

Лисевич С.Г.

*к.е.н., доцент кафедри економіки,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Lysevich Sergey

*Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky*

Рубан Ю.О.

*студентка,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Ruban Julia

*Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky*

Бойко В.О.

*студентка,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

Boyko Vladislava

*Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ КРИВОГО РОГУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ РОЗВИТКУ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF KRIVOY ROG BUSINESS AND THE WAYS OF ITS DEVELOPMENT

Анотація. У статті розглянуто стан соціальної відповідальності бізнесу в місті Кривий Ріг. Більшість заходів із соціальної відповідальності реалізують підприємства гірничо-металургійного комплексу. У цьому процесі недостатню участь приймають підприємства малого і середнього бізнесу. Виявлено основні причини такої ситуації: нестача фінансових ресурсів, високий рівень тіньової економіки, корупція та ін. Для більш широкого впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу в практику підприємств Кривого Рогу запропоновано: розробити стратегію розвитку корпоративної соціальної відповідальності в місті Кривий Ріг; створити єдиний центр з управління соціальною відповідальністю; широко висвітлювати результати розвитку соціальної відповідальності бізнесу, підводити підсумки, виявляти переможців; проводити навчання керівників підприємств

щодо впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, зарубіжний досвід, малі підприємства, державно-приватне партнерство.

Постановка проблеми. У світовій практиці діяльності підприємств широко використовуються принципи корпоративної соціальної відповідальності, запропоновані ООН. Однак в Україні соціальна відповідальність не набула масового поширення. Аналогічна ситуація і в Кривому Розі. Кривий Ріг – один із промислових центрів України, тому дослідження соціальної відповідальності бізнесу міста є важливим та актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративну соціальну відповідальність

бізнесу (КСВ) досліджують багато вчених та практиків. В. Дудка аналізує напрями діяльності провідних світових лідерів у КСВ. Так, данський виробник іграшок LEGO стратегію КСВ зосередив на таких основних напрямках:

- усебічний розвиток дітей та благодійні програми;
- раціональне використання природних ресурсів;
- підвищення енергоефективності виробничих потужностей;
- турбота про співробітників.

Компанія Microsoft приділяє значну увагу використанню енергії з альтернативних джерел: сонячної, вітрової, гідроенергії. Крім того, вкладаються значні кошти в поширення «цифрової» грамотності та технологічної обізнаності населення по всьому світі.

Корпорація Google проводить свою діяльність у напрямі раціонального використання ресурсів, зниження викидів вуглецю, споживання відновлюваної енергії. Компанія надає також підтримку вченим, які працюють над вирішенням глобальних екологічних та соціальних проблем.

Компанія Disney проводить роботу в КСВ за такими напрямками:

- зменшення викидів парникових газів;
- скорочення обсягів відходів та переробка сміття;
- збереження води;
- реклама здорового способу життя;
- виховання молоді.

Активну діяльність у КСВ проводить баварський автоконцерн BMW. Ця компанія приділяє багато уваги захисту навколишнього середовища, підвищенню кваліфікації своїх співробітників, розвитку суспільства у цілому [2, с. 28–29].

Н.А. Сокол зазначає, що в Україні рівень впровадження принципів КСВ поки що недостатній. Лідерами серед українських підприємств є представники гірничо-металургійної галузі, енергетики та агропромислового комплексу. Автор зазначає, що ключовими напрямками українського бізнесу в КСВ є: розвиток персоналу шляхом підвищення його кваліфікації, поліпшення умов праці, вирішення питань з охорони здоров'я [9, с. 131–132].

На думку С.В. Іванова, корпоративна соціальна відповідальність реалізується на підставі виявлення потреб суспільства, тобто на підставі проведення досліджень соціального маркетингу. Реалізація принципів КСВ дасть змогу підприємству сформувати більш стійке середовище для своєї діяльності. Автор зазначає, що бізнесу в Україні необхідно враховувати інтереси і потреби зацікавлених сторін, а не тільки свої [3, с. 174–175].

Н.С. Орлова відзначає, що число підприємств, які впровадили КСВ у свою діяльність, в Україні незначне. До проблем, які стримують розвиток КСВ, автор відносить: фінансово-економічну і політичну кризу, відсутність інформації про соціальні програми в регіонах, недосконалість законодавства та виконавської підтримки. Малий і середній бізнес не зацікавлений у впровадженні принципів КСВ через дефіцит грошових коштів, відсутність підтримки з боку держави, високих податків, нестабільності законодавства, корупції. Для широкого впровадження КСВ в практику українських підприємств у роботі пропонуються такі заходи: формування національної стратегії розвитку КСВ; формування законодавства, стимулюючого впровадження соціальної відповідальності та ін. [6, с. 42–43].

