

авторів; ред. О. О. Лаврентьєвої, О. П. Крупського, Є. В. Намлієва. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2014. – С. 258–282

5. Проект концептуальних засад реформування професійної освіти України «Сучасна професійна освіта» від 16.05.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/>

**К. соц. н. Бержанір А. Л.**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини (Україна)*

## **ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ПОКАЗНИК ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Функціонування і розвиток сучасної ринкової економіки потребує належного рівня інформаційного забезпечення. Великі обсяги інформації, якими оперує бізнес, стають необхідним чинником забезпечення його конкурентоспроможності. У таких умовах обмін інформацією є базисом основних економічних процесів від виробництва до споживання.

Особливої значущості проблема транспарентності набуває за умов ведення соціально відповідального бізнесу, який не стане реальністю без прозорості прийняття економічних рішень з урахуванням соціальних і екологічних наслідків для підприємців та суспільства. У науковій літературі вказується [1, с. 33], що розвиток інновацій вимагає удосконалення вертикалі управління у бік розширення дії принципів конкурентності, плюралізму, відкритості, діалогу, тобто тих основ, на яких ґрунтується діяльність громадянського суспільства. Здатність органів влади та бізнесу до консолідації заради впровадження та стимулювання інновацій – один з найважливіших критеріїв постіндустріальної цивілізації, найважливіший ресурс подолання технологічної відсталості.

Визначаючи сутність транспарентності бізнесу, Л. Т. Богуцька вказує [2, с.151], що це достовірне і неупереджене представлення інформації про діяльність суб'єкта господарювання щодо всіх активів та зобов'язань, а також наявність пояснення, що достатні для об'єктивного уявлення про фінансовий стан підприємства. На нашу думку, транспарентність соціально відповідального бізнесу – це добровільне оприлюднення результатів діяльності компаній з реалізації соціальних та екологічних заходів, спрямованих на задоволення інтересів і потреб стейкхолдерів.

Починає створюватись нова ринкова парадигма, відповідно до якої підприємці, традиційно зосереджені на зростанні прибутковості бізнесу, враховують у стратегіях ризику і можливості, пов'язані із якістю людського капіталу, корпоративного управління, впливом їх діяльності на суспільство і навколишнє середовище, тобто намагаються реалізовувати політику невіддільності сталого розвитку і економічного зростання та освіти, охорони здоров'я, поліпшення соціальної інфраструктури.

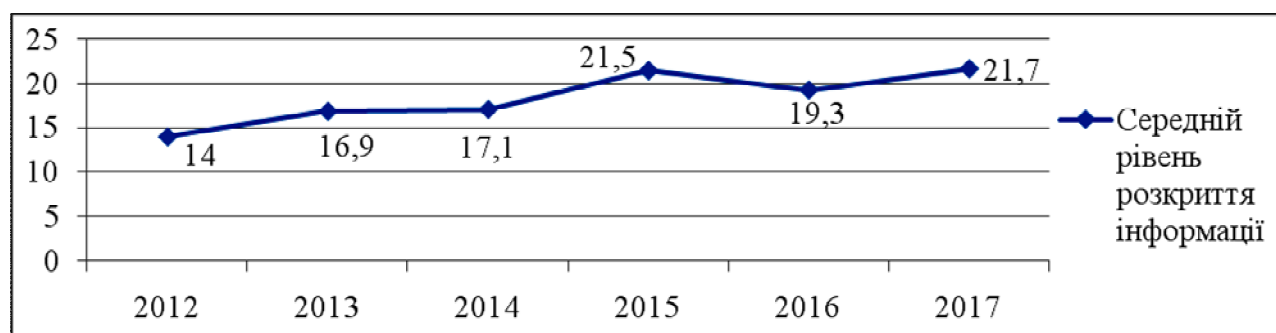
Створений в Україні Центр «Розвиток КСВ», починаючи з 2011 року за міжнародною методикою, розробленою Beyond Business (Ізраїль) і Центром, визначає Індекс прозорості найбільших українських компаній. За цією

методикою [3] оцінюється як політика, так і висвітлення результатів її впровадження за всіма аспектами соціальної відповідальності – управління, чесні операційні практики, права людини і трудові практики, захист довкілля, відповідальне споживання та відносини з громадою.

У 2017 році оцінювалися компанії, які увійшли до топ-100 найбільших платників податків в Україні у 2017 році за даними Державної фіскальної служби, та топ-10 найбільш прозорих компаній відповідно до минулорічного Індексу прозорості. Серед них: 20 компаній державної форми власності та 79 приватної, 22 міжнародні компанії (або їхні дочірні компанії) та 77 національних[3].

