

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Світлана Урба, Богдана Кудря

Львівський національний університет імені Івана Франка
79008 м. Львів, проспект Свободи, 18
e-mail: svitlana.urba@lnu.edu.ua, relhz998@gmail.com

Анотація. Розглянуто наукові підходи до тлумачення поняття «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ) та сформульовано авторське тлумачення його сутності. Визначено основні причини, які обмежують впровадження практики соціально відповідального ведення бізнесу на підприємствах. Акцентовано увагу на взаємозв'язку СВБ із конкурентоспроможністю підприємства. Розроблено систему управління корпоративною соціальною відповідальністю, яка охоплює конкретні заходи, а також відповідні структурні підрозділи підприємства, за якими вони повинні бути закріплені. Обґрунтовано особливості впровадження принципів СВБ на вітчизняних машинобудівних підприємствах. Висвітлено основні соціальні програми та гарантії, які застосовуються для працівників підприємства. Значну увагу приділено соціальних та технічних заходам, що спрямовані на захист природного навколишнього середовища. Розглянуто існуючі проблемні аспекти, які стримують параметри розвитку та впровадження соціальної відповідальності бізнесу. Запропоновано заходи, які повинні стати стимулом для корпоративної соціальної відповідальності як одного із ефективних напрямів розвитку бізнесу в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, соціальні заходи, соціальні гарантії.

Постановка проблеми. В сучасних глобалізаційних умовах особливої актуальності набувають питання гармонійного розвитку соціальних, економічних та екологічних сфер, в яких функціонують суб'єкти господарювання. У системі базових цінностей ринкової економіки пріоритетне місце займає соціальна відповідальність бізнесу.

Результатом тривалого і поетапного розвитку західних країн є складна і одночасно збалансована система регулювання відносин між компаніями, урядом та суспільством у галузі соціально-економічного розвитку. Інститут соціально відповідального бізнесу існує в багатьох країнах й базується на давніх демократичних засадах і розвиненому громадянському суспільстві. Відтак, в різних країнах участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем або жорстко регулюється в рамках чинного законодавства, або здійснюється самостійно під впливом спеціально встановлених стимулів і пільг. В Україні цей процес знаходиться на початкових етапах свого розвитку, тому дослідження процесу становлення інституту соціальної відповідальності в бізнесі сьогодні є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем впровадження соціально відповідального бізнесу набули широкого поширення в наукових працях таких провідних учених, як: І. Гришова, О. Головінов, А. Корнецький, Г. Алоні, Т. Лункіна, Ю. Масюк, О. Олійник, В. Ксендзук, Є. Сірий, Л. Грицина, Н. Гусак, О. Посилкіна, Ю. Братішко, Г. Кубасова та ін. Водночас, враховуючи численні дослідження науковців у впровадженні практики соціально відповідального ведення бізнесу на вітчизняних підприємствах, обґрунтування методологічних та організаційно-прикладних засад її удосконалення потребують подальшого аналізу.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення теоретико-методологічних положень і практичних рекомендацій щодо розвитку практики соціально відповідального ведення бізнесу в Україні та розроблення заходів її вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення категорії «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ) відносять до середини ХХ ст., передбачаючи, що бізнес добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством та робить значний внесок у поліпшення якості життя людей. Сьогодні проблематика соціальної відповідальності бізнесу активно обговорюється у науковій літературі.

Поняття «соціальна відповідальність бізнесу» деякі вчені розглядають насамперед в історичному аспекті, орієнтуючись на праці відомих зарубіжних вчених. Так, на думку науковця О. Барзилович, засновником концепції соціальної відповідальності бізнесу є Роберт Оуен, а розробниками сучасних підходів до соціальної відповідальності бізнесу вважаються Ховард Боуен та Сімпсон Сьюзан [1, с. 68-69].

Соціальну відповідальність бізнесу тлумачать з використанням декількох наукових підходів, які за своїм змістом є доволі дискусійними. Саме тому у вітчизняних та зарубіжних дослідженнях відсутня одна думка щодо визначення соціальної відповідальності бізнесу. Усвідомлення важливості цієї категорії зумовлює необхідність дослідження концептуальних засад соціальної відповідальності з орієнтацією на галузеві особливості її прояву.

На думку І. Баркова, Т. Кінева, соціальна відповідальність бізнесу передбачає, що бізнес, окрім дотримання законів економіки і виробництва якісного продукту, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, а також робить значний внесок у поліпшення якості життя людей [2, с. 29-30].

