



Stoyko, I., Sherstiuk, R. & Dolubovska, O. (2022) Corporate social responsibility in Ukraine during the war and post-war periods. *Socio-Economic Problems and the State* (electronic journal), Vol. 27, no. 2, pp. 93-106.
URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf>



СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ І ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Ігор СТОЙКО

Роман ШЕРСТЮК

Ольга ДОЛУБОВСЬКА

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001, Україна

e-mail: stoykoi@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3013-0346>

e-mail: romsher85@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6253-9421>

e-mail: solomka73@gmail.com



Article history:

Received: October, 2022
1st Revision: October, 2022
Accepted: November, 2022

JEL classification:

L20
E710

UDC:

330.8:379.8

DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd.2022.nom2.093>

Анотація: У статті обґрунтовано необхідність соціальної відповідальності бізнесу, його активізацію у воєнний і післявоєнний час, необхідність бізнесу підтримувати баланс між досягненням економічної ефективності та дотриманням соціальних і екологічних проблем, що є критично важливим фактором ефективною та результативною діяльністю. Світовою спільнотою обґрунтовано принципи соціальної відповідальності у Глобальному договорі ООН і Міжнародних стандартах SA 8000 і ISO 26000. Розглянуто Десять принципів соціальної відповідальності Глобального договору, які встановлюють принципи прав людини, принципи праці, екологічні принципи і антикорупційні принципи; вимоги до соціального захисту: дитячої праці; примусової праці; охорони праці; свободи об'єднань і права на укладання колективного договору; дискримінації; дисциплінарних заходів; робочого часу; заробітної плати; системи управління Міжнародного стандарту SA 8000 «Соціальна відповідальність»; єдине розуміння соціальної відповідальності і детальну інструкцію для всіх організацій Міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності». Розглянуто ключові способи, за допомогою яких компанія приймає соціальну відповідальність, і які включають чотири типи соціальної відповідальності: філантропію, сприяння волонтерству, етичні практики праці та зміни навколишнього середовища. Відзначено, що на початок 2022 року звіти про соціальну відповідальність за стандартами GRI опублікували більше 15 тис. компаній. В Україні вже порівняно давно використовують нефінансову звітність соціальної відповідальності компанії Нібулон, Lifecell, Ашан Рітейл Україна, Метінвест, Оболонь, ДП «Антонов» та інші. В результаті коронавірусної епідемії, яка захопила весь, а особливо агресія росії зумовили складний період стагнації економіки України. Водночас, курс на євроінтеграцію лишається незмінним. Це актуалізує питання наближення практики діяльності українських підприємств до європейських норм і правил, а також посилює необхідність їх звітування перед суспільством за виконання виробничих програм, розвитку різних сфер і видів діяльності, а також вирішення соціально-етичних проблем національного відродження.

Ключові слова: бізнес, управління, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, національне відродження.

«Справжній мир – це не просто відсутність війни,
а наявність справедливості»

Лаура Джейн Адамс, лауреатка Нобелівської премії миру



Стойко І. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період [Електронний ресурс] / Ігор Стойко, Роман Шерстюк, Ольга Долубовська // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2022. — Вип. 2 (27). — С. 93-106. — Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

1. Постановка проблеми.

До недавнього часу більшість великих підприємств керувалися майже виключно однією метою: отримання прибутку. Максимізація прибутку була в основі кожної вжитої дії чи ініціативи. Однак за останні кілька десятиліть багато бізнес-лідерів визнали, що вони несуть більшу відповідальність, ніж просто максимізувати прибуток для акціонерів і керівників. Навпаки, вони несуть соціальну відповідальність робити все найкраще не лише для своїх компаній, але й для людей, планети та суспільства в цілому. Це усвідомлення призвело до появи компаній, які вважають себе соціально відповідальними.

В останні роки в Україні спостерігається зростаючий інтерес до принципів соціальної відповідальності підприємств, активізація яких набула актуальності з початком воєнної агресії росії проти України, які в основному характеризуються волонтерською діяльністю, і повинні стати визначальними для бізнесу у післявоєнний час і з вступом України до Європейського Союзу.

В той же час, у всьому світі вже декілька десятиліть розвивалась концепція соціальної відповідальності і корпоративної соціальної відповідальності. Український бізнес не часто у своїй діяльності користуються принципами соціальної відповідальності, найчастіше аргументуючи таку позицію фінансовою неспроможністю, вітчизняні підприємства мало пропагують її, адже рівень ознайомленості з цією тематикою є недостатнім для усвідомлення важливості цього питання для бізнесу.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

У далекому минулому є багато прикладів соціальної активності у відповідь на негативні наслідки підприємницької діяльності (наприклад, рабовласництво, кріпацтво тощо). Підприємців-благодійників, які прагнули головним чином поліпшити становище найманих працівників, можна розглядати як попередників корпоративної соціальної відповідальності.

