

**Л.І. Юрченко**, д-р філос. наук, проф. (*НУ ЦЗУ, Харків*)  
**А.С. Міносян**, канд. іст. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ**

За період ринкових перетворень економіки України велика кількість місто- та бюджетоутворюючих підприємств просто перестала фізично існувати або дійшла до стадії банкрутства. Мова йде насамперед про старопромислові регіони, де практично зупинилась промисловість радянських часів, яка була основним постачальником робочих місць, базою формування соціальної інфраструктури, вирішення житлових проблем тощо. Фактично тут відбулося різке скорочення можливостей для самореалізації населення, особливо молоді, що знайшло відображення в трудовій міграції та падінні рівня життя.

У цих умовах питання соціальної відповідальності бізнесу перед громадою є як ніколи актуальними. При цьому активна соціальна позиція підприємців має полягати в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Так, основним джерелом надходження коштів до місцевого бюджету є податки і збори. Частина інших надходжень, наприклад, від приватизації або оренди комунального майна, вкрай незначна. На сьогодні суб'єкти місцевого самоврядування в Україні дуже часто не мають у своїй комунальній власності високорентабельних комерційних підприємств. При цьому наявних бюджетних коштів катастрофічно не вистачає навіть для забезпечення поточної життєдіяльності населених пунктів, не говорячи вже про стабільний розвиток. Це означає, що певні прошарки населення перебувають поза межами справедливого розподілу і про реальне соціальне партнерство практично говорити не доводиться.

Навіть коли припустити, що на певному підприємстві конкретного населеного пункту проблеми соціального партнерства успішно розв'язуються, то подібна ситуація не означатиме автоматично добробуту всього населення цього населеного пункту. Проблему можна розв'язати, тільки піднявшись над масштабами конкретного підприємства, оцінюючи соціальне партнерство з позицій міста, села, селища, тобто суб'єктів місцевого самоврядування.

За таких умов в Україні саме органи місцевої влади мають відіграти ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем останньої на засадах добровільності та взаємовигоди.

Так, вигодами, які отримає національний бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності, є такі:

- забезпечення суспільної репутації організації;
- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу;
- можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці;
- відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;
- можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ.

У свою чергу, від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності суспільство отримує можливості:

- встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- підтримки громадських ініціатив, інноваційних проєктів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону.

У сучасній Україні соціальне підприємництво слід визначати більше як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект, або соціальний ефект від підприємницької діяльності, а потім фінансова ефективність.