччя і безпечного довкілля.

### **3. Мета та задачі дослідження**

*Метою дослідження є* визначення теоретичних основ і обґрунтування практичного інструментарію підвищення соціальної відповідальності бізнесу та його адаптації до світових вимог на засадах прозорості та етичної поведінки.

Реалізація мети обумовила вирішення таких наукових задач:

1. Проаналізувати тенденції відповідальності українського бізнесу перед суспільством.
2. Визначити переваги соціально-відповідальної політики ведення бізнесу для суб'єкта господарювання.

3. Виокремити організаційно-економічні складові підвищення соціальної відповідальності бізнесу.

#### **4. Дослідження існуючих рішень проблеми**

Дослідженню теоретичних і практичних аспектів соціальної відповідальності бізнесу присвячено праці значного кола науковців [6–9]. На сьогодні значна частина українських підприємств розуміють, що соціальна політика є передумовою сталого розвитку на основі відповідальності суб'єктів господарювання перед навколишнім середовищем і суспільством [1, 10–12]. Проте розуміння сутності соціальної відповідальності українськими підприємствами дещо відрізняється від її розуміння зарубіжними колегами. Так, різниця у розумінні сутності соціальної відповідальності бізнесу на світовому рівні не зводиться лише до благодійної діяльності, а є одним із інструментів підвищення іміджу підприємства і налагодження взаємозв'язків з владою, партнерами, акціонерами та суспільством [13, 14]. У зв'язку із цим визначено низку проблемних аспектів, які перешкоджають розвитку українських підприємств на основі соціально-орієнтованого бізнесу. Прагнення суб'єктів господарювання до стрімкого зростання прибутку змушує керівництво відмовлятися від передачі частини своїх доходів на соціальні програми, а також небажання бізнесу привертати увагу до своїх доходів. Визначено, що недостатня інформованість суспільства про соціальні програми та їх успішну реалізацію призводить до не розуміння ролі кожного громадянина у розвитку соціальної відповідальності [15].

Концепція корпоративної соціальної відповідальності активно пропагується і реалізовується на міжнародному рівні. Базисом соціальної відповідальності на міжнародному рівні визнано діяльність ООН, підтримка якої в цій сфері знайшла відображення в Глобальному договорі ООН [16], у рамках якого створюються умови для співпраці з метою втілення в життя принципів соціальної рівності і збереження довкілля. Об'єднання всіх складових соціальної відповідальності бізнесу знайшло відображення у Міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності» [4, 5], який надає можливість оцінити нефінансові аспекти господарської діяльності і якісного рівня управлінських рішень.

Основні проблеми розвитку громадянського суспільства в Україні, зокрема і соціальної відповідальності бізнесу, та їх наслідки представлено у «Національній стратегії розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 роки» [17]. Проте механізми взаємодії влади і бізнесу у ній досить обмежені, оскільки акцент зроблено на організації громадянського суспільства.

Визначено, що соціальна відповідальність українського бізнесу не може формуватись лише на ентузіазмі суб'єктів господарювання. Практика багатьох країн Європи показує, що влада має підтримувати і стимулювати соціально-відповідальну поведінку [2, 3]. Для України проблемним аспектом залишається дещо декларативний характер законодавчої бази щодо підтримки соціальних ініціатив.

Встановлено, що на сьогодні в Україні суб'єктами соціально-відповідального бізнесу є великі компанії. Прикладом зазначеного може слугувати ТОВ СП «НІБУЛОН», яке у своїй діяльності дотримується міжнародних стандартів ведення бізнесу та поширює практику соціальної відповідальності бізнесу [13]. Компанія мобільного зв'язку «Київстар» у своїй стратегії передбачає відповідальність за продукт, відповідальність перед державою, розвиток персоналу, вклад у суспільство, захист природи. Напрямами соціальної політики компанії «Сандора» є спонсорська підтримка дитячих будинків, надання фінансової допомоги і вітамінної продукції

незахищеним верствам населення, підтримка талановитої молоді і молодіжних лідерських ініціатив. Позитивним аспектом є реалізація соціальної політики компанії, а не разові акції. Проте, через обмеженість фінансових ресурсів та інші чинники, соціальна політика невеликих підприємств дещо обмежена.