О.М. Полякова досліджує роль і місце малого бізнесу в соціальній відповідальності. Вона вважає, що сьогодні великий бізнес більше займається КСВ, аніж малий бізнес. При цьому автор виділяє конкурентні переваги малого бізнесу: робота безпосередньо зі споживачами послуг і продукції; швидке реагування на зміни ситуації на ринку; мінімальне число посередників між малим підприємством і споживачем. Водночас у роботі наведено проблеми, що заважають малому бізнесу інтегруватися в систему КСВ:

- відсутність у керівників малого бізнесу вірного поняття сутності соціальної відповідальності та шляхів її впровадження;
- наявність значної частки тіньової економіки;
- використання персоналу без офіційного оформлення [8, с. 36–37].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У наведених роботах науковців не досліджуються проблеми та шляхи розвитку корпоративної соціальної відповідальності конкретного промислового центру, що й є метою даної роботи.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу міста Кривий Ріг та визначення шляхів її поширення.

Виклад основного матеріалу. Концепція сталого розвитку проголошена ООН провідним напрямом людства в XXI ст. Сталий розвиток включає економічний, соціальний і екологічний складники. Сутність сталого розвитку полягає у тому, щоб суспільство, задовольняючи потреби нинішнього покоління, не створювало проблем для задоволення своїх потреб майбутнім поколінням.

З огляду на ту обставину, що провідну роль в економіці відіграють підприємства, ООН прийняла Генеральний договір, спрямований на поширення соціальної відповідальності бізнесу. В основі договору лежать 10 універсальних принципів, які включають чотири сфери: права людини, трудові відносини, протидія корупції та навколишнє середовище. До цього договору може приєднатися будь-яка компанія світу, що підтримує принципи соціальної відповідальності. У розвинених країнах світу принципи соціальної відповідальності набули масового поширення. Компанії, що підтримують принципи соціальної відповідальності, досягають успішних фінансових результатів, бо їхня репутація безпосередньо залежить від громадської думки, яка позначається на обсягах реалізації продукції.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу розглядається як стратегічна поведінка підприємства, спрямована на забезпечення і підтримання сталого розвитку компанії, держави й суспільства в економічній, природоохоронній та соціальних сферах [4, с. 82].

М.В. Васильєва соціальну відповідальність бізнесу визначає не як зобов'язання бізнесу, а саме як відповідальність компанії за вплив своєї діяльності на суспільство, навколишнє середовище, перед усіма

людьми й організаціями, з якими вона стикається в процесі діяльності [1, с. 129]. На її думку, застосування принципів соціальної відповідальності приносить такі переваги для підприємства:

- підвищення репутації;
- побудова відносин із зацікавленими сторонами: споживачами, органами місцевого самоврядування, державними органами та ін.;
- знання потреб зацікавлених сторін, що викликає необхідність у впровадженні інновацій;
- створення сприятливих умов для роботи, що сприяє залученню кваліфікованого персоналу і формуванню стабільного колективу;
- використання принципів КСВ дає змогу швидко вийти на міжнародний ринок.

При цьому автор називає й проблемні моменти, пов'язані з упровадженням КСВ:

- гроші, що виділяються на КСВ, – це додаткові витрати, які зменшують прибуток і переносяться на ціни для споживачів;
- невміння менеджерів переважно вирішувати соціальні проблеми суспільства [1, с. 129–131].

У Кривому Розі провідними суб'єктами в системі КСВ є підприємства групи «Метінвест», ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПрАТ «ХайдельбергЦемент Україна» та ін.

На підприємствах групи «Метінвест» реалізація принципів КСВ спрямована на те, щоб:

- діяти системно (концепція сталого розвитку, інтегрована в стратегію);
- діяти ефективно (постійне вдосконалення всіх процесів й ефективне використання ресурсів);
- поважати інтереси партнерів, клієнтів і суспільства у цілому (це означає будувати відносини з усіма на основі принципів порядності, чесності, взаємної довіри і відкритості);
- забезпечувати гідні та безпечні умови праці (створювати всі умови для ефективної праці персоналу, гідного рівня заробітної плати та соціальних пільг);
- поважати права і свободи людини;
- підвищувати якість життя в регіонах присутності і в Україні у цілому;

– прагнути до попередження і зниження впливу на навколишнє середовище [7].

Найбільш відомі проекти, що реалізуються в Кривому Розі підприємствами групи «Метінвест», такі:

– програма розвитку прибудинкових територій «Сто дворів». У рамках цієї програми на конкурсній основі відбираються і реалізуються найкращі проекти з облаштування прибудинкових територій ініціативних жителів і органів самоорганізації населення (ОСББ, ЖБК та ін.). Переможці конкурсу отримують фінансову допомогу на благоустрій;

– «місто нашими руками». Під час реалізації програми розглядаються ініціативи щодо поліпшення бізнес-середовища та створення робочих місць, розвитку творчості, духовності та патріотизму, проведення волонтерських акцій, популяризація здорового способу життя. Найкращі проекти отримують необхідне фінансування;

– програма соціального партнерства. Завдяки реалізації цієї програми виконано масштабні реконструкції в різних районах міста, впорядковано парки і сквери, центральні і внутрішньоквартальні дороги, оновлено системи зовнішнього освітлення.