«Сучасна ера» Концепції соціальної відповідальності (далі – СВ) і корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) почалися в 1950-х роках, коли Говард Боуен дав визначення КСВ у своїй книзі «Обов'язки бізнесмена» як «зобов'язання компаній щодо відображення очікувань і цінностей суспільства в їх виконанні, і, таким чином, передбачення загальної вигоди для суспільства як найважливіший фактор їх діяльності [2].

Однак така концепція КСВ також зазнала серйозної критики. Мілтон Фрідман (американський економіст, який у 1976 році став лауреатом премії з економічних наук на честь Альфреда Нобеля за досягнення у дослідженні споживчого аналізу, розробці грошово-кредитної теорії та демонстрації складності стабілізаційної політики) відстоював інший підхід до КСВ у своїй статті «Соціальна відповідальність бізнесу полягає в збільшенні прибутку». На його думку, соціальна відповідальність бізнесу полягає в тому, щоб збільшувати прибуток, забезпечуючи таким чином високі виплати власникам компанії. Фрідман наголошував, що компанія не є суб'єктом відповідальності. Реальними суб'єктами відповідальності можуть бути лише приватні власники та вищі управлінці.

М. Фрідман заявив, що соціальна відповідальність бізнесу відрізняється своєю аналітичною розкутістю та відсутністю строгості, що почуття соціальної відповідальності може мати лише людина, підприємства за своєю природою не можуть [3, с. 32–33].

Тим не менш, у наступні роки уявлення про підприємницьку діяльність змінилися, і корпорації стали розглядатися як члени суспільства, які служать потреб

суспільства та виховання соціальної моралі в бізнес-поведінці (Societal Approach).

Р. Едвард Фрімен представив теорію зацікавлених сторін (1984), яка стверджує, що корпорації мають відносини з багатьма групами в суспільстві (зацікавленими сторонами) і що відповідальні корпорації повинні враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін (підхід зацікавлених сторін) [4].

В 1990-х роках з'явилися пов'язані теми, такі як корпоративне громадянство, ділова етика та корпоративне управління. Появилось визначення: КСВ – це внесок бізнесу в сталий розвиток.

Хоча існує багато різних визначень і термінів, які використовуються для опису КСВ, це економічні, соціальні та екологічні результати в поєднанні з добровільним характером і врахуванням відносин зацікавлених сторін, які описують комплексний обсяг КСВ.

Одна з найбільш широко прийнятих концепцій КСВ у наукових дослідженнях була створена Арчі Б. Керролом, який представив піраміду КСВ, що містить чотири категорії корпоративної соціальної відповідальності при цьому економічна категорія формує основу, на якій будуються правові, етичні та філантропічні категорії. У той час як компанії повинні прагнути досягти високих результатів у всіх категоріях у будь-який час, хороші показники на нижчих рівнях розглядаються як передумова для досягнення цілей вищих категорій [5].

Деякі експерти вважають, що соціальна відповідальність не відповідає суті бізнесу: прибуток понад усе. Однак соціальна відповідальність стала більш загальноприйнятою і зараз практикується серед широкого кола компаній. Молодші покоління беруть на себе соціальну відповідальність і стимулюють зміни на робочому місці та як споживачі.

Багато визначень КСВ є академічними, але нещодавні внески зробили такі організації, як Комісія Європейських Співтовариств. Згідно з визначенням, прийнятим Європейською комісією (2011), КСВ можна визначити як «керівну бізнес-політику, згідно з якою компанії враховують соціальні та екологічні проблеми у своїй власній бізнес-місії, стратегії та діяльності, а також у своїй взаємодії з зацікавленими сторонами на добровільній основі».

3. Постановка завдання.

Метою статті є обґрунтування необхідності соціальної відповідальності бізнесу, підтримувати баланс між досягненням економічної ефективності та дотриманням соціальних і екологічних проблем, що є критично важливим фактором ефективної та результативної діяльності сучасних підприємств України у воєнний і післявоєнний час.

4. Виклад основного матеріалу.

Принцип соціальної відповідальності або точніше концепція соціальної відповідальності в контексті будь-якого бізнесу означає, що фірма/компанія/підприємство/організація функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що бізнес повинен поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству. Тобто соціально-відповідальна бізнесова структура не повинна працювати виключно для максимізації прибутку, а має приймати рішення та виконувати дії, які є прийнятними з точки зору цілей і цінностей суспільства.

Соціальна відповідальність означає, що окремі особи та компанії повинні діяти в найкращих інтересах навколишнього середовища та суспільства в цілому. Стосовно бізнесу соціальна відповідальність відома як корпоративна соціальна відповідальність. Вона стає все більш помітною сферою уваги в бізнесі через запровадження нових

соціальних норм. Тобто бізнес старається проводити політику, яка сприятиме встановленню етичного балансу між подвійними обов'язками прагнення до прибутку та користі для суспільства в цілому.

КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення – зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу.

СВ і КСВ – фактично, ці терміни позначають одну і ту ж концепцію ведення бізнесу. Але соціальна відповідальність бізнесу характеризує загальне розуміння цього процесу, а КСВ – безпосередньо механізм / модель управління бізнесом з метою досягнення відповідних результатів., або точніше концепція соціальної відповідальності в контексті бізнесу означає, що фірма/компанія функціонує для досягнення своїх фінансових цілей і крім цього допомагає суспільству. Ідея полягає в тому, що підприємства повинні поєднувати прибуткові види діяльності з діяльністю, що приносить користь суспільству.

Фактично, ці терміни позначають одну і ту ж концепцію ведення бізнесу. Але соціальна відповідальність бізнесу характеризує загальне розуміння цього процесу, а КСВ – безпосередньо механізм/модель управління бізнесом з метою досягнення відповідних результатів.

Міжнародна організація стандартизації (далі – ISO) наголошує, що здатність бізнесу підтримувати баланс між досягненням економічної ефективності та дотриманням соціальних і екологічних проблем є критично важливим фактором ефективною та результативною діяльністю. Ключові способи, за допомогою яких компанія приймає соціальну відповідальність, включають філантропію, сприяння волонтерству, етичні практики праці та зміни навколишнього середовища. Наприклад, компанії, які керують своїм впливом на навколишнє середовище, можуть прагнути зменшити свій вуглецевий слід і обмежити відходи. Існує також соціальна відповідальність за етичні практики для працівників, що може означати пропозицію справедливої заробітної плати, яка виникає, коли існують обмежені закони про захист працівників.

Отже, КСВ традиційно поділяють на чотири категорії: екологічна, філантропічна, етична та економічна відповідальність [4].

1. Екологічна відповідальність.

Екологічна відповідальність означає віру в те, що організації повинні поводитися максимально екологічно. Це одна з найпоширеніших форм корпоративної соціальної відповідальності. Компанії, які прагнуть взяти на себе екологічну відповідальність, можуть зробити це кількома способами:

- зменшення забруднення, викидів парникових газів, використання одноразового пластику, споживання води та утилізація відходів;
- регулювання споживання енергії шляхом збільшення залежності від відновлюваних джерел, стійких ресурсів і перероблених або частково перероблених матеріалів;
- компенсація негативного впливу на навколишнє середовище: висаджування дерев, фінансування дослідження, пожертви на суміжні цілі.

2. Етична відповідальність.

Етична відповідальність пов'язана з забезпеченням того, щоб організація працювала чесно та етично. Організації, які дотримуються принципів етичної відповідальності, прагнуть практикувати етичну поведінку через справедливе ставлення до всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво, інвесторів, співробітників, постачальників і клієнтів.

Компанії можуть прийняти етичну відповідальність різними способами. Наприклад, компанія може встановити власну вищу мінімальну заробітну плату, якщо мінімальна заробітна плата, визначена штатом або федеральним урядом, не є «заробітною платою, прийнятною для життя». Так само компанія може вимагати, щоб продукти, інгредієнти, матеріали чи компоненти надходили відповідно до стандартів вільної торгівлі.

3. Філантропічна відповідальність.

Філантропічна відповідальність означає прагнення компанії активно робити світ і суспільство кращими. Крім того, щоб діяти максимально етично та екологічно, організації, керуючись філантропічною відповідальністю, часто виділяють частину своїх прибутків. У той час як багато компаній роблять пожертви благодійним і некомерційним організаціям, які відповідають їхнім керівним місіям, інші роблять пожертви на гідні цілі, які безпосередньо не стосуються їхнього бізнесу. Інші заходять так далеко, що створюють власний благодійний фонд або організацію, щоб віддавати віддачу та мати позитивний вплив на суспільство.

4. Економічна відповідальність.

Економічна відповідальність – це практика, коли фірма підтримує всі свої фінансові рішення своїм зобов'язанням робити добро у сферах, перерахованих вище. Кінцевою метою є не просто максимізація прибутку, а переконання, що бізнес-операції позитивно впливають на довкілля, людей і суспільство.

Світова спільнота обґрунтувала принципи соціальної відповідальності у Глобальному договорі ООН і Міжнародних стандартах SA 8000 і ISO 26000.

Глобальний договір ООН (2000) – найбільша у світі ініціатива, створена для просування принципів корпоративної, соціальної та екологічної відповідальності серед бізнесу. До неї вже приєдналося понад 12 765 компаній з 163 країн світу, у тому числі 64 українських компанії (станом на 2021) [8].

У Глобальному договорі встановлено Десять принципів соціальної відповідальності:

Принципи прав людини:

- Принцип 1: Комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні.
- Принцип 2: Комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини.