Таким чином, результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що подальші дослідження у сфері соціальної економіки потребують зусиль наукового загалу. Це пов'язано зі зміною соціально-економічних умов господарювання і необхідністю виявлення нагальних проблем та пошуком напрямів їх вирішення.

## **5. Методи досліджень**

Теоретичною і методичною основою дослідження стали загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, фундаментальні положення економічної теорії, наукові праці із питань вирішення проблемних аспектів забезпечення соціальної відповідальності бізнесу.

Залежно від спрямованості визначених задач було використано такі методи наукового дослідження:

- наукової абстракції (при формуванні мети, задач і висновків дослідження);
- бібліографічний (у процесі опрацювання наукових праць, які присвячено соціальній відповідальності суб'єктів господарювання);
- метод логічного узагальнення (при дослідженні передумов поширення концепції соціальної відповідальності бізнесу);
- монографічний (у ході вивчення передового досвіду зарубіжних країн з питань становлення і розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та визначення можливостей його адаптації до умов України);
- розрахунковий, порівняльний і графічний (у ході аналізу позиції України за Індексом глобальної конкурентоспроможності та його складових);
- системного підходу (при визначенні важелів регулювання процесів формування і використання ресурсного потенціалу України та організаційно-економічних складових соціальної відповідальності бізнесу).

