

*І. В. Шеремет, здобувач СВО «Магістр»
Полтавський державний аграрний університет*

*Науковий керівник: Т. О. Сазонова, к.е.н., доцент
Полтавський державний аграрний університет*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Розвиток українського бізнесу в сучасних умовах бізнес-середовища, інтеграція до світової економічної системи, проблеми та загрози зовнішнього характеру (пандемія, війна) ставить перед вітчизняними підприємствами нові завдання, що пов'язані з активізацією процесів у сфері їх соціальної відповідальності. Бізнес навіть в сучасних складних умовах функціонування не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є його частиною. Від діяльності підприємств, особливо аграрної сфери, багато в чому залежить стан природного середовища, якість споживчих товарів та послуг, що впливають на якість життя суспільства, життєвий рівень працівників тощо. Соціальна спрямованість діяльності підприємства буде ефективною та результативною, матиме системний характер, на наш погляд, лише за умови включення соціальної відповідальності бізнесу у стратегію управління підприємством.

Існуючі моделі соціальної відповідальності мають багаторівневу структуру. Дослідники виділяють три рівні для визначення соціальної відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1

**Рівні соціальної відповідальності організації
[сформовано на основі 1, с. 26; 2, с. 201]**

Рівень	Характеристика
Перший (базовий) рівень	бізнес платить податки у повному обсязі, веде власну діяльність легально, отже, кошти надходять до державного бюджету, звідки розподіляються на соціальні програми.

Другий (корпоративний) рівень	соціально відповідальний бізнес має платити власним працівникам економічно обґрунтовану заробітну плату.
Третій (вищий) рівень	соціально відповідальний бізнес займається філантропією, благодійністю – тим самим демонструє не лише власну успішність, але й прозорість та взаємодію із соціумом

Соціальна відповідальність українських підприємств вперш чергу полягає в максимально повній сплаті податків, дотримання законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, а також – у створенні робочих місць. В основному ці заходи спрямовані на макросередовище підприємства. Серед ініціатив, які спрямовані на мікросередовище, можна виділити наступні: підвищення продуктивності, конкурентоспроможності, оптимізація коротко- та довгострокових витрат, реалізація стратегії розвитку, покращення внутрішнього іміджу, нарощування виробництва. Щодо малих підприємств, то соціальна відповідальність носить, здебільшого, неформальний характер. Це явище пов'язано, зокрема, з відсутністю управлінських навиків з питань КСВ у менеджерів малих та середніх підприємств.

Разом з тим соціальна відповідальність підприємств в умовах війни не тільки не припинилася, а навіть посилилася. Вона проявлялася наступним чином [сформовано на основі 3]:

1) надання гуманітарної допомоги (продукти харчування, одяг, тощо) власним працівникам, переселенцям, жителям регіону, що опинилися в складних життєвих обставинах;

2) створення органів / комітетів допомоги біженцям (фінансової, інформаційної, надання та пошук житла тощо);

3) закупівля та передача палива, генераторів тощо для пожежних частин, муніципальних об'єктів, волонтерам, військовим;

4) формування продуктових наборів та спрямування в регіони з напруженою гуманітарною ситуацією;

5) перерахунок коштів уряду для забезпечення гуманітарних потреб переміщених осіб;

6) пошук, купівля ліків, засобів медичного призначення та їх безоплатна доставка (населенню, лікарям, військовим, переміщеним особам);

7) безкоштовне водо- та електропостачання лікарень;

8) забезпечення евакуації цивільного населення по території України, в т.ч. власних працівників та членів їх сімей;

9) облаштування сховищ, укриттів, як для персоналу, так і цивільного населення;

10) забезпечення сховищ, укриттів запасом їжі, води, медикаментів, генераторами тощо.

Отже, гуманітарна діяльність, яка і є проявом соціальної відповідальності, українських підприємств є прикладом для всього бізнес-світу в реалізації гуманних цінностей та загалом цілей сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Комарова К.В., Ковальчук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. №5-6. С. 25-30.

2. Затеїщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 200-205.

3. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/> (дата звернення 16.10.22).