Заслуговує на увагу підхід Н. Резніка, який поняття «соціальна відповідальність бізнесу» розглядає як відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [10, с. 297].

Проведення критичного аналізу багатьох підходів до тлумачення і дослідження соціальної відповідальності бізнесу, на наше переконання, дає підстави для визначення її сутнісної характеристики як соціального явища, яке сформувалося в результаті дотримання певних правил та норм поведінки й проявляється відповідальним ставленням суб'єкта господарювання до свого продукту чи послуги, споживачів, працівників, партнерів та інших стейкхолдерів.

За своїм змістом соціальна відповідальність бізнесу відображає активну соціальну позицію компанії, при якій вона гармонійно взаємодіє та веде постійний діалог із суспільством, а також бере участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [10; 11].

На початкових етапах свого становлення соціальна відповідальність бізнесу ототожнювалася з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ), яка вважалася специфікою організації та управління глобальних корпорацій. Відтак, сьогодні розроблені стандартні технології управління корпоративною відповідальністю успішно впроваджуються підприємницькими структурами різноманітних форм власності, розмірів та видів економічної діяльності, що функціонують на світовій арені [6]. КСВ – це не просто ідеологічна основа стратегії компаній, оскільки в багатьох із них створюються окремі підрозділи, які займаються безпосередньо впровадженням корпоративної соціальної відповідальності, виділяється посада віцепрезидента з КСВ, використовуються кодекси корпоративної культури, розробляється комплексна система з формування та поширення соціальних звітів.

Стрімкі процеси глобалізації економічних відносин об'єктивно зумовлюють необхідність подальшого вивчення проблем щодо формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу у взаємозв'язку з конкурентоспроможністю підприємств. Причиною обмеженого впровадження КСВ у діяльність більшості вітчизняних підприємств є дилема щодо доцільності здійснення соціальних заходів, яка неоднозначно сприймається більшістю керівників підприємств. Здебільшого соціальні заходи розглядаються як додатково затрачені матеріальні, фінансові та людські ресурси, які не приносять очевидного результату, а лише впливають на погіршення фінансових результатів діяльності підприємств, підвищення цін на товари і послуги та відповідно знижують конкурентоспроможність підприємства. Головна причина такого бачення обґрунтовується тим, що результат від соціальних заходів неможливо виміряти, хоча ефект від їх здійснення є комплексним та дуже тривалим [6].

Отже, соціальна відповідальність бізнесу з позиції комерційної ефективності характеризується певними негативними ознаками. Варто відзначити, що витрати на соціальні заходи не мають прямого фінансового результату, тоді як головним пріоритетом бізнесу є економічна ефективність (адже соціальні накладні витрати не приносять миттєвої користі бізнесу). Саме тому, на думку окремих підприємців, немає стимулу вкладати кошти в об'єкти, вигода від яких буде реалізована в далекій перспективі [2]. Бізнес-менеджери, компетентні у вирішенні комерційних питань, не завжди проявляють свою ефективність у вирішенні соціальних проблем, оскільки їхній підхід має насамперед економічний характер.

Значний вплив має відсутність підзвітності з соціальної відповідальності, адже бізнес не несе прямої відповідальності перед суспільством, немає наявних механізмів взаємозв'язку СВБ та громадськості. Відбувається «викривлення» концептуальних засад соціальної відповідальності, багато підприємств залучаються до соціальної діяльності через звільнення від оподаткування доходів, витрачених у соціальних цілях [4].

В Україні було проведено чимало досліджень з проблеми соціально відповідального бізнесу, в результаті яких встановлено, що на підприємствах відсутня система управління соціальною відповідальністю бізнесу [5]. Провідні вітчизняні компанії нерегулярно розміщують інформацію про СВБ, тобто вона не є систематизованою відповідно до існуючих європейських стандартів.

Варто зазначити, що в Україні КСВ ще не дійшла до стадії інтегрування з системою менеджменту на підприємствах, оскільки лише незначна кількість підприємств розробили стратегію соціальної відповідальності, в існуючих організаційних структурах відсутні окремі підрозділи, які б займалися питаннями соціальної відповідальності, відсутній механізм контролю за впровадженням соціальних заходів [3].