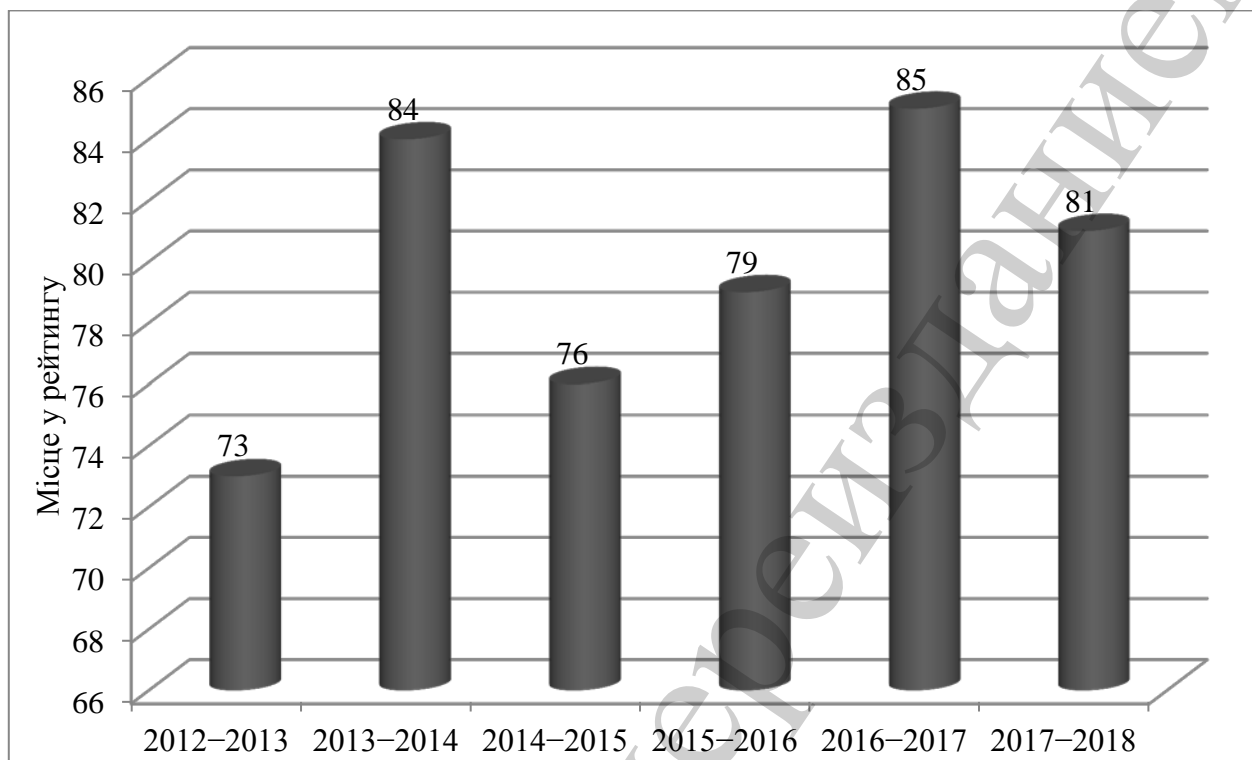
## **6. Результати досліджень**

Соціальна відповідальність бізнесу є сукупністю принципів, механізмів та дій суб'єкта господарювання у ході взаємовідносин із суспільством, органами влади, населенням та іншими суб'єктами господарювання. Важливою умовою, при цьому, є досягнення узгодження та задоволення соціальних, економічних, фінансових, етичних інтересів усіх сторін при частковій або повній компенсації ринкових неспроможностей і обмежень [13].

Важливість розвитку соціальної економіки Україною було визнано у 2006 році з приєднанням до ініціативи створення мереж Глобального договору. При цьому, така ініціатива показала високі результати. Підтвердженням цього стало визнання України поряд із Японією і Сербією у 2009 році, як одну з трьох найрезультативніших мереж Глобального договору у світі. На сьогодні в Україні близько 200 компаній стали підписантами Глобального договору.

Всесвітнім економічним форумом проводиться глобальне дослідження країн світу за показником економічної конкурентоспроможності – Індексом глобальної конкурентоспроможності. За своєю суттю даний індекс оцінює здатність країн забезпечити високий рівень забезпечення своїх громадян, а, відповідно, і визначає рівень єдності складових громадянського суспільства. За результати рейтингу

Глобальної конкурентоспроможності, які представлено на рис. 1, слід відмітити досить невисокі позиції України. За період дослідження найвищу позицію Україна займала у 2012–2013, а найнижчу – у 2016–2017, втративши 12 пунктів.



**Рис. 1.** Динаміка позиції України за Індексом глобальної конкурентоспроможності [18]

Незважаючи на позитивні тенденції, ініціатива у прийнятті компаніями на себе зобов'язань зі сталого розвитку і відповідальності перед суспільством з 2016 року має тенденцію до зниження. За результатами рейтингу Глобальної конкурентоспроможності, який також враховує соціальні ініціативи бізнесу, Україна займає не досить високі позиції (табл. 1).

**Таблиця 1**

Динаміка позиції України за складовими Індексу глобальної конкурентоспроможності [18]

Складові	2014–2015 (144 країни)	2015–2016 (140 країн)	2016–2017 (138 країн)	2017–2018 (137 країн)
Корпоративна етика	98	76	106	102
Відхилення від 2014–2015	–	-22	8	4
Гнучкість визначення заробітної плати	77	71	81	126
Відхилення від 2014–2015	–	-6	4	49

За такою складовою Індексу, як корпоративна етика, Україна займає 102 позицію із 137 країн у рейтингу 2017–2018. У порівнянні з рейтингом 2015–2016 за даною складовою Україна посідала 76 місце серед 140 країн. Згідно з даними, Україна

також погіршила свої позиції за складовою «Гнучкість визначення заробітної плати» і втратила 49 пунктів у 2017–2018 порівняно з 2014–2015.

Незважаючи на деякі зрушення у поведінці комерційних організацій щодо позитивного ставлення до аспектів соціальної відповідальності, більш як третина бізнес-структур не бере участі у соціальній підтримці. Об'єктивним чинником неготовності до соціального інвестування є нерозвиненість і незахищеність власне самого сектору бізнесу.

Проте, за даними Національного інституту стратегічних досліджень, цікавим фактом останніх років є те, що населення очікує на благодійну допомогу передусім від комерційних структур, а вже потім від держави [19]. Це є свідченням того, що зростає довіра суспільства до українського бізнесу.