Принципи праці:

- Принцип 3: Комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні переговори.
- Принцип 4: Комерційні компанії повинні сприяти викоріненню примусової або обов'язкової праці.
- Принцип 5: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дитячої праці.
- Принцип 6: Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дискримінації стосовно зайнятості та працевлаштування.

Екологічні принципи:

- Принцип 7: Комерційні компанії повинні дотримуватися обережних підходів до екологічних проблем.
- Принцип 8: Комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.
- Принцип 9: Комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Антикорупційний принцип:

– Принцип 10: Комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво [8].

Міжнародний стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», який опублікований у 1997 році (переглянутий – у 2001 році), встановлює вимоги до соціального захисту: дитячої праці; примусової праці; охорони праці; свободи об'єднань і права на укладання колективного договору; дискримінації; дисциплінарних заходів; робочого часу; заробітної плати; системи управління [9].

Стандарт SA 8000 спрямований на забезпечення привабливості умов наймання для співробітників, поліпшення умов їхньої праці і життєвого рівня. Компанії, у яких менеджмент здійснюється відповідно до вимог стандарту SA 8000, мають конкурентну перевагу, яка полягає у високій мотивації персоналу, що своєю чергою дає змогу ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей, забезпечуючи постійну рентабельність.

Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності» допомагає організаціям упорядкувати свою діяльність в галузі соціальної відповідальності. Ця настанова дає єдине розуміння соціальної відповідальності і детальну інструкцію для всіх організацій [10].

В результаті коронавірусної епідемії, яка захопила весь, а особливо агресія росії зумовили складний період стагнації економіки України. Водночас, курс на євроінтеграцію лишається незмінним. Це актуалізує питання наближення практики діяльності українських підприємств до європейських норм і правил, а також посилює необхідність їх звітування перед суспільством за виконання виробничих програм, розвитку різних сфер і видів діяльності, а також вирішення соціально-етичних проблем національного відродження.

Звітування підприємств про соціальну відповідальність їхньої діяльності зумовлює потребу в переході на нові стандарти звітності відповідно до розроблених рекомендацій, документів і прийнятої в Європі практики звітування.

Нефінансова звітність про соціальну відповідальність бізнесу стає все більш важливою для інвесторів і споживачів, які прагнуть вкласти інвестиції, які не тільки є прибутковими, але й сприяють добробуту суспільства та навколишнього середовища. Хоча критики традиційно стверджують, що основна природа бізнесу не розглядає суспільство як зацікавлену сторону, молоді покоління сприймають соціальну відповідальність і рухають змінами.

КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення – зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу.

Багато компаній вже зробили корпоративну соціальну відповідальність невід'ємною частиною своїх бізнес-моделей, і вони зробили це без шкоди для прибутковості. Крім того, все більше інвесторів і споживачів враховують прихильність компанії до соціально відповідальних практик, перш ніж робити інвестиції або купувати.

Здатність бізнесу підтримувати баланс між досягненням економічної ефективності та дотриманням соціальних і екологічних проблем є критично важливим фактором ефективною та результативною діяльності. Ключові способи, за допомогою яких компанія приймає соціальну відповідальність, включають 4 типи соціальної відповідальності: філантропію, сприяння волонтерству, етичні практики праці (пропозиція справедливої заробітної плати, яка виникає, коли існують обмежені

закони про захист працівників) та зміни навколишнього середовища.

Стандартів і керівництв у сфері нефінансової звітності є багато, але все більше підприємств використовують стандарти (далі – GRI, Global Reporting Initiative). Ключовий документ GRI – «Посібник зі звітності у сфері сталого розвитку» побудовано таким чином, що воно гармонійно поєднується з іншими керівництвами у сфері сталого розвитку і соціальної відповідальності – стандартами SA 8000, ISO 26000 та Глобальним договором ООН [7].

Соціальна відповідальність набуває різного значення в галузях і компаніях.

На початок 2022 року звіти про соціальну відповідальність за стандартами GRI опублікували більше 15 тис. компаній. В Україні вже порівняно давно використовують нефінансову звітність соціальної відповідальності компанії ТОВ СП «Нібулон», Lifecell, ТОВ «Нова пошта», ТОВ «Метінвест Холдинг», ПрАТ «Оболонь», ДП «Антонов», ТОВ ГК «Фокстрот» та інші.

Наприклад, компанія ТОВ СП «НІБУЛОН» у 2011 оприлюднила свій перший соціальний звіт, із самого початку взяла на себе зобов'язання щодо соціальної відповідальності, зокрема сталого розвитку та добробуту громади. Починаючи з 2006 року, в Україні впроваджується проєкт «НІБУЛОНівський» стандарт. Один з етапів проєкту спрямований на покращення освітнього та культурного рівня молодого покоління українців та забезпечення рівних належних умов навчання в міських і сільських навчальних закладах. 14 тис дітей щороку отримують допомогу в рамках програми «НІБУЛОНівський» стандарт.