На наш погляд, наявність існуючих проблемних аспектів, які стримують параметри розвитку та впровадження соціальної відповідальності бізнесу на вітчизняних підприємствах потребують насамперед ефективної системи управління КСВ (рис. 1).

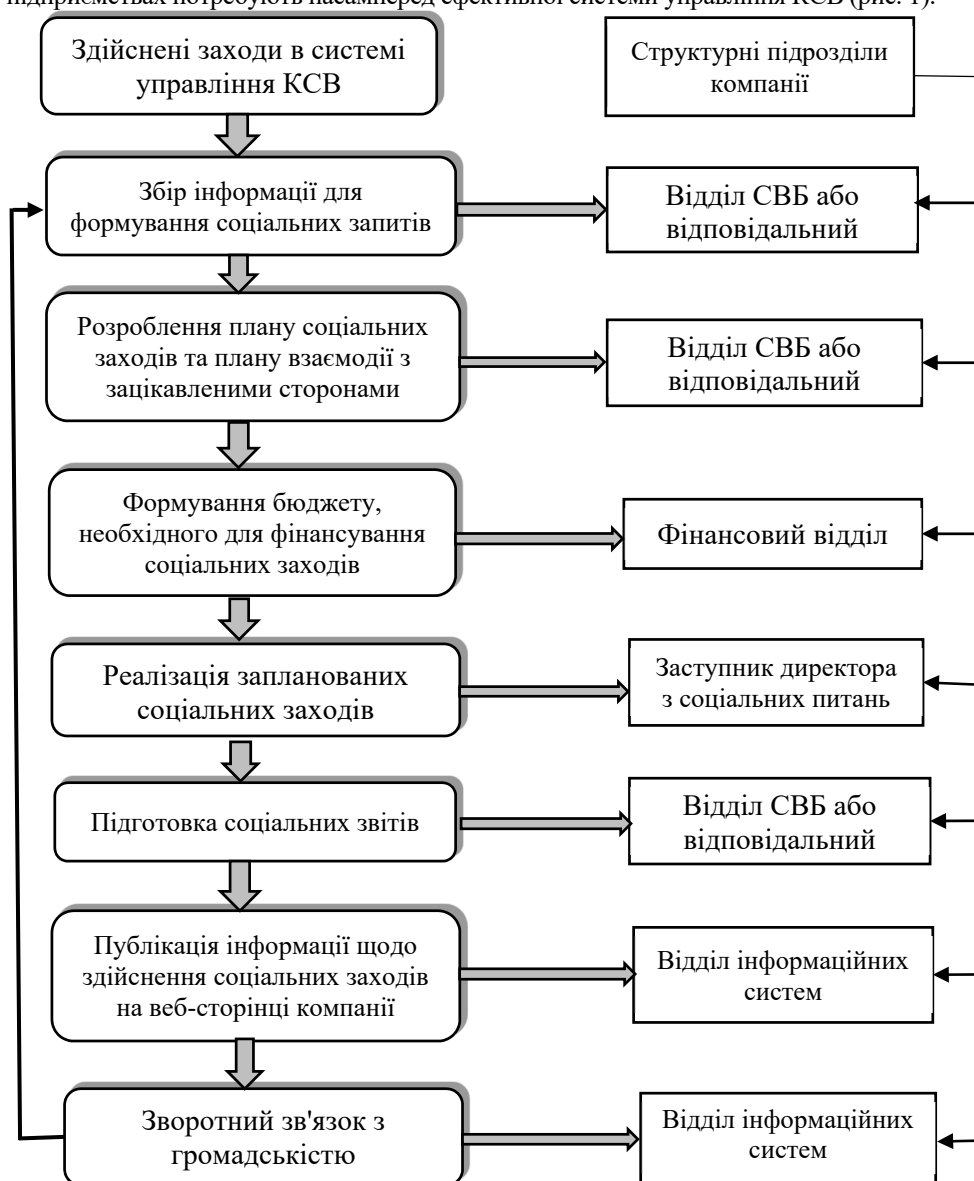


Рис. 1. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю

Джерело: розроблено авторами

Потрібно додати, що у цьому аспекті доцільним є також впровадження практики стандартизації соціальних звітів відповідно до європейських стандартів. Така необхідність зумовлена представленням на офіційних веб-сторінках вітчизняних

компаній з метою створення можливостей для порівняння їхньої соціальної діяльності.