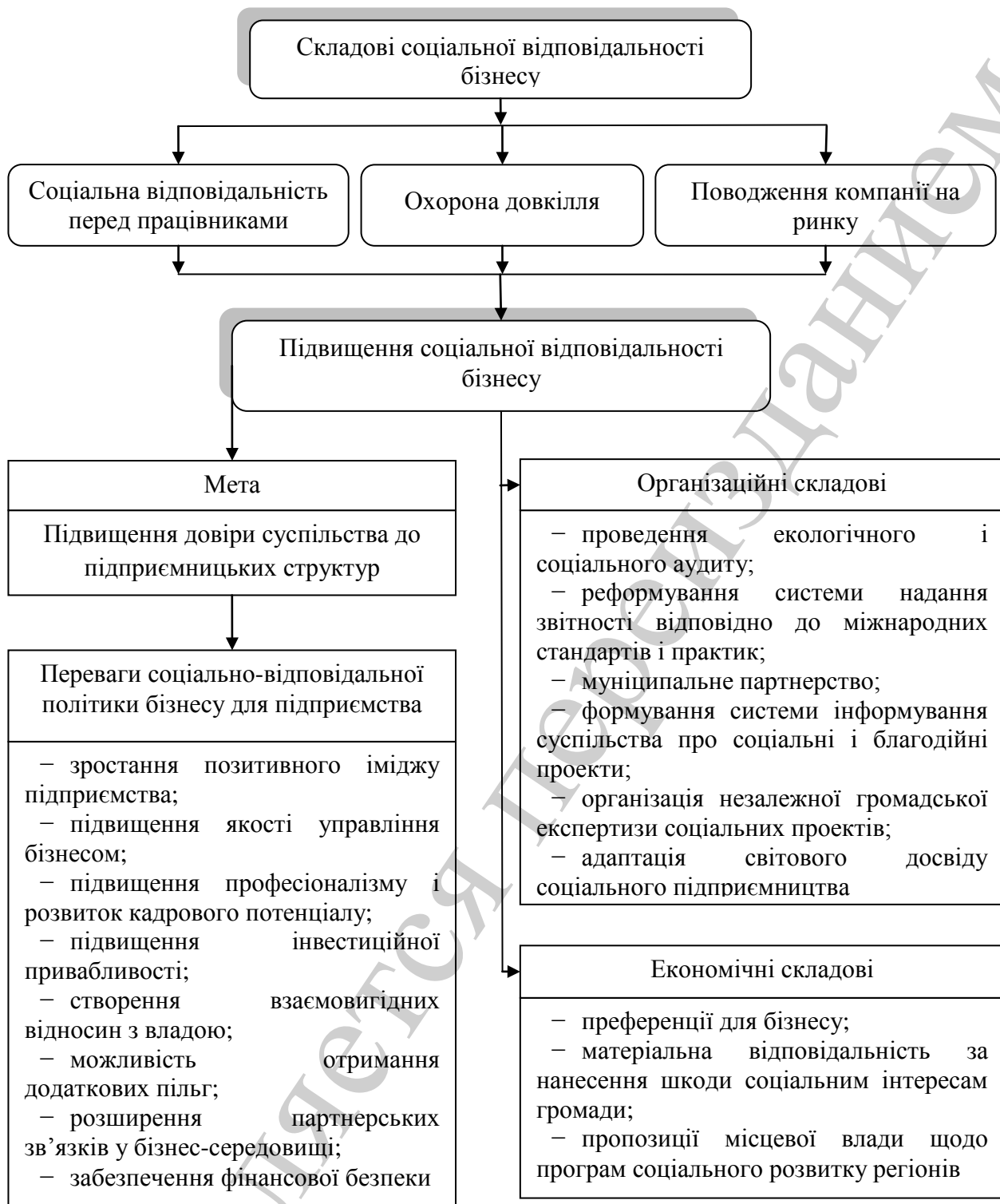
За результатами дослідження визначено організаційно-економічні складові соціальної відповідальності бізнесу, які представлено на рис. 2.

Досягнення визначеної мети може бути забезпечено реалізацією організаційних і економічних складових. Організаційними складовими підвищення соціальної відповідальності бізнесу визначено:

- проведення соціального аудиту;
- реформування системи надання звітності відповідно до міжнародних стандартів і практик;
- муніципальне партнерство;
- формування системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти;
- організація незалежної громадської експертизи соціальних проектів;
- адаптація світового досвіду соціального підприємництва.