Систематично ТОВ СП «НІБУЛОН» безкоштовно передає медичним установам сучасне обладнання задля підвищення впевненості українців у своєму здоровому майбутньому. Кожна людина може впевнено звернутись до лікарні, допомогу якій надає ТОВ СП «НІБУЛОН», знаючи, що тут вона отримає кваліфіковану медичну допомогу, а її здоров'я буде в надійних руках професійних лікарів.

У рамках впровадження інвестиційної програми з відродження Дніпра як транспортної артерії України, ТОВ СП «НІБУЛОН» виділяються кошти на розвиток соціальної інфраструктури районів, проводиться ремонт доріг, проведення освітлення, відновлення водопостачання, ремонт приміщень сільських і селищних рад, будинків культури тощо. Варто зазначити, що компанія не лише фінансує ті чи інші соціально значимі проєкти, але й активно залучає місцеву громаду до вирішення тих чи інших питань.

Сьогодні ТОВ СП «НІБУЛОН» є успішним прикладом екологічно свідомого бізнесу в Україні. Екологічна складова у будівництві річкових терміналів та елеваторних комплексів компанії, крім очевидних переваг з точки зору логістики та організації виробництва, позитивним чином позначається на стані довкілля. Підприємство виділяє значні фінансові ресурси на охорону навколишнього природного середовища. У своїй багатоплановій діяльності ТОВ СП «НІБУЛОН» неухильно дотримується одного з ключових принципів успішного бізнесу – збереження навколишнього середовища, небайдужого ставлення до проблем захисту довкілля. Компанія втілює власний екологічний стандарт, метою якого є популяризація на власному прикладі екологічно безпечного та відповідального бізнесу.

Вже декілька років ТОВ СП «НІБУЛОН» проводить соціальну звітність згідно стандартів GRI. Працюючи на відмінний результат, «НІБУЛОН» встановив власний високий стандарт якості у благодійній діяльності та розвитку місцевої інфраструктури і кожного року підіймає цю планку вище. «Маючи відповідальність перед громадою, ми завжди підтримуємо її в актуальних питаннях розвитку, а зачасту працюємо на випередження» – так говорить сайт компанії. Так, коли у 2020 році Україну та весь світ сколихнула пандемія COVID-19, компанія усі свої сили зосередила на найголовнішому – боротьбі з поширенням коронавірусної інфекції, на що виділено у 2020-2021 рр.

> 100 млн грн/УАН на розвиток галузі охорони здоров'я України.

Цінності компанії – відкритість, прозорість, висока якість послуг та продукції, інноваційність, постійне вдосконалення виробництва продукції та підвищення кваліфікації працівників, досягнення лідерських позицій у галузях, в яких працює «НІБУЛОН», робота у гармонії з природою, підтримка соціальних ініціатив.

Характерним є і досвід компанії Lifecell – українського телекомунікаційного оператора із головним офісом у Києві та регіональними в Дніпрі, Харкові, Одесі та Львові. Компанія надає послуги мобільного зв'язку та передачі даних на базі швидкісного інтернету; розвиває інноваційну екосистему телекомунікаційної галузі, реалізуючи проекти, спрямовані на розвиток «розумного міста», «розумного регіону», покращення безпеки громадян і розгортання мережі інтернету речей.

Оператор зв'язку Lifecell соціальну звітність готує відповідно до вимог міжнародного стандарту звітності (GRI) «основного варіанту» («core») четвертої версії G4 та десяти принципів Глобального Договору. Як підписант міжнародної ініціативи ООН, з 2009 року компанія щороку готує нефінансові звіти, з якими кожен охочий може ознайомитися на офіційному сайті оператора та його мобільній версії, а також на сайті Глобального Договору. Чотири попередні соціальні звіти підготовлені на основі принципів глобальної ініціативи, а починаючи з 2013-2014 років – за стандартом GRI G4.

Як демонструють ці фірми, глибока та непохитна відданість корпоративній соціальній відповідальності може принести дивіденди. Вивчаючи ці ініціативи та застосовуючи підхід до бізнесу, орієнтований на цінності, можна допомогти своїй організації процвітати та розвиватися, навіть коли вона стикається з глобальними проблемами.

Які основні переваги соціальної відповідальності? Принесення користі суспільству та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище є одними з головних переваг соціальної відповідальності. Споживачі все частіше прагнуть купувати товари та послуги від соціально відповідальних компаній, що може позитивно вплинути на їхні прибутки.

Яку користь приносить компаніям соціальна відповідальність? Окрім потенційного збільшення прибутку, компанії, які впроваджують програми соціальної відповідальності, також можуть покращити імідж свого бренду. Програми соціальної відповідальності також можуть мати позитивний вплив на моральний стан працівників.

