

**Супрун Н.А.**, д.е.н., професор,  
головний науковий співробітник відділу економічної історії  
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

## **РОЗВИТОК І РЕАЛІЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК МЕХАНІЗМ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розпочинаючи з 2006 р. у підприємницькому секторі України набули значного поширення програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив (як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі), результати яких сприяють зменшенню негативних наслідків діяльності компаній, сприяючи підвищенню їхньої конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі та забезпечуючи соціальну згуртованість і досягнення цілей сталого, інтелектуального та інклюзивного розвитку. КСВ у стратегіях розвитку українських компаній реалізується через конкретну практику ведення бізнесу, яка скерована на досягнення не лише економічного, а й екологічного та соціального результатів у діяльності, що є основою формування відповідних типів капіталу організації (т.зв. стратегія потрібного результату). Соціально відповідальна стратегія компанії повинна бути орієнтована на виконання таких завдань:

- екологізація економічного відтворення як самої компанії так і навколишнього середовища, в якому компанія здійснює свою діяльність;
- співвіднесення економічних цілей розвитку компанії з соціально-економічними запитами та очікуваннями різних груп заінтересованих осіб (стейкхолдерів), що має на меті мінімізацію ризиків у діяльності компанії.

Розвиток програм соціальної відповідальності в підприємницькому секторі України попри певні позитивні тенденції характеризуються

спорадичністю та безсистемністю, нераціональним та недоцільним з точки зору логіки бізнесу та суспільного запиту вибором напрямів соціального інвестування, відсутністю ефективних механізмів контролю та управління даними фінансовими потоками. Корпоративна соціальна відповідальність не стала інтегрованою частиною стратегічного менеджменту більшості українських компаній: лише незначна кількість підприємств (переважно приватних компаній із іноземним капіталом) має власну стратегію та спеціалізовані функціональні підрозділи із КСВ. Близько 15% компаній має спеціальний бюджет соціальних інвестицій, менше 5% – готує соціальний (нефінансовий) звіт. При цьому жодна із державних компаній та компаній із переважачою державною часткою власності не має власної стратегії КСВ.

Можливості використання потенціалу корпоративної соціальної відповідальності як механізму посилення інноваційності та конкурентоспроможності підприємництва та його відповідальної інтеграції у міжнародні ланцюги доданої вартості актуалізують необхідність запровадження заходів державного стимулювання розвитку КСВ, а саме:

А) Створення інституційно-правових передумов розвитку КСВ, зокрема розроблення та затвердження:

– Національної політики розвитку КСВ, що створить рамкові умови для поширення практик соціальної відповідальності підприємницьких структур, скерованих на досягнення таких цілей як: підвищення якості продукції; зростання інноваційності та конкурентоспроможності національного бізнесу; збільшення рівня енерго- та ресурсозбереження; удосконалення соціально-трудова практик; розширення суспільної взаємодії та подолання соціального відчуження;

– системи законодавчих норм, що створювала б правове підґрунтя стимулювання розвитку практик соціальної відповідальності бізнесу;

– спрощеного порядку заснування та припинення підприємницької діяльності соціальних підприємств.

Б) Створення організаційно-економічних механізмів та стимулів для розвитку КСВ, що передбачає:

– розроблення та впровадження державної програми пільгового оподаткування, кредитування та мікрофінансування соціальних підприємств та компаній, що впроваджують у своїй діяльності ресурсо- та енергоощадні технології, зменшують негативне навантаження на довкілля, вирішують соціальні проблеми громади;

– запровадження порядку надання соціально відповідальним компаніям регіональних преференцій у вигляді пільгового землевідведення, дозволів на будівництво, тощо;

– розвиток тематичних партнерств (міжсекторних коаліцій) між владою, бізнесом та громадянським суспільством;

– удосконалення процедур державних тендерних закупівель, дозвільних процедур та механізмів податкового стимулювання з урахуванням стимулів до поширення КСВ; включення у процедуру тендерних закупівель критерію «Сталі державні закупівлі» та індикаторів КСВ, що передбачає вимогу дотримання постачальниками принципів КСВ у процесі надання послуг та виготовлення продуктів;

– запровадження екологічного та соціального маркування з метою посилення безпечності виробництва, зменшення рівня дискримінації та негативного впливу діяльності компаній на навколишнє середовище;

– запровадження принципів КСВ у роботу державних підприємств.

В) Інформаційна підтримка розвитку, підвищення рівня обізнаності суспільства та популяризація принципів корпоративної соціальної відповідальності, що має здійснюватись через:

– підготовку та оприлюднення щорічної національної доповіді про стан КСВ в Україні;

– популяризацію особливого виду звітності підприємств – звітів зі сталого розвитку (соціальної звітності), створення громадської платформи

суспільного завірення соціальних звітів та забезпечення державної підтримки проведення публічних заходів з питань упровадження та результативності КСВ;

- створення єдиного ресурсно-інформаційного центру для популяризації КСВ, надання консалтингової та юридичної підтримки компаніям, оприлюднення інформації стосовно компаній-порушників прав споживачів, принципів гідної праці та екологічних норм;

- залучення засобів масової інформації, інститутів громадянського суспільства та академічних кіл до популяризації та розвитку КСВ [2, с. 128–129].

Забезпечення гармонізації національних законодавчих норм у сфері підприємництва із стандартами та практиками ЄС визначає необхідність реалізації таких напрямів державного регулювання:

- створення сприятливих умов для розвитку різних підприємницьких форм, рівних можливостей участі у підприємницькому процесі для всіх суспільних груп та заохочення підприємницької активності за рахунок пільгового оподаткування, спрощення реєстраційних, ліцензійних, сертифікаційних, митних та інших процедур обліку діяльності підприємств, дебіюрократизації даного процесу, а також здешевлення інституційного оформлення та забезпечення діяльності підприємств через зменшення витрат на: реєстрацію підприємства (юридичної особи); отримання ліцензії; відкриття рахунку в банку; отримання юридичної адреси; сплату податків; дотримання норм господарського законодавства;

- створення умов для детінізації та зменшення частки неформальної економіки та нелегальної зайнятості;

- розроблення комплексної державної стратегії інноваційного розвитку підприємницького сектору, що передбачає створення сприятливого інституційного середовища для успішного проведення інноваційної діяльності через механізми пільгового оподаткування, державної підтримки розвитку

підприємницьких екосистем та венчурного фінансування, поглиблення співробітництва бізнесу, університетів та науково-дослідних інституцій;

– сприяння розвитку соціального підприємництва, що уможливило зменшення рівня соціальної ізоляції, забезпечує можливості для інклюзивного розвитку ринків праці та збільшення привабливості робочих місць для соціально відчужених осіб.

Цільовими орієнтирами гармонізації відповідних законодавчих норм України та ЄС у сфері підприємницької діяльності, є зокрема такі: забезпечення продуктивної зайнятості, дотримання недискримінуючих соціальних гарантій та рівних можливостей у сфері підприємництва та зайнятості; забезпечення гідних умов та гідної оплати праці; сприяння розвитку єдиного глибоко спеціалізованого конкурентного ринку, достатня і різноманітна пропозиція на якому уможливило необмежений урядовими та ринковими бар'єрами споживацький вибір оптимального за якістю та ціною набору товарів та послуг; популяризація відповідальних підприємницьких практик, в т.ч – соціально-відповідального маркетингу та реклами, які ґрунтуються на принципах пріоритетності прав споживачів та балансу інтересів сторін на ринку; розвиток підприємницьких екосистем та таких інноваційних форм як шерінгове та віртуальне, що сприяє поглибленню конкуренції на ринку та диверсифікації можливостей задоволення потреб споживачів.

#### **Література:**

1. Нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) 2011–2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.csr-ukraine.org/strategiya\\_evropeyskoi\\_komisii\\_.html](http://www.csr-ukraine.org/strategiya_evropeyskoi_komisii_.html)
2. Супрун Н.А. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті вимог євроінтеграційного процесу. Економіка та прогнозування. – № 4. – К., 2016. – С. 118–131.