Передумовою стійкого розвитку суб'єктів господарювання є формування іміджу соціально відповідального суб'єкта суспільних відносин. Важливим інструментом у дослідженні рівня соціальної відповідальності бізнесу виступає соціальний аудит, доцільність якого для самих підприємств пояснюється можливістю підтвердити власну позицію щодо соціальних питань. Як специфічна форма контролю, соціальний аудит набуває важливого значення у процесі гуманізації суспільства та усвідомлення його представниками факту залежності їх добробуту від результатів діяльності господарських структур та наслідків їх впливу на середовище функціонування [20].

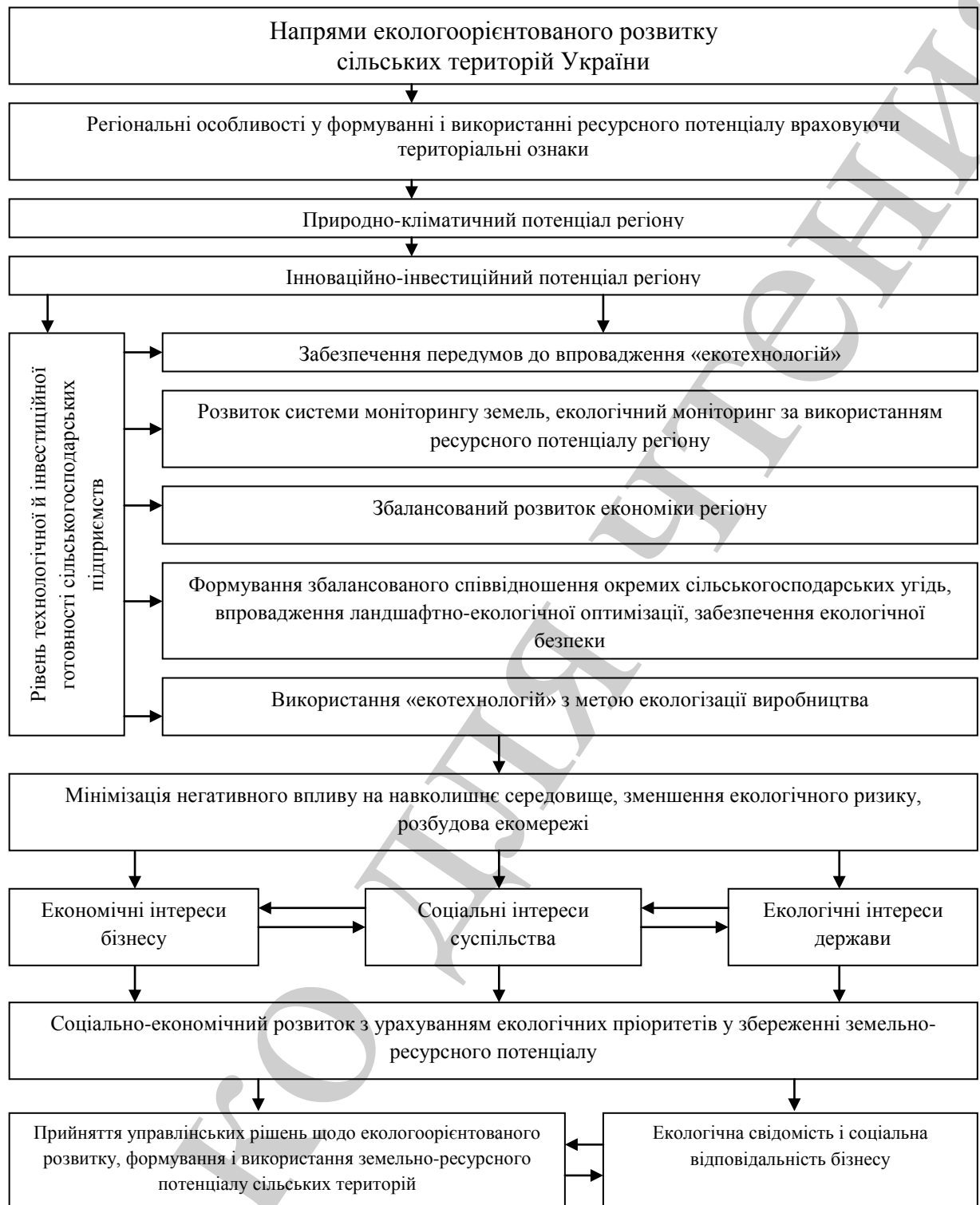
У рамках проведення соціального аудиту вивчається значне коло об'єктів, а саме: умови праці; трудові відносини в компанії; дотримання вимог з охорони праці; ставлення до принципів екологічності тощо.