Міжнародна організація Corporate Register [13] публікує відомості про кількість підприємств світу, які офіційно подають звіти з корпоративної соціальної відповідальності. Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну соціальну відповідальність в окремих країнах Європи (табл. 1).

В Україні за цей період було подано лише 115 звітів від 23 організацій, але ці показники перевищують дані таких європейських країн як, наприклад, Ісландія, Болгарія, Сербія, Словаччина. Серед колишніх радянських республік – Україна за кількістю організацій, які подали нефінансові звіти, займає лідируючі позиції, пропустивши вперед лише росію, яка значно перевищує її за розмірами. Незважаючи на це, можна стверджувати, що, у порівнянні з розвинутими країнами в Україні недостатній розвиток соціальної відповідальності як елементу стратегії розвитку бізнесу.

Розробка стратегії та впровадження КСВ варіюється залежно від конкретних характеристик корпорацій та їх уявлення про свою соціальну відповідальність, однак універсально важливим завданням є визначення та управління очікуваннями зацікавлених сторін. Концепція спільної цінності Майкла Портера зміщує акцент із уявлень зацікавлених сторін на задоволення головних потреб суспільства. М. Портер

стверджує, що кожна «фірма повинна дивитися на рішення та можливості через призму спільної цінності». Концепцію спільної цінності можна визначити як політику та операційну практику, які підвищують конкурентоспроможність компанії, одночасно сприяючи розвитку економіки та соціальних умов у громадах, у яких вона працює.

Таблиця 1. Динаміка кількості офіційно поданих звітів про корпоративну соціальну відповідальність в окремих країнах Європи

Країна	Кількість компаній, які подавали звіт КСВ за 2016-2020 рр.	Кількість звітів з КСВ за 2016-2020 рр.	2016	2017	2018	2019	2020
Великобританія	1682	12093	815	788	684	723	763
Німеччина	1444	8991	673	645	680	757	734
Іспанія	954	6591	519	531	512	540	492
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
Польща	109	623	47	52	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: сформовано за даними Corporate Register [13].

24 січня 2020 року Уряд прийняв рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, яка направлена на забезпечення в Україні сталого економічного зростання, удосконалює інтеграційні процеси приєднання до ЄС, Організації економічного співробітництва та розвитку, які потребують запровадження сучасних механізмів взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства. Це дасть змогу посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого соціально-економічного розвитку держави та суспільства. Реалізація Концепції передбачена на період до 2030 року.

Розв'язання проблеми пропонується шляхом забезпечення реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні, яка базується на основі міжнародних стандартів та правил поведінки бізнесу.

Відповідно до Концепції в Україні заохочуватимуть компанії під час своєї діяльності дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу. Ведення соціально відповідального бізнесу сприятиме підвищенню стандартів життя українців, зокрема, забезпеченню гідних умов та оплати праці, підвищенню рівня медичного обслуговування, зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.

Крім того, реалізація Концепції дозволить компаніям, які впроваджуватимуть політику соціально відповідального ведення бізнесу, отримати конкурентні переваги на міжнародному ринку та можливості залучення додаткових інвестицій.

Так, запровадження нових стандартів ведення бізнесу позитивно вплине на якість життя громадян в цілому, зокрема забезпечить підвищення рівня захисту прав споживачів, якості та безпеки товарів (послуг); вплине на покращення стану

навколишнього природного середовища; розповсюдження інновацій як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Крім того, суб'єкти господарської діяльності, дотримуючись стандартів і принципів соціально відповідального бізнесу, мають запроваджувати високі стандарти трудових відносин, забезпечуючи додатковий захист своїх працівників, створення належних умов праці, що позитивно впливатиме на ключові інтереси працівників.

Водночас у разі запровадження та дотримання стандартів і принципів соціально відповідального бізнесу суб'єкти господарської діяльності отримають конкурентні переваги та можливості щодо залучення додаткового інвестиційного ресурсу.

У ході реалізації Концепції передбачається досягнення як короткострокових, так і довгострокових результатів для національної економіки.

Серед короткострокових результатів планується:

- створення сприятливих правових, фінансових та організаційних умов для розвитку соціально відповідального бізнесу;
- створення нових робочих місць, зокрема для внутрішньо переміщених осіб та осіб з інвалідністю;
- створення безпечних та здорових умов праці, зниження рівнів виробничого травматизму та професійної захворюваності;
- забезпечення рівних можливостей для працівників у вирішенні питань працевлаштування без дискримінації за ознакою статі;
- зменшення рівня забруднення стічних вод; відновлення земель для органічного виробництва;
- зменшення проявів корупції; поширення кращого досвіду соціально відповідального бізнесу щодо етичної та добросовісної поведінки;
- покращення якості товарів і послуг; зменшення шкоди для здоров'я або навколишнього природного середовища, що виникає в результаті споживання та/або утилізації товарів низької якості;
- розвиток інноваційної діяльності; створення та функціонування індустріальних (промислових) парків;
- забезпечення інтеграції вітчизняних фахівців з питань розвитку соціально відповідального бізнесу до європейського та світового фахового середовища.