Враховуючи те, що в національній економіці домінуючі позиції займають галузі важкої промисловості (наприклад, металургія, машинобудування тощо), тому розвиток соціально-відповідального бізнесу дуже залежить від політики компаній у цьому секторі.

Більшість підприємств, що орієнтуються на корпоративну соціальну відповідальність – це філії міжнародних компаній в Україні та найбільші підприємства. Сьогодні основним завданням вітчизняних машинобудівельних підприємств є послідовне впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу. Таке завдання обумовлене їхньою відповідальністю за стан і розвиток машинобудування, як одного з найважливіших елементів інфраструктури суспільства, та проведення реформування галузі на принципах соціальної відповідальності.

Для металургійних і машинобудівних підприємств найголовнішим напрямом соціальної відповідальності завжди залишаються практики в сфері належної охорони праці, а також соціальні заходи в сфері охорони навколишнього середовища. Яскравим прикладом такого прояву соціальної відповідальності є ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», яке на сьогодні є одним із найбільших підприємств Європи. Особливої уваги на підприємстві за останні роки заслуговують соціальні заходи для працівників. Саме тому кожного року між профкомом та правлінням ПрАТ «НКМЗ» укладаються колективні договори, які гарантують комплекс соціальних заходів для працівників підприємства (рис. 2).

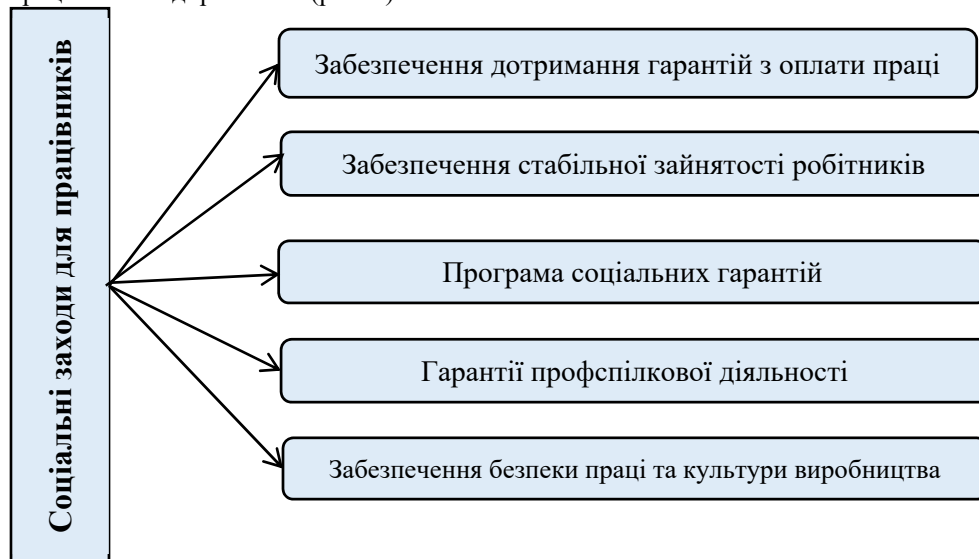


Рис. 2. Соціальні заходи для працівників ПрАТ «НКМЗ»

Джерело: побудовано авторами за даними колективного договору ПрАТ «НКМЗ»

На підприємстві також поширена практика використання системи надбавок та доплат до заробітної плати, зокрема, за професійну майстерність, високі досягнення у праці, знання та застосування іноземної мови, наукову ступінь доктора або кандидата наук, суміщення професій, роботу у вечірню та нічну зміни, роботу в шкідливих та

важких умовах праці, наставництво молодих спеціалістів. Разом з тим, у колективному договорі передбачаються програми соціальних гарантій. До них належать: виділення путівок в санаторії, пансіонати, які отримують за рахунок коштів профспілки; надання місць в гуртожитках для робітників, які не мають постійного місця проживання у місті, в якому знаходиться підприємство.