**Рис. 2.** Організаційно-економічні складові соціальної відповідальності бізнесу

Важливими аспектами подальшого розвитку є зацікавленість бізнес-середовища у здійсненні природоохоронних заходів, встановлення відповідальності за екологічні порушення при використанні ресурсів. Це потребує посилення функції контролю і підвищення соціальної відповідальності та рівня екологічної свідомості. На рис. 3 представлено напрями і складові екологоорієнтованого розвитку країни.





**Рис. 3.** Підходи і передумови екологоорієнтованого розвитку України

Більшість власників і керівників підприємств не мають за мету вирішувати питання екологізації виробництв. Однією із причин є відсутність мотивації і відповідних стимулів, а також необхідності залучення додаткових фінансових ресурсів, що свідчить про орієнтацію переважно на отримання економічних інтересів. Мотиваційні напрями і відповідність стимулів у бізнес-середовищі повинні орієнтуватися на розуміння наслідків діяльності, отримання суспільно корисних інтересів від екологічно спрямованої діяльності, бажання покращити якість життя суспільства використовуючи «еко-технології».

Сучасна екологічна ситуація спонукає до необхідності екологічного виховання і забезпечення екологічної етики у веденні бізнесу. До основних важелів стимулювання екологічної свідомості та відповідального ставлення до навколишнього природного середовища відносять екологічне страхування, екологічний аудит, удосконалення системи ефективного користування природними ресурсами за видами.

Екологічне страхування, екологічний аудит відносять до основних важелів стимулювання екологічної свідомості (рис. 4). Практична реалізація цих інструментів забезпечує не лише результати діяльності підприємств, а й формує позитивний імідж, сприятливий інвестиційний клімат й знижує рівень екологічних загроз на окремих територіях.



**Рис. 4.** Основні важелі регулювання процесів формування і використання ресурсного потенціалу аграрного сектора України [12, 21]

Як свідчить практика, у масовій свідомості більшості людей переважають мотиви діяльності, пов'язані лише безпосередньо з короткостроковими цілями (день, тиждень, місяць, рік). Це є недостатнім, оскільки виключається об'єктивна оцінка не тільки тих тенденцій розвитку суспільства, що вже склалися, але і кінцевих результатів довгострокової сумісної життєдіяльності. Занурений у метушню поточних справ і розваг, індивід часто не бажає розлучатися з укоріненими звичками, тому не сприймає будь-яке знання, що виводить його за коло звичної діяльності. Але вчора це було ще прийнятно, сьогодні – небезпечно, а завтра вже може стати неприпустимим [11].

Практична реалізація цих механізмів поліпшує не лише результати діяльності підприємства, а й формує позитивний імідж, сприятливий інвестиційний клімат та підвищує рівень конкурентоспроможності товаровиробника.

Отже, в умовах невідкладності проведення екологічно-орієнтованої структурної перебудови економіки необхідне введення природокористування у сферу ринкових відносин, що формуються. Для цього необхідно удосконалити загальну модель управління природокористуванням на державному рівні з врахуванням соціальної відповідальності і екологічної свідомості у веденні бізнесу.

Реалізація запропонованих інструментів на локальному рівні можлива за різними сценаріями, одним із яких є побудова корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. Успіх такого сценарію залежить, перш за все, від зацікавленості керівництва. Тому підтримка керівництва у втіленні намірів, зокрема і фінансова, є запорукою результативності заходів. Наступним етапом є окреслення бюджету, який підприємство спроможне забезпечити на заходи. При цьому розроблені заходи обов'язково мають узгоджуватись із цілями корпоративної соціальної відповідальності. Цілі підприємств у даному напрямі різняться і можуть бути такими:

- підняти рівень професійної кваліфікації працівників;
- підвищити рівень задоволеності працею;
- одержання певних винагород;
- участь у соціальних програмах тощо.