У результаті реалізації Концепції передбачається досягти таких показників до 2030 року:

- приріст прямих іноземних інвестицій в економіку України повинен досягнути 17,5 млрд доларів США;
- темпи номінального росту середньомісячної заробітної плати – 800%;
- частка роботодавців, які забезпечили належне виконання статей 19 і 20 Закону України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» становитиме 100 %;
- частка скидів забруднених (забруднених без очищення та недостатньо очищених) стічних вод у водні об'єкти в загальному обсязі скидів зменшиться до 5 %;
- індекс прозорості суб'єкта господарської діяльності досягне 60 % та інші [11].

Агресія росії може внести різні корективи до виконання Концепції, може її сповільнити, а може і прискорити, якщо військова і економічна допомога Західних країн і США допоможе як з перемогою України, так і її відбудовою.

5. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Соціальна відповідальність означає, що окрім максимізації акціонерної вартості, підприємства повинні працювати таким чином, щоб приносити користь суспільству. Соціально відповідальні компанії повинні прийняти політику, яка сприятиме

добробуту суспільства та навколишнього середовища, одночасно зменшуючи негативний вплив на них. Компанії можуть діяти відповідально багатьма способами, наприклад, заохочуючи волонтерство, вносячи зміни на користь навколишньому середовищу, дотримуючись етичної практики праці та беручи участь у благодійності. Споживачі більш активно прагнуть купувати товари та послуги в соціально відповідальних компаній, що впливає на їх прибутковість. І хоч критики стверджують, що практика соціальної відповідальності є протилежністю тому, чому існує бізнес, але молодші покоління бізнесменів беруть на себе соціальну відповідальність і стимулюють зміни на робочому місці та як споживачі.

Соціальна відповідальність – це невід’ємна складова бізнес-діяльності компанії. Вона суттєво впливає на формування іміджу національного бізнесу і країни в цілому. Реалізація концепції сприятиме покращенню соціально-економічної, екологічної ситуації в країні та захисту прав людини відповідно до міжнародних норм і стандартів ведення бізнесу.

Соціальна відповідальність також може підвищити моральний дух компанії, особливо коли компанія може залучати працівників до своїх соціальних справ. Загалом, соціальна відповідальність ефективніша, коли компанія бере на себе її добровільно, а не чекає, поки уряд вимагатиме від них цього через регулювання

Українська бізнес-індустрія в усіх галузях сильно постраждала від урядових заходів всіх країн щодо обмеження коронавірусу, а ще більше від воєнної агресії росії, що зумовили складний період стагнації економіки України. Водночас, курс на євроінтеграцію лишається незмінним. Це актуалізує питання наближення практики діяльності українських підприємств до європейських норм і правил, а також посилює необхідність їх звітування перед суспільством за виконання виробничих програм, розвитку різних сфер і видів діяльності, а також вирішення соціально-етичних проблем національного відродження. У цьому є промінь надії після перемоги.

Author details (in English)

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE DURING THE WAR AND POST-WAR PERIODS

Igor STOYKO

e-mail: stoykoi@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3013-0346>

Roman SHERSTIUK

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
56 Ruska str., 46001, Ternopil, Ukraine
e-mail: romsher85@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6253-9421>

Olha DOLUBOVSKA

e-mail: solomka73@gmail.com

Abstract. *The necessity for corporate social responsibility, its activation in war and post-war times, for business to maintain a balance between achieving economic efficiency and complying with social and environmental problems, which is a critically important factor of effective and efficient activity are substantiated in the article. The global community identified the principles of social responsibility in the UN Global Compact and International Standards SA 8000 and ISO 26000. The Ten Principles of Social Responsibility of the Global Compact, which establish the principles of human rights, labor principles, environmental principles and anti-corruption principles, were considered; requirements for social protection: child labor; forced labor; labor protection; freedom of association and the right to conclude a collective agreement; discrimination; disciplinary measures; working hours; salary; management systems of the International Standard SA 8000 “Social Responsibility”; a unified understanding of social responsibility and detailed instructions for all organizations of the International Standard ISO 26000:2010 “Guidelines for Social Responsibility”. It examines the key ways in which a company embraces social responsibility, which includes four types of social responsibility: philanthropy, promoting volunteerism, ethical labor practices, and environmental change. It was noted that by the beginning of 2022, more than 15,000 companies had published reports on social responsibility according to GRI standards. In Ukraine, non-financial social responsibility reporting has been used by Nibulon, Lifecell, Auchan Retail Ukraine, Metinvest, Obolon, SE “Antonov” and others for a relatively long time. As a result of the coronavirus epidemic, which took over the entire country, and especially the*

aggression of Russia, a difficult period of economic stagnation of Ukraine was caused. At the same time, the course towards European integration remains unchanged. This actualizes the issue of bringing the practices of Ukrainian enterprises closer to European norms and rules, as well as strengthens the need for them to report to society for the implementation of production programs, the development of various spheres and types of activity, as well as the solution of social and ethical problems of national revival.