Стратегія корпоративної відповідальності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» сфокусована на чотирьох аспектах:

- інвестиції в працівників;
- виробництво безпечної екологічної сталі;
- розвиток місцевих громад;
- корпоративне управління [11].

Найбільш відомими соціальними проектами цього підприємства у місті є:

– благоустрій і ремонт центральних і міжквартальних доріг, а також мереж зовнішнього освітлення;

– розбивка Скверу металургів у районі Палацу молоді та студентів Кривого Рогу (у тому числі висаджування 80-ти дерев, установка спортивного майданчику для скейтерів і ролерів, обладнання у сквері зони Wi-Fi);

- капітальний ремонт міських тролейбусів;
- створення благодійного фонду для підтримки сімей працівників підприємства, які загинули під час військової служби або

були поранені в ході бойових дій на сході України.

Активну діяльність у сфері КСВ проводить компанія «ХайдельбергЦемент Україна».

Прикладами такої роботи є:

- допомога комунальним закладам: дитячим садкам, школам, лікарням;
- встановлення дитячих майданчиків;
- допомога благодійному фонду Kiddo для лікування важкохворих дітей;
- допомога військовим частинам, місцевим органам влади, місцевим громадам шляхом надання необхідних будівельних матеріалів та ін. [10].

Як свідчить практика, у Кривому Розі принципи корпоративної соціальної відповідальності впроваджують передусім підприємства, що реалізують свою продукцію на зарубіжних ринках, де КСВ уже зайняло міцні позиції в середовищі бізнесу. Як свідчать результати міжнародних досліджень, вплив КСВ на репутацію компанії становить до 41,2% [5]. Отже, соціальна відповідальність за кордоном приносить користь як самому підприємству, так і суспільству.

Наведений аналіз показує, що в Кривому Розі соціальною відповідальністю переважно займаються провідні підприємства. Головні напрями їхньої діяльності включають: благодійну діяльність, захист навколишнього середовища, роботу з громадськістю та державними органами, турботу про працюючий персонал. Ці напрями КСВ у цілому збігаються з напрямками діяльності КСВ провідних підприємств світу. Однак при цьому слід зазначити, що за кордоном КСВ набула масового характеру, там вона дає змогу бізнесу зайняти стійке положення на ринку.

У Кривому Розі КСВ не має масового явища, вона не набула поширення у малому і середньому бізнесу. Це пов'язано з недостатнім рівнем його розвитку, рівнем фінансового забезпечення, з недостатньою взаємодією органів державної влади з бізнесом, відсутністю єдиного координуючого центру з КСВ, низьким рівнем інформації про успіхи і досягнення у сфері КСВ.

З огляду на це, головним напрямом розвитку КСВ у Кривому Розі повинно бути застосування принципів соціальної відповідальності малим і середнім бізнесом. Для цього необхідно:

- створити єдиний координуючий орган розвитку КСВ у місті Кривий Ріг;
- постійно висвітлювати в пресі результати КСВ, підводити підсумки, визначати переможців і заохочувати за досягнуті успіхи;
- проводити навчання керівників компанії методам упровадження принципів КСВ у практичну діяльність;
- державним органам розробити стратегію розвитку КСВ у місті;
- розвивати конкуренцію між підприємствами, що буде стимулювати поширення соціальної відповідальності бізнесу.

Для реалізації принципів КСВ слід ширше залучати малий і середній бізнес до реалізації проектів у системі державно-приватного партнерства, серед яких:

- збір, очищення та розподілення води;
- охорона здоров'я;
- туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт;
- надання соціальних послуг, управління соціальною установою, закладом;
- виробництво та впровадження енергозберігаючих технологій, будівництво та капітальний ремонт житлових будинків;
- надання освітніх послуг та послуг у сфері охорони здоров'я;
- управління пам'ятками архітектури та культурної спадщини;
- встановлення модульних будинків та будівництво тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб.

Такий підхід до поширення принципів соціальної відповідальності серед підприємств Кривого Рогу дасть змогу виявити недоліки у цьому процесі і намітити шляхи їх усунення.