Обґрунтування та розробка заходів з формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства має узгоджуватись із загальною його стратегією і може здійснюватись створеним окремим відділом або ініціативною групою.

Таким чином, формування ефективної моделі соціальної відповідальності бізнесу має на меті взаємоузгодити інтереси влади, бізнесу і громадськості. Взаємодія держави і підприємництва на засадах партнерства, а також наслідування успішного досвіду запровадження соціально орієнтованих стандартів ведення бізнесу міжнародних і українських компаній створить передумови сталого розвитку на основі відповідальності суб'єктів господарювання перед навколишнім середовищем і суспільством.

## **7. SWOT-аналіз результатів дослідження**

*Strengths.* Сильною стороною у проведеному дослідженні є аналіз тенденцій розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначення на цій основі організаційно-економічних складових її підвищення. Визначено переваги соціально-відповідальної політики бізнесу для підприємств.

*Weaknesses.* Слабкою стороною є те, що незважаючи на деякі зрушення у поведінці комерційних організацій щодо позитивного ставлення до аспектів соціальної відповідальності, більш як третина бізнес-структур не бере участі у соціальній підтримці. Об'єктивним чинником неготовності до соціального інвестування є нерозвиненість і незахищеність власне самого сектору бізнесу. Враховуючи те, що українські підприємства знаходяться у мовах значного податкового навантаження, проведення екологічного аудиту і здійснення екологічного страхування приведе до зростання витрат. Це не сприяє зростанню прибутковості, а, відповідно, і можливостей фінансування соціальних заходів.

*Opportunities.* Можливостями для подальших досліджень є впровадження досвіду зарубіжних країн щодо державної політики стимулювання екологізації виробництв. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення досвіду

українських компаній щодо формування корпоративної соціальної відповідальності з метою виявлення ключових аспектів успіху і розробки на цій основі практичних рекомендацій. Для підприємств, які визначили необхідність впровадження соціальної політики, можливим є застосування такого інструменту як бенчмаркінг.

*Threats.* Загрозами для результатів проведених досліджень є те, що динамічні зміни в світовій економіці потребують вдосконалення методики рейтингової оцінки за Індексом глобальної конкурентоспроможності. Крім того, потребує стандартизації соціальна звітність, яка є індикатором соціальної відповідальності бізнесу. Для українських підприємств, враховуючи недосконалість чинного законодавства, створюються штучні бар'єри реалізації соціальних ініціатив та зростає «інтерес» з боку державних контролюючих органів до підприємств, які реалізують соціальні заходи.

## **8. Висновки**

1. Проаналізовано динаміку позиції України за Індексом глобальної конкурентоспроможності, який також враховує соціальні ініціативи бізнесу. Незважаючи на позитивні тенденції, ініціатива у прийнятті компаніями на себе зобов'язань зі сталого розвитку і відповідальності перед суспільством з 2016 року має тенденцію до зниження. Так, за такою складовою Індексу як корпоративна етика, Україна займає 102 позицію із 137 країн у рейтингу 2017–2018. У порівнянні з рейтингом 2015–2016 за даною складовою Україна посідала 76 місце серед 140 країн. Згідно з даними, Україна також погіршила свої позиції за складовою «Гнучкість визначення заробітної плати» і втратила 49 пунктів у 2017–2018 порівняно з 2014–2015.

2. Визначено, що перевагами соціально-відповідальної політики ведення бізнесу для суб'єкта господарювання є:

- зростання позитивного іміджу підприємства;
- підвищення якості управління бізнесом;
- підвищення професіоналізму і розвиток кадрового потенціалу; підвищення інвестиційної привабливості;
- створення взаємовигідних відносин з владою;
- можливість отримання додаткових пільг;
- розширення партнерських зв'язків у бізнес-середовищі;
- забезпечення фінансової безпеки.

3. Виокремлено організаційні і економічні складові, реалізація яких має на меті підвищення соціальної відповідальності бізнесу. Організаційними складовими є:

- проведення екологічного і соціального аудиту;
- реформування системи надання звітності відповідно до міжнародних стандартів і практик;
- муніципальне партнерство;
- формування системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти;
- організація незалежної громадської експертизи соціальних проектів;
- адаптація світового досвіду соціального підприємництва.