На офіційній веб-сторінці ПрАТ «НКМЗ» представлено чимало інформації про технічні заходи, які здійснює завод з метою поліпшення стану навколишнього середовища, а також обсяги коштів, що інвестуються в екологічні проекти. Так, з метою покращення екологічної ситуації, зменшення викидів у атмосферу, запобігання забруднення ґрунту у 2019 році відповідно до колективного договору на підприємстві було виділено 4108 тис. грн на виконання природоохоронної діяльності за такими напрямками [8]:

- на заміну рукавних фільтрів на газоочистці ДСП-50 для зниження викидів в атмосферу – 924 тис. грн;
- для покращення енерготехнологічних характеристик печі та зниження викидів забруднюючих речовин в атмосферу шляхом заміни футеровки стелі нагрівальної печі №20 – 1780 тис. грн;
- для підвищення ефективності очистки стічних вод з метою автоматизації системи управління насосами насосних станцій ГПС – 675 тис. грн;
- на ремонт ливневої каналізації в виробничих цехах – 343 тис. грн;
- для запобігання накопичення та забруднення небезпечними відходами території промислового майданчика (планується організувати їх утилізацію підприємствами, які мають ліцензію на роботу з небезпечними відходами) – 269,4 тис. грн.

Щодо соціальних заходів, які стосуються споживачів та бізнес-партнерів, то вони здійснюються за такими напрямками:

- гарантія якості продукції, що підтверджується відповідними сертифікатами та нагородами;
- забезпечення інформаційної прозорості бізнесу, при наданні повної інформації про свою діяльність на офіційному сайті та в засобах масової інформації;
- надання сервісного обслуговування обладнання для споживачів протягом певного терміну;
- використання рекламних проспектів для інформування своїх споживачів, які своєчасно оновлюються;
- виконання індивідуальних замовлень споживачів, що дозволяє в повному обсязі враховувати їхні побажання [7].

Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство є соціально відповідальною компанією. Разом з тим, необхідним є формування стратегічних напрямків підприємства (наприклад, публікація звітності за стандартами ЄС), що забезпечить вдосконалену і систематизовану форму ведення соціальної відповідальності та сталий розвиток підприємства.

Однією з головних умов втілення і розвитку СВБ в Україні є втручання держави в цей процес. Прийняття відповідних правових норм, які б на законодавчому рівні закріпили необхідність соціальної відповідальності бізнесу, повинне супроводжуватися використанням активних фіскальних інструментів, зокрема, зниженням податків або податкових ставок для компаній з соціальною відповідальністю. Держава повинна регулювати процеси просування СВБ в практику українського бізнесу.

Використання світового досвіду корпоративної соціальної відповідальності в Україні відіграє надзвичайно важливу роль для підвищення ефективності національної

економіки. Яскравим прикладом є українська філія люксембурзького виробника сталі ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», КСВ якої заснована на таких чотирьох пріоритетах, як: 1) інвестиції в людей; 2) виробництво безпечної екологічної сталі; 3) розвиток місцевих громад; 4) прозоре управління [9].

ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» здійснює свою політику за 14 різними напрямками, що стосуються охорони праці, екологічної, енергетичної та транспортної політики, управління ризиками, кодексу ділової поведінки тощо. Компанія публікує свої дослідження сталого розвитку кожного кварталу. Крім того, ПАТ «ArcelorMittal» – єдина компанія в Україні, яку включено до звіту RMF (Міжнародний фонд «За відповідальне ведення гірського видобутку»).

Результати прояву соціально відповідальної поведінки ПАТ «ArcelorMittal» характеризуються наявністю у компанії корпоративної системи виявлення та оцінки ризиків у сфері прав людини, праці й екології, пов'язаних з його постачальниками та підрядниками, а також прозорості інформації про платежі, які компанія сплачує урядом на регіональному та національному рівнях. Компанія активно впроваджує різні соціальні проекти у м. Кривий Ріг. Так, на капітальне відновлення стадіону «Металург» у 2019-2020 роках компанією було інвестовано 50 млн грн. Серед інших досягнень ПАТ «ArcelorMittal» належить систематичне навчання у сфері інженерно-технічних дисциплін у країнах, де функціонує компанія, а також приділення особливої уваги навчанню місцевих працівників технічним і управлінським навичкам.

Внаслідок впровадження принципів КСВ підприємство також підвищує ефективність управління завдяки запобіганню соціальних, економічних, екологічних та юридичних ризиків. Такими ризиками можуть бути конфлікти між акціонерами та менеджерами компанії або місцевою владою, збільшення податкового навантаження, проблеми з інвесторами, конфлікти між власниками і працівниками. Особливо великі передумови таких конфліктів наявні в Україні, де частки витрат на оплату праці у ВВП та в собівартості продукції становлять відповідно 27 і 18 %, тоді як у європейських країнах вони становлять в середньому 50–65 % та 30–35 % [6].