До десяти найкращих компаній увійшли ПАТ «Миронівський хлібопродукт», ДТЕК, ДП «НАЕК «Енергоатом», АрселорМіттал Кривий Ріг, ДП «НАЕК «Укренерго», ТОВ «Лайфселл», ПАТ «НАК Нафтогаз України», ТОВ «Нова пошта», СКМ, ПАТ «Карлсберг Україна». Серед ТОП-10 – 3 державні компанії: ПАТ «НАК Нафтогаз України», ДП «НАЕК «Укренерго» та ДП «НАЕК «Енергоатом»[3].

Здебільшого на корпоративних сайтах зустрічається інформація про практику трудових відносин, розвитку і підтримки громад та охорони довкілля. Найменше висвітлюються питання винагороди керівництву, програми впровадження КСВ в ланцюг постачання та політика відповідального маркетингу. Як і в попередні роки, здебільшого українські компанії не висвітлюють результатів своєї КСВ-діяльності. Вимірюють їх переважно тільки ті компанії, які готують звіти. Навіть вони не завжди надають цю інформацію у відповідних розділах сайту [3]. Рис. 1 ілюструє середній рівень розкриття інформації вітчизняними компаніями у 2012–2017 роках.



**Рис. 1. Середній рівень розкриття інформації підприємствами України у 2012–2017 рр., %**  
(джерело: складено автором за [3])

Отже, у нашій державі існує необхідність подальшого розвитку соціального відповідального бізнесу, а разом з ним і поглиблення транспарентності його нефінансової звітності. Це сприятиме прийняттю оптимальних управлінських рішень, забезпеченню співпраці та діалогу з усіма зацікавленими особами. Прозорість нефінансової звітності компаній створює надійну основу для реалізації корпоративної соціальної відповідальності бізнесу і, як наслідок, впливає на підвищення ефективності соціально-економічного розвитку держави.

**Список використаних джерел:**

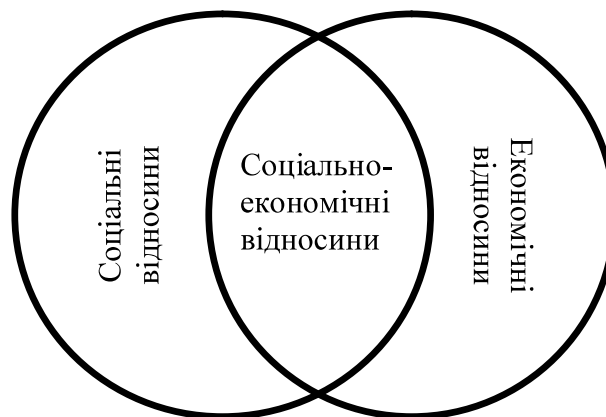
1. Бержанір А. Л. Світовий досвід забезпечення взаємодії влади та бізнесу в економічних системах // Вісник Донецького національного університету. 2015. Серія Економіка і право. – № 1. – С. 32–35.
2. Богуцька Л. Реалізація принципів прозорості суб'єктами господарювання // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2017. – № 4. – С. 149–158.
3. Індекс прозорості сайтів українських компаній-2017 / Зінченко А., Резнік Н., Саприкіна. – М., 2018. – 28 с. – URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library> (дата звернення: 12.03.2019).

**Богомол О. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН  
НА ПІДПРИЄМСТВІ НА ПРИНЦИПАХ СОЦІАЛЬНОЇ  
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Система соціально-економічних відносин на підприємстві умовно може бути поділена на дві складові: соціальну та економічну (рис. 1). Перша, передусім, стосується соціально-трудових відносин (тобто відносин між підприємством та найманими працівниками). Друга передбачає взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем на засадах господарського розрахунку.



**Рис. 1. Система соціально-економічних відносин на підприємстві**

Перетин цих двох складових свідчить про їх взаємопроникнення. Так, у відносинах підприємства з працівниками важливу роль відіграють економічні методи та економічні важелі управління, а у взаємовідносинах з контрагентами та, особливо, споживачами вагомим значення набуває питання соціальної справедливості при розподілі ресурсів між учасниками економічних процесів.

Для позиціонування соціальної активності багато підприємств прагнуть декларувати принципи соціально відповідальної поведінки в стратегіях розвитку. Першим кроком до практичної інтеграції є розробка елементів соціальної політики [1], тобто формалізація підходів, використовуваних на підприємстві при наданні гарантій своїм співробітникам, розвитку партнерських стосунків та практик етичного