Економічні складові представлено такими:

- преференції для бізнесу;
- матеріальна відповідальність за нанесення шкоди соціальним інтересам громади;
- пропозиції місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіонів.

## References

1. Zhuk A. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist – tse ne lyshe vydatky, a y koryst // Ekolohiia pidpriumstva. 2017. Vol. 9. URL: <http://ecolog-ua.com/articles/korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst>
2. Bokovykova Yu. V. Dosvid pryrodokorystuvannya yevropeiskykh krain // Derzhavne budivnytstvo. 2016. Vol. 1. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2016-1/doc/4/01.pdf>
3. Klavdienko V. P., Tarasov A. P. Netraditsionnaya energetika v stranakh ES: ekonomicheskoe stimulirovanie razvitiya. URL: <http://www.roman.by/r-78807.html>
4. ISO 26000:2010 – Guidance on social responsibility. URL: <https://www.iso.org/standard/42546.html>
5. Naden C. The rise of being «social». 2017. URL: <https://www.iso.org/news/ref2204.html>
6. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility // Business & Society. 1999. Vol. 38, No. 3. P. 268–295. doi:[10.1177/000765039903800303](https://doi.org/10.1177/000765039903800303)
7. McWilliams A., Siegel D. Corporate Social Responsibility: A Theory Of The Firm Perspective // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26, No. 1. P. 117–127. doi:[10.5465/amr.2001.4011987](https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987)
8. Winnett A., Lewis A. You'd Have to Be Green to Invest in This: Popular Economic Models, Financial Journalism, and Ethical Investment // Journal of Economic Psychology. 2000. Vol. 21, No. 3. P. 319–339. doi:[10.1016/s0167-4870\(00\)00007-6](https://doi.org/10.1016/s0167-4870(00)00007-6)
9. Mirvis Ph., Googins B. K. Stages of Corporate Citizenship: A Developmental Framework. Chestnut Hill: Centre for Corporate Citizenship at Boston College, 2006. 21 p.
10. Vyshnevskaya O. M., Bobrovska N. V. Pryrodno-resursna osnova rozvytku ahrarynogo sektoru: teoretychni i praktychni aspekty: monograph. Mykolaiv, 2015. 180 p.
11. Akulenko V. L., Mamchuk I. V. Ekolohichniy menedzhment v konteksti zabezpechennia ekolohichnoi bezpeky pidpriumstva // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2009. Vol. 1, No. 5. P. 21–26.
12. Skrebets V. O. Ekolohichna psykholohiia u viddalenykh naslidkakh ekotekhnohennoi katastrofy: monograph. Kyiv: Slovo, 2004. 440 p.
13. Ivanytska O. Hlobalni standarty sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu. Nezalezhnyi Audytor. URL: [http://n-auditor.com.ua/uk/component/na\\_archive/1241?view=material](http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/1241?view=material)
14. Sochneva E. N., Shaburova D. Ya. Sotsial'naya otvestvennost' biznesa: byloe i dumy // Postulat. 2016. Vol. 12. URL: <http://e-postulat.ru/index.php/Postulat/article/view/288/305>
15. Dovydenko N. A., Tubich A. G. Rol' i mesto sotsial'noy otvestvennosti v upravlenii sovremennymi belorusskimi organizatsiyami // Vestnik Brestskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. 2012. Vol. 3. P. 49–50.
16. Global network of UN Global Compact. URL: <http://www.unglobalcompact.org/index.html>
17. Natsionalna stratehiia spriannia rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini na 2016–2020 roky: Decree of the President of Ukraine No. 68/2016 from 26.02.2016 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/68/2016>
18. Ekonomichniy dyskusiinyi klub. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2>
19. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. URL: <http://old.niss.gov.ua>
20. Holinach L. I. Essence of social audit in the process of adoption of business social responsibility // Ekonomichniy analiz. 2015. Vol. 18, No. 2. P. 113–117.
21. Ekolohichniy audyt: handbook / Shevchuk V. Ya. et al. Kyiv, 1997. 221 p.