В цьому аспекті стимулами впровадження КСВ для українських компаній має стати пільгове оподаткування та зменшення адміністративного тиску. Крім того, на державному рівні доцільно розробити нормативно-правову базу, яка б сприяла цій діяльності, підвищувати обізнаність щодо відповідальної бізнес-поведінки (реалізація просвітницьких програм, проведення навчальних курсів). Цьому сприятиме прийняття Національної стратегії з корпоративної соціальної відповідальності, яка повинна містити орієнтири та перспективи підтримки й визнання державою.

Необхідним є також розроблення єдиного підходу (освітніх стандартів) у викладанні окремих проблем в межах організаційно-управлінських дисциплін. Основними перешкодами в розвитку соціально відповідальної поведінки бізнесу є відсутність ефективної підтримки держави та системи заохочення до такої поведінки, фінансових можливостей для соціальних вкладень, а також відповідної законодавчої бази з питань соціальної відповідальності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, соціально відповідальний бізнес виступає однією із важливих складових ринкової економіки. Ця категорія характеризується перевагами, які допомагають покращити багато сфер суспільного життя, а також здійснюють вплив на бізнес-середовище у державі. Сьогодні багато компаній через прагнення вдосконалити свій бізнес забезпечують умови для розвитку суспільства, вдосконалюють середовище функціонування бізнесу, створюють сприятливі умови для співробітників та вживають заходи для захисту

навколишнього середовища. Разом з тим, така діяльність набуває системного характеру, розглядається як вектор стратегічного розвитку бізнесу, який не лише забезпечує конкурентні переваги для підприємства, але й впливає на вирішення соціальних проблем у суспільстві в цілому.

Список використаних джерел

1. Барзилович О. М. Теоретичні аспекти соціальної відповідальності у видавничому бізнесі. Наукові записки Української академії друкарства. 2015. №4. С. 67–72.
2. Баркова І. Ф. Кінева Т. С. Соціальна відповідальність бізнесу. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. 2016. Вип. 249. С. 28–37.
3. Деліні М. М. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 5–6 грудня 2013 р. Донецьк : ДонДУУ, 2013. С. 63–64.
4. Коваль Л. П., Мельник В. В. Соціальна відповідальність бізнесу в контексті кризових явищ у виробничій сфері. *Економіка і суспільство*. 2018. №19. С. 417–421.
5. Колосок А. М., Герус О. А. Еволюція підходів до визначення сутності поняття «соціальна відповідальність бізнесу». *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2016. Т. 21, Вип. 9. С. 112–115.
6. Косар Н. М., Пилипенко В. М., Кузьо Н. Є. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2014. № 811. С. 176–183.
7. Новокраматорский машиностроительный завод в 2019 году. *Вестник НКМЗ*. 2020. № 4. 31 января 2020 года. С. 1.
8. Офіційний веб-сайт ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод». URL: <http://nkmz.com/>
9. Офіційний веб-сайт ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php>
10. Резнік Н.П. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті стратегічного розвитку економіки агропродовольчої сфери. *Економічний форум*. 2014. №3. С. 31–37.
11. Смачило В.В., Халіна В.Ю. Теоретичні аспекти сестейного розвитку: екологічна та соціальна відповідальність бізнесу. *Економічний форум*. 2016. №2. С. 77–81.

References

1. Barzylovych O. M. (2015) Teoretychni aspekty social'noji vidpovidal'nosti u vydavnychomu biznesi. [Theoretical aspects of social responsibility in the publishing business]. *Naukovi zapysky Ukrain's'koji akademiji drukarstva*, 4, 67–72 [in Ukrainian].
2. Barkova I. F. Kinjeva T. S. (2016) Social'na vidpovidal'nist' biznesu [Corporate social responsibility]. *Naukovyj visnyk Nacional'nogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannja Ukrainy. Serija: Ekonomika, agrarnyj menedzhment, biznes*, 249, 28–37 [in Ukrainian].
3. Djelini M. M. (2013) Problemy realizaciji korporatyvnoji social'noji vidpovidal'nosti na pidpryjemstvah Ukrainy [Problems of realization of corporate social responsibility at the enterprises of Ukraine]. *Polityka korporatyvnoji social'noji vidpovidal'nosti v konteksti stalogo social'no-ekonomichnogo rozvytku: materialy I Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 63–64 [in Ukrainian].
4. Koval' L. P., Mel'nyk V. V. (2018) Social'na vidpovidal'nist' biznesu v konteksti kryzovyh javysch u vyrobnychij sferi [Corporate social responsibility in the context of