Висновки і пропозиції. Як показали результати досліджень, принципи корпоративної соціальної відповідальності знаходять широке використання у світі. Однак в Україні КСВ бізнесу не набула масового явища. Така ситуація характерна і для Кри-

вого Рогу. Більшість заходів із соціальної відповідальності реалізують підприємства гірничо-металургійного комплексу. У цьому процесі недостатню участь беруть підприємства малого і середнього бізнесу. Для більш широкого впровадження принципів КСВ у практику діяльності підприємств Кривого Рогу необхідно поширювати соціальну відповідальність серед малого та середнього бізнесу, що позитивно відіб'ється на соціально-економічному розвитку міста. Провідну роль у цьому процесі повинні відіграти державні органи.

Література:

1. Васильєва М.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как фактор устойчивого развития современного общества. *Приоритетные научные направления: от теории к практике*. 2015. № 18. С. 128–133.
2. Дудка В. Відповідальність перед майбутнім. *Бізнес, жовтень*. 2018. С. 28–29.
3. Иванов С.В. Корпоративно-социальная ответственность і соціально-етичний маркетинг: проблема взаємодії в сфері бізнесу. *Економічний простір*. 2018. № 133. С. 166–182.
4. Мельник Ю.Н. Социальная ответственность бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности предприятий. *Актуальные проблемы экономики и управления*. 2014. № 3(3). С. 80–84.
5. Мироненко В. Дорожить репутацией. *Бізнес*. 2016. № 43(1238). С. 6–7.
6. Орлова Н.С., Мохова Ю.Л., Андрійчук Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу: проблеми та шляхи розвитку. *Менеджер*. 2018. № 2. С. 37–44.
7. Политика Группы СКМ в области устойчивого развития. URL : <http://dc34spblob.blob.core.windows.net/doc/2015/10/5/7efb3b80-1b1b-4456-a4cf-088341efa521/Politika-v-oblasti-UR-Gruppy-SKM-rus.pdf> (дата звернення: 12.01.2019).
8. Полякова О.М., Хорошаєва Є.В. Соціальна відповідальність малого бізнесу як його конкурентна перевага. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 60. С. 33–39.
9. Сокол Н.А. Соціальна відповідальність бізнесу: особливості реалізації в Україні та світі. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2018. № 3. С. 129–136.
10. Стійкий розвиток Групи компаній HeidelbergCement. URL : <https://www.heidelbergcement.ua/uk/sustainable-development> (дата звернення: 12.01.2019).
11. Стратегия корпоративной ответственности ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог». URL : <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=248> (дата звернення: 12.01.2019).

Аннотация. В статье рассмотрено состояние социальной ответственности бизнеса в городе Кривой Рог. Большинство мероприятий по социальной ответственности реализуют предприятия горно-металлургического комплекса. В этом процесс недостаточное участие проявляют предприятия малого и среднего бизнеса. Были выявлены основные причины такой ситуации: недостаток финансовых ресурсов, высокий уровень теневой экономики, коррупция и др. Для более широкого внедрения принципов КСО в практику деятельности

предприятий Кривого Рога предложено: разработать стратегию развития корпоративной социальной ответственности в городе Кривой Рог; создать единый центр по управлению социальной ответственностью; широко освещать результаты развития КСО, подводить итоги, выявлять победителей; проводить обучение руководителей предприятий по внедрению принципов КСО.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, зарубежный опыт, малые предприятия, государственно-частное партнерство.

Summary. The research results show that the principles of corporate social responsibility are widely used in the world. Based on the analysis of world leaders in corporate social responsibility, it was found that promising areas of business social responsibility today are: rational use of natural resources, care for employees, youth education, charitable programs, energy efficiency of production, reduction of harmful emissions, water conservation, advertising a healthy lifestyle. of life. This is due to the fact that the main direction of civilization evolvement in the XXI century is sustainable development, including economic, social and environmental ones. At the same time, meeting needs of present generations should not create problems for satisfying needs of future generations. The research findings show that those enterprises which implement the principles of corporate social responsibility (CSR) increase their competitiveness and reputation producing a positive effect on their financial performance. In Ukraine, the principles of social responsibility of business have not gained widespread use. This situation is typical for Krivoy Rog. Most of the social responsibility activities are implemented by the enterprises of the mining and metallurgical industry. In this process, insufficient participation is manifested by small and medium-sized businesses. The main reasons for this situation were identified: lack of financial resources, high level of shadow economy, corruption, etc. For a wider introduction of CSR principles into the practice of Krivoy Rog enterprises, it was suggested: to develop a strategy for developing corporate social responsibility in Krivoy Rog; create a single center for social responsibility management; highlight the results of CSR development, summarize, identify winners; conduct training for business leaders on the implementation of CSR principles. This approach will extend the principles of social responsibility among small and medium businesses, which will have a positive impact on the socio-economic development of the city. The key role in this process should be played by state authorities.

Keywords: social responsibility, business, foreign practice, small businesses, state and private partnership.