

*Лесі України*. 2017. № 4. С. 13-19. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu\\_2017\\_4\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2017_4_4)

2. Супрун О. М. Інституційні фактори та механізми регулювання аграрного виробництва й ринку. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2011. № 4. С. 131-135.

3. Щербина С. В. Інституціональні засади державного управління аграрним сектором України в контексті євроінтеграції. *Державне управління: теорія та практика*. 2014. № 2. С. 20-26. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Dutp\\_2014\\_2\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Dutp_2014_2_5.pdf)

**Литвишко Л.**, к.е.н, доц.

Національний транспортний університет,  
м.Київ, Україна

**Компанець К.**, к.е.н, доц.

Київський національний торговельно – економічний університет  
м.Київ, Україна

**Артемчук В.**, старший викладач

Національний транспортний університет,  
м.Київ, Україна

## **КОРПОРАТИВНО - СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

В умовах зростання конкуренції на українському ринку, розвитку українського бізнесу та подальшої інтеграції до світової економічної системи, перед вітчизняними підприємствами постає вирішення нових завдань, які пов'язані з активізацією процесів у сфері соціальної та корпоративної відповідальності в Україні.

Соціальна відповідальність бізнесу передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [1].

Соціальна відповідальність бізнесу:

- сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування зацікавлених сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [1; 2].

Бізнес не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є частиною соціуму. Від діяльності підприємств багато в чому залежить стан природного середовища, якість споживчих товарів тощо. Соціальна спрямованість бізнесу буде більше фективною та мати системний характер, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємством.

«Бізнес не буде процвітати, доки не процвітатимуть люди та планета, тому важливим є забезпечення того, щоб світ йшов до досягнення основних цілей сталого розвитку (ЦСР)» [2].

Так, у 2015 році на 70-й сесії Генеральної Асамблеї ООН, 193 країнами - членами ООН, у тому числі Україною було схвалено «План дій для людей, планети та процвітання» до 2030 року, що включає 17 Цілей сталого розвитку, до

яких входять 169 завдань.

Зокрема, серед пунктів зобов'язання бізнесу протидіяти корупції, підтримувати і поважати захист прав людини, сприяти розвитку і розповсюдженню екологічно безпечних технологій, виступати проти всіх форм примусової праці, дитячої праці, не допускати расової дискримінації серед співробітників.

Цілі сталого розвитку є універсальними, виходять за межі і застосовуються на робочому місці, на ринку і в суспільстві. ЦСР тісно взаємопов'язані - прогрес в досягненні однієї мети може мати значний вплив на прогрес в досягненні інших цілей. Бізнес не може процвітати в світі бідності, нерівності, хвилювань і екологічного стресу, і тому він життєво зацікавлений в забезпеченні виконання Порядку денного на період до 2030 року.

Глобальний договір ООН поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки [3].

Висловлювання Пан Кі-Муні (Генеральний секретар ООН з 2007 по 2016 рр.), що: «Бізнес – це життєво важливий партнер для досягнення Цілей сталого розвитку. Компанії можуть долучатись за допомогою своїх основних видів діяльності, і ми звертаємось до компаній з усього світу з проханням оцінити їх вплив, поставити перед собою амбітні цілі та повідомляти про результати відкрито та прозоро», чітко дають усвідомлення, що в суспільстві змінюються орієнтири діяльності бізнесу.

Отже, реалізація соціально відповідальних стратегій бізнесу має орієнтуватися не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам діяльності, а й на досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів (стратегія потрійного впливу), що може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності окремих компаній і національної економіки загалом.

Важливим в діяльності бізнес - структур є орієнтація на дотримання корпоративної соціальної відповідальності.

Так, за визначенням Європейської Комісії, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі». Надзвичайно важливе значення у сфері соціальної відповідальності бізнесу має концепція «потрійного критерію», що містить у собі розширення меж звітності організацій та додання соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності [4; 5].

Тому, бізнес спільноті необхідно застосовувати свій творчий та інноваційний потенціал для вирішення викликів сталого розвитку. ЦСР пропонують можливості для бізнес-рішень та технологій, які можна напрацювати та згодом впровадити з метою подолання найбільших світових викликів сталого розвитку. Вони дозволяють провідним компаніям продемонструвати, як їх бізнес

сприяє сталому розвитку, як шляхом мінімізації негативних впливів, так і максимізації позитивних впливів на людей та планету зокрема.

Цілі сталого розвитку охоплюють широкий спектр тем сталого розвитку важливих для компаній, таких як охорона здоров'я, освіта, зміна клімату та занепад довкілля, і в такий спосіб ці цілі здатні поєднати бізнес-стратегії з глобальними пріоритетами.

Компанії можуть використовувати ці цілі сталого розвитку як всеохоплюючу основу для формування, посилення, інформування та звітування про свої стратегії, цілі та діяльність, що в свою чергу дозволить отримати переваги, такі як [1; 5]:

- визначення майбутніх бізнес можливостей;
- посилення цінності корпоративного ефективного використання ресурсів;
- посилення відносин між учасниками глобальних процесів та актуалізація, відповідно до темпу розвитку напрямків політики;
- суспільна та ринкова стабілізація;
- використання спільної мови та спільної мети.

Тому, для підкреслення важливості корпоративно-соціальної відповідальності компаній та просування найкращих практик вітчизняних підприємств із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, необхідна підтримка на рівні держави. Такі заходи сприятимуть посиленню довгостроковій конкурентоспроможності та репутації через практики відповідального ставлення до споживачів, співробітників та інших зацікавлених сторін.

#### ***Використана література:***

1. Електронний ресурс.– Режим доступу:[www.sdgcompass.org](http://www.sdgcompass.org)
2. Blueprint for business leadership on the SDGs. A principal-based approach – United Nations Global Compact. –<https://www.unglobalcompact.org/library/5461>
3. Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015 – A/RES/70/1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. – [http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A\\_RES\\_70\\_1\\_E.pdf](http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf)
4. Зелена книга Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art\\_id=1552](http://www.rspenergy.ru/main/static.asp?art_id=1552)
5. Електронний ресурс. – Режим доступу:<https://studfile.net/preview/5483650/page:2/>

**Лихолат С.,** к.е.н., доц.  
НУ «Львівська політехніка»,  
м. Львів, Україна

### **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ЙОГО КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА**

Для підприємств малого бізнесу соціальна відповідальність являє собою складну сферу, яка, водночас, є бізнес-стратегією що враховує інтереси як підприємства, так і працівників. Якщо на підприємствах середнього та великого бізнесу соціальна відповідальність до певної міри є сформованою, то в малому бізнесі це сфера є такою, яка потребує особливої уваги, в т.ч. з боку держави.