

Шестопалова В.О.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане з корпоративною соціальною відповідальністю [КСВ]. «Я маю щиру надію, що українські компанії розглядатимуть соціальну відповідальність бізнесу як важливий фактор у процесі прийняття рішень» - Філіп Котлер.

До того ж, рівень розвитку соціально-відповідального бізнесу є одним з головних факторів добробуту суспільства. Ось чому, в сучасних умовах питання соціальної відповідальності бізнесу перед громадою є як ніколи актуальними.

Сьогодні в літературі, використовується велика кількість концепцій, які асоціюються із соціальною відповідальністю. Ці концепції «динамічні», і вони не стільки змінюють, скільки доповнюють і розвивають одна другу. Можна виокремити роботи найбільш відомих світових науковців, таких як: Д.Белла, Г.Боуена, Л.Ерхарда, А.Керолла, Т.Левітта, М.Мескона, А.Мюллера-Армака; російських: І.Авадаєву, Ю. Благова, С.Івченко, Л.Коновалову, С.Туркіна та українських: І.Акімову, Л.Грицину, О.Осінкіна, Ю.Саєнко, П.Яницького та інших.

Не дивлячись на значну активізацію інтересу до КСВ, вона ще потребує дослідження і насамперед з'ясування причин повільного просування у підприємницькій практиці. Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є в Україні ще достатньо новим поняттям, яке потребує додаткового визначення. Але, можна виділити такі основні напрями КСВ:

1. Удосконалення соціальної політики на виробництві.
2. Вирішення проблем охорони навколишнього середовища.
3. Захист та просування бренду компанії.
4. Удосконалення роботи з постачальниками, а також розробка етичних стандартів ведення бізнесу та розвитку лідерства.

Слід також зазначити, що в Україні майже третина підприємств взагалі не здійснюють заходи із соціальної відповідальності, називаючи однією з головних причин цього брак коштів. При цьому, за кордоном близько 10% коштів, які загалом інвестуються в корпоративний менеджмент,

спрямовуються за статтею «соціальна відповідальність». Проте і в Україні останнім часом спостерігається позитивна тенденція, щодо зростання ролі КСВ у практиці вітчизняних компаній. Серед великих компаній більше 80% розробляють подібні бюджети. Сьогодні діяльність вітчизняних підприємств у сфері КСВ майже не відрізняється від практики, яка використовується їхніми світовими партнерами та конкурентами, однак при цьому на реалізацію заходів із КСВ в Україні впливають дещо інші фактори, ніж в Європі та США. Але, на відміну від стану програм із КСВ за кордоном, в Україні є найменш поширеними соціально відповідальні заходи, які пов'язано з екологічними проблемами, та співпраця з громадою. Натомість дуже популярними є програми із захисту здоров'я і безпеки споживачів та трудові практики: заходи із розвитку власного персоналу, відмова від використання примусової та дитячої праці, відсутність дискримінації, впровадження програм поліпшення умов праці.