Key words: business, management, social responsibility, corporate social responsibility, national revival.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Stoyko, I., Sherstiuk, R. & Dolubovska, O. (2022) Corporate social responsibility in Ukraine during the war and post-war periods. *Socio-Economic Problems and the State* (electronic journal), Vol. 27, no. 2, pp. 93-106. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf>

Використана література:

1. Dagmar Lund-Durlacher. Corporate Social Responsibility in Tourism. *Education for Sustainability in Tourism*. 2015. pp. 59-73. URL: https://www.researchgate.net/publication/300332802_Corporate_Social_Responsibility_in_Tourism https://doi.org/10.1007/978-3-662-47470-9_4 (дата звернення: 13.10.2022).
2. Akhilesh Ganti, Somer Anderson. Social Responsibility in Business: Meaning, Types, Examples, and Criticism. 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp> (дата звернення: 23.10.2022).
3. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Profits. *The New York Times Magazine*. 1970, September. P. 32–33.
4. Freeman R. E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing, 1984. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/developing-stakeholder-theory> (дата звернення: 15.10.2022).
5. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: *Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, 2001. URL: <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268> (дата звернення: 23.10.2022).
6. Tim Stobierski. Types of corporate social responsibility to be aware of. 2021. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility> (дата звернення: 01.11.2022).
7. Іваницька О. М. Соціальна відповідальність корпорацій і нефінансова звітність: врахування стандартів GRI в Україні. 2016 URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Sotsialna-vidpovidalnist.pdf>.
8. Вікіпедія. Глобальна ініціатива звітності. URL: https://uk.upwiki.one/wiki/Global_Reporting_Initiative.
9. Міжнародний стандарт SA 8000. Соціальна відповідальність. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>
10. Міжнародний стандарт ISO 26000. Настанова по соціальній відповідальності. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921

11. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>
12. Ляшок Я. О. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Випуск 10. 2016. С. 271-274
13. Міжнародна організація Corporate Register. Офіційний сайт. URL: <https://www.corporateregister.com>

References

1. Dagmar Lund-Durlacher (2015) Corporate Social Responsibility in Tourism. *Education for Sustainability in Tourism*. URL: https://www.researchgate.net/publication/300332802_Corporate_Social_Responsibility_in_Tourism https://doi.org/10.1007/978-3-662-47470-9_4 (accessed 13.10.2022).
2. Akhilesh Ganti, Somer Anderson (2022) Social Responsibility in Business: Meaning, Types, Examples, and Criticism. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp> (accessed 23.10.2022).
3. Friedman M. (1970) The Social Responsibility of Business Is to Increase Profits. *The New York Times Magazine*. Pp. 32–33.
4. Freeman R. E. (1984) Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing. URL: <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/developing-stakeholder-theory> (accessed 15.10.2022).
5. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: *Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, 2001. URL: <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268> (accessed 23.10.2022).
6. Tim Stobierski (2021). Types of corporate social responsibility to be aware of. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility> (accessed 01.11.2022).
7. Ivanytska O. M. (2016) Sotsialna vidpovidalnist korporatsii i nefinansova zvitnist: vrakhuvannya standartiv GRI v Ukraini. [Corporate social responsibility and non-financial reporting: consideration of GRI standards in Ukraine] URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Sotsialna-vidpovidalnist.pdf>.
8. Vikipediia. Hlobalna initsiatyva zvitnosti [Wikipedia. Global Reporting Initiative] URL: https://uk.upwiki.one/wiki/Global_Reporting_Initiative.
9. Mizhnarodnyi standart SA 8000. Sotsialna vidpovidalnist. [International standard SA 8000. Social responsibility] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07#Text>
10. Mizhnarodnyi standart ISO 26000. Nastanova po sotsialnii vidpovidalnosti. [International standard ISO 26000. Guidance on social responsibility] URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921
11. Kontseptsiia realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriyannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku. [The concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>
12. Liashok Ya. O. (2016) Problemy rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini. Rozvytok produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika. [Problems of development of social responsibility of business in Ukraine]. Vol. 10. 271-274 pp.

13. Mizhnarodna orhanizatsiia Corporate Register. Ofitsiinyi sait. [International organization Corporate Register. Official site]. URL: <https://www.corporateregister.com>



© 2022 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.
This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.
You are free to:
Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.
The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.
Under the following terms:
Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.
You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
No additional restrictions
You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Puluj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