- crisis phenomena in the production sphere]. *Ekonomika i suspil'stvo*, 19, 417–421 [in Ukrainian].
5. Kolosok A. M., Gerus O. A. (2016) Evolucija pidhodiv do vyznachennja sutnosti ponjattja «social'na vidpovidal'nist' biznesu» [Evolution of approaches to defining the essence of the concept of «social responsibility of business»]. *Visnyk Odes'kogo nacional'nogo universytetu. Serija : Ekonomika*, 9, 112–115 [in Ukrainian].
 6. Kosar N. M., Pylypenko V. M., Kuz'o N. Je. (2014) Korporatyvna social'na vidpovidal'nist' biznesu v Ukrayini [Corporate social responsibility of business in Ukraine]. *Visnyk Nacional'nogo universytetu «Lviv'ska politehnika». Logistyka*, 811, 176–183 [in Ukrainian].
 7. Novokramatorskyj mashynostroytel'nyj zavod v 2019 godu (2020) [Novokramatorsk Machine-Building Plant in 2019]. *Vestnyk NKMZ*, 4, 1 [in Russian].
 8. Oficijnyj veb-sajt PrAT «Novokramators'kyj mashynobudivnyj zavod» [Official website of PJSC «Novokramatorsk Machine-Building Plant»]. Available at: <http://nkmz.com/>
 9. Oficijnyj veb-sajt PAT «ArcelorMittal Kryvyj Rig» [Official website of PJSC «ArcelorMittal Kryvyi Rih»]. Available at: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php>
 10. Reznik N. P. (2014) Social'na vidpovidal'nist' biznesu u konteksti strategichnogo rozvytku ekonomiky agroprodovol'choji sfery [Corporate social responsibility in the context of strategic development of the agri-food economy]. *Ekonomichnyj forum*, 3, 31–37 [in Ukrainian].
 11. Smachylo V. V., Halina V. Ju. (2016) Teoretychni aspekty sestejnogo rozvytku: ekologichna ta social'na vidpovidal'nist' biznesu [Theoretical aspects of sestein development: environmental and social responsibility of business]. *Ekonomichnyj forum*, 2, 77–81 [in Ukrainian].

IMPLEMENTATION THE PRACTICE OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE

Svitlana Urba, Bohdana Kudria

*Ivan Franko National University of Lviv,
79008 Lviv, Prospekt Svobody, 18*

e-mail: svitlana.urba@lnu.edu.ua, relhz998@gmail.com

Annotation. The article is devoted to the study of the problems of implementing the practice of socially responsible business in Ukraine. It is considered scientific approaches to the interpretation of the concept of «social responsibility of business» (CSR) and formulated the author's interpretation of its essence. The main reasons which limit the introduction of the practice of socially responsible business at enterprises are determined. The key reasons are identified as the unwillingness of most companies to invest in social programs that do not have a direct financial result, low level of involvement of business managers in solving social problems, lack of accountability for corporate social responsibility and relationships mechanisms between CSR and public. The focus is on the relationship between CSR and enterprise competitiveness. A system of corporate social responsibility management is developed, which covers specific measures, as well as the relevant structural units of the enterprise to which they should be assigned. It is argued the necessity of introduction of practice of standardization of social reports according to the European standards in order to compare the social activity of domestic companies with foreign ones. There are also substantiated the features of the implementation of CSR principles at domestic machine-

building enterprises. The main social programs and guarantees that apply to employees are covered. Considerable attention is paid to social and technical measures aimed at protecting the natural environment. It is considered problematic aspects which constrain the parameters of development and implementation of corporate social responsibility. The measures are proposed that should provide an incentive for corporate social responsibility, in particular, the provision of preferential taxation and reduction of administrative pressure, the creation of favorable financial opportunities for social investment, as well as the relevant legal framework for social responsibility. It is argued that the comprehensive implementation of the proposed measures create favorable conditions for the introduction of the practice of social responsibility as one of the effective areas of business development in Ukraine.

Keywords: social responsibility of business, corporate social responsibility, business, social measures, social guarantees.

Стаття надійшла до редколегії 02.10.2020

Прийнята до друку 29.12.2020