

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УРАЇНІ

Події які відбуваються в Україні останні роки – це фінансова та економічна кризи, спонукають сучасні підприємства шукати нові стратегії та підходи до ведення бізнесу, та популяризації підприємств.

Одним із таких підходів є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що безпосередньо узгоджується із концепцією сталого розвитку. Необхідність та доцільність впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) активно вивчається світовою науковою спільнотою ще з початку 1950-х років. Найбільш розповсюдженою дана концепція є в Сполучених Штатах Америки, країнах Європи та з недавнього часу – у деяких країнах Азії. У кожній з країн існують свої підходи до впровадження концепції КСВ, що обумовлені історичними та культурними традиціями, менталітетом громадян, станом навколишнього середовища та станом розвитку економіки.

В Україні не існує сталої моделі КСВ, кожне підприємство створює власну модель на базі існуючих світових моделей КСВ. Поширенню концепції КСВ, підвищенню рівня обізнаності як окремих груп підприємств, так і суспільства в цілому сприяє активна позиція некомерційних організацій (далі – НКО), що змушує керівництво суб'єктів господарювання дещо переосмислювати підходи до ведення бізнесу. КСВ базується на триєдиному підході, тобто передбачає системне поєднання трьох компонентів ведення бізнесу – економічного, екологічного та соціального. У цьому аспекті в сучасному бізнес-середовищі вимоги до ведення бізнесу на засадах КСВ висувуються не тільки до компаній, які здійснюють негативний вплив на навколишнє середовище, а й до тих, які такого впливу не здійснюють. Таким чином, фінансові структури, є безпосередніми учасниками процесу «соціалізації» бізнесу.

Сьогодні експертами та провідними науковцями прийнято виділяти три моделі КСВ – американську, європейську та азійську (японську). Одразу варто наголосити, що в науковій літературі можна зустріти й інші моделі, наприклад британську, англосаксонську, континентальну, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох моделей та базуються на них.

Для американської моделі КСВ традиційно характерним є превалювання філантропічного підходу, тобто соціальна діяльність не пов'язана із основною діяльністю підприємства та не має на меті пряме отримання прибутку. Роль держави в регулюванні соціально-відповідального бізнесу в США доволі низька, тобто законодавчих вимог стосовно, наприклад, подання звітності не існує. Порівняно з американською європейська модель КСВ є чітко орієнтованою на отримання прибутку, на збільшення інвестиційної вартості компанії та є складовою частиною загальної стратегії підприємства. Концепція КСВ, з нашої точки зору, є повністю добровільною ініціативою бізнес-структур та не може працювати на методах примусу. Але в межах даної моделі роль держави в регулюванні процесів КСВ є досить значною, зокрема є законодавчо закріплений перелік програм, вимоги щодо подання соціальних звітів, нормативні положення щодо соціального партнерства і таке інше.

Стосовно азійської моделі КСВ, то варто відзначити її тісний зв'язок із традиціями та культурними цінностями країн Сходу. Сприйняття працівників як «виробничої сім'ї» здійснює суттєвий вплив на формування підходів до впровадження концепції КСВ. Також активно є роль держави. Значним блоком у концепції КСВ представлена екологічна складова, що пов'язано з непередбачуваними наслідками від стихійних лих. Тоді як більшість підприємств США та країн Європи позиціонують себе як «корпоративних громадян», які мають визначений перелік обов'язків перед суспільством, соціальні дії та ініціативи в підприємствах країн Азії в більшості випадків спрямовані на розвиток персоналу, підтримку економіки, нівелювання впливу екологічних катастроф (Японія, Китай), реформування системи освіти (Індія).

Розглядаючи національну модель КСВ Білорусії, варто зазначити, що їй притаманний фрагментарний підхід, на відміну від американської та європейської моделей, де КСВ гармонійно вбудована в бізнес-структуру та функціонує на благо не тільки суспільства, а й суб'єкта господарювання.

Моделі корпоративної соціальної відповідальності в підприємствах США та країн Європи є більш змістовними та стратегічно-орієнтованими за азійську та білоруську, що підтверджується проведенням дослідженням.

Концепція КСВ у Білорусії знаходиться на етапі становлення та активного розвитку. Аналіз підходів білоруських підприємств до її впровадження показав, що більшість із них поверхово розуміє економічну сутність соціальної відповідальності та зводить соціальний блок діяльності, у більшості випадків, до спонсорства та благодійності.

Отже, проведене дослідження дало змогу порівняти найбільш поширені моделі КСВ на підприємствах між собою та дослідити досвід впровадження концепції КСВ в економічному секторі. Отримані дані слугують основою для подальших досліджень стосовно побудови національної моделі КСВ в Україні.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер. ; пер. с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. — 656 с.
2. Porter M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review, 2009. — Vol. 84 (12). — PP. 78—94.
3. Wilson Therese. CSR and banks: the role that banks could and should play in addressing financial exclusion / Therese Wilson // Brotherhood of St. Laurence's Research & Policy Centre. — Fitzroy Vic., 2008. — 9 p.
4. Carroll A. B. Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct [Electronic resource] / A. B. Carroll. — Access : <http://bas.sagepub.com/cgi/content/abstract/38/3/268>.