

Getman O. O.

Petrenchuk N. V.

Dnipropetrovsk State Financial Academy

ORGANIZATIONAL MECHANISMS OF SELECTION, HIRING AND ADAPTATION OF THE STAFF

Summary

Article considers the issues of selection, hiring and adaptation of the staff at the domestic enterprises. Authorial interpretation of selective, hiring and adaptive mechanism at the domestic enterprises is described. Innovative and integrative mechanism of rising efficiency of selective, hiring and adaptive processes for staff in the native enterprises is proposed in this article.

Key words: staff selection, hiring, staff adaptation, organizational mechanism, HR-system.

УДК 336.671.1

Гордієнко Л. А.

Черкаський державний технологічний університет

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Досліджено сутність та особливості формування моделей корпоративної соціальної відповідальності у західних країнах та в Україні. З'ясовано напрямки співпраці бізнесових структур із органами влади та населенням. Запропоновано напрямки співпраці на рівні регіону між корпоративними структурами та відповідними органами влади.

Ключові слова: бізнес-структури, місцеві органи влади, моделі, населення, соціальні інвестиції.

Постановка проблеми. У складних суспільних реаліях, які нині сформовані в Україні, вагомим значення набувають моделі співпраці корпоративних структур з одного боку та місцевими органами влади і населенням з іншого боку. Така співпраця є вигідною як для бізнесу з метою лояльності органів управління та населення, так і для регіону, оскільки більш масштабніше і швидше вирішуються актуальні соціальні проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми соціальної відповідальності бізнесових структур досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, пропонуючи відповідні теоретичні розробки, зокрема і моделі корпоративної соціальної відповідальності. Найбільш плідно працювали і працюють у цьому напрямку Г. Алоні, І. Булеєв, А. Димкін, П. Друкер, Д. Задирак, В. Іванова, Ф. Котлер, С. Мескон, В. Новікова, І. Савченко та ін.

Проте в сучасних глобалізованих умовах співіснування країн з'являються нові форми співробітництва в соціальному напрямку корпоративних структур та місцевого населення, тому є перманентною доцільність пошуків у цій науковій площині.

Викладення невирішених раніше частин загальної проблеми. Науковцями цього наукового напрямку запропоновано відповідні моделі корпоративної соціальної відповідальності, зокрема американську, європейську, британську та обґрунтовано їх специфіку, особливості застосування, конкретні переваги.

Щодо України, то треба зазначити, що цей напрямок співпраці між бізнесом та суспільством лише починає формуватися, тому науково обґрунтованої моделі ще не сформовано. Саме тому є доцільність з'ясування витоків такого співробітництва, його суті та використання окремих положень таких моделей в умовах України.

Мета статті. Метою статті є з'ясування суті, специфіки застосування моделей корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в зарубіжних країнах та можливості імплементації окремих положень таких концепцій в сучасних реаліях України.

Поступ України в напрямку до Європейського Союзу зумовлює формування нових суспільних відносин у всіх сферах, зокрема і в соціальній, де актуальними будуть партнерські стосунки між корпоративними структурами та органами влади і населення.

Викладення основного матеріалу. Виконуючи дослідження в цьому напрямку, з'ясуємо відповідні концепції КСВ. Передусім зазначимо, що термін «концепція» згідно з Сучасним тлумачним словником української мови означає: [лат. *conceptio*] система доказів певного положення, система поглядів на те чи інше явище [1, с. 418].

У Словнику іншомовних слів подано, що: концепція [лат. *conceptio*] – 1) система поглядів, те чи інше розуміння явищ, процесів; 2) єдиний визначний задум, провідна думка будь-якого твору, наукової праці [2, с. 258].

Саме в такому значенні цього терміна з'ясуємо сутність концепцій КСВ.

Перші передумови появи терміна «Корпоративна соціальна відповідальність» у Сполучених Штатах Америки пов'язані з управлінською революцією, яка відбулася на рубежі XIX-XX ст. Виконавчий директор US Steel Джордж Перкінс написав у 1908 р.: «Чим більша стає корпорація, тим більше зростають її обов'язки до всього суспільства. Корпорації майбутнього мають бути напівдержавними, які служать суспільству, з майном, широко розподіленим серед суспільства, і із справедливим ставленням до праці, яка дивитиметься на корпорацію як на свого друга» [3, с. 58].

Основу сучасного підходу до поняття соціальної відповідальності бізнесу заклала опублікована в 1953 р. книга американського економіста Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена», де цей термін згадується вперше. У цій роботі були визначені принципові підходи щодо проведення КСВ, концептуально окреслена проблема, що полягає в тому, що бізнес – це частина суспільства, перед яким він несе відповідальність [4, с. 55].

У 70-ті рр. минулого століття ключовими противниками корпоративної соціальної відповідальності були класичні лібертаріанці на чолі з Мілтоном Фрідманом. Стаття, написана ним у 1970 р., в самій назві однозначно декларує її основну тезу «Соціальна відповідальність бізнесу – це збільшення прибутків». На думку Фрідмана, відповідальність бізнесу перед суспільством полягає лише в тому, що бізнес повинен ефективно використовувати свої ресурси, «діючи в цілях збільшення прибутків, і в той же час дотримувати «правила гри», що має на увазі під собою вільну конкуренцію без обману і шахрайства». З позиції Фрідмана, пошуком засобів на соціальні потреби повинні займатися уряд, суспільство і самі громадяни [5].

Як зазначає М. Краснова, сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), поширена на Заході, показує прагнення компаній добровільно і самостійно вирішувати найбільш нагальні проблеми суспільства. Наприклад, Європейська комісія дає таке визначення КСВ: «Корпоративна соціальна відповідальність за своєю суттю є концепцією, яка відображає добровільне вирішення компаній брати участь в поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища». Таке визначення КСВ підкреслює добровільний характер [6, с. 14].

Характеризуючи сучасні реалії світогосподарського устрою та місця в новому КСВ, В. Рижов зазначає: «В умовах світової глобалізації, а сьогодні й економічної кризи, конкуренція у бізнес-середовищі загострюється, тому для утримання місця на ринку збуту все більша частка виробників усього світу вимушена шукати шляхи, які забезпечують довготривале лояльне ставлення з боку клієнтів, співробітників, інших зацікавлених сторін суспільства. По суті це основний двигун для переорієнтування прибутково орієнтованого бізнесу на соціально відповідальний» [7, с. 2].

На мікрорівні корпоративна соціальна відповідальність поступово стає невід'ємною частиною бізнес-стратегії багатьох західних компаній. На макрорівні розробляються і здійснюються різні міжнародні ініціативи в цілях підвищення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством. Так, у 1992 р. для обговорення соціальної ролі бізнесу у вирішенні глобальних проблем була створена міжнародна рада бізнесу за стійкий розвиток, яка об'єднавала близько 200 найбільших транснаціональних корпорацій (World Business Council for Sustainable Development) [8, с. 360].

Отже, у практичній площині протягом більш ніж століття сформувалися певні відносини між бізнесовими структурами та суспільством. Вченими, передусім західними, були конкретизовані ці явища і сформовані відповідні концепції.

Основні концепції та їх особливості подані у відповідній класифікації.

Для американської моделі характерне те, що через природу американського підприємництва, яке ґрунтується на максимальній свободі суб'єктів господарювання, багато сфер суспільства залишається до сьогодні саморегульованими. Так, трудові відносини працівник–роботодавець є предметом двостороннього договору. Право американців на охорону здоров'я у своїй більшості є саме правом вибору громадянами користуватися чи не користуватися медичним закладом, звідси і добровільне медичне страхування. Державне регулювання у цих сферах торкається лише базисних невід'ємних прав членів суспільства. Усі ініціати-

ви у сфері КСВ є для корпорацій добровільними за природою. Керівники чотирьох корпорацій Крец Баррет, Джон Чемберс, Юсуф Гафарі та Рей Ірані у 2006 р. оголосили про створення партнерського фонду «Оксидент петролеум» з метою збору коштів для економічного відродження Лівану після військових дій Ізраїлю. США виробили численні механізми участі бізнесу у соціальній підтримці суспільства: велика кількість корпоративних фондів, націлених на вирішення різних соціальних проблем за рахунок бізнесу. Американський бізнес зацікавлений у добровільних вливаннях в освіту, пенсійні та страхові схеми для персоналу є соціально важливими програмами. Так, наприклад, Фонд Білла Гейтса із капіталом у 27 млрд. дол. США було створено з метою поліпшення системи освіти та охорони здоров'я. Соціально активна поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами та заліками, що закріплено на федеральному законодавчому рівні. Від податків на прибуток звільняються тільки ті компанії, які роблять пожертвування за одним із трьох напрямів: культура, наука та охорона здоров'я, причому пільги отримуються тільки після того, як відповідне Міністерство внесе їх до переліку компаній, які звільнені від податку. Для США характерним є мінімальне втручання держави у приватний сектор, але, незважаючи на це, відомі традиції систематичної участі бізнесу та держави у фінансуванні різних некомерційних проєктів. Наприклад, корпорація «NVIDIA» здійснює внески до програми боротьби з наслідками цунамі. У США цілу низку інвестиційних фондів шукають так звані «зелені підприємства», що мають добру репутацію з погляду турботи про суспільство та екологію. Таким підприємствам легше залучити фінансування, для них зменшуються відсотки за кредитами та позиками. Добра репутація збільшує капіталізацію компаній та забезпечує доступ до дешевого капіталу. Через зміни пільгового законодавства тільки за 2005 р. загальна сума корпоративного та власного спонсорства у США зростає на 7,0% [9].

На відміну від США, європейські корпорації більш схильні до обмеження своєї відповідальності перед суспільством. Європейська модель (континентальна) КСВ не є відкритою лінією поведінки компанії і, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав, тому що більшість соціальних проблем відносяться європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності. Європейці взагалі не дуже довіряють приватному сектору, саме цим пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку громадськості, наприклад, щодо питань атомної енергетики, випробувань препаратів на тваринах, генної інженерії тощо. Благодійність у Європі не така популярна, як у США, та пояснюється високим загальним рівнем податкового тягаря, що суттєво перевищує американський. Як наслідок, європейські компанії беруть участь у філантропічних акціях винятково через юридично закріплені механізми. У багатьох країнах Європи законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання та інші соціально значущі питання.

Так, наприклад, у Франції існує закон, який зобов'язує компанії звітувати про виконання програм соціальної відповідальності та охорону навколишнього середовища. При цьому контроль за дотриманням соціального та екологічного законодавства здійснюється трудовими інспекціями, так

як і профспілками. У Німеччині в обмін на пожертвування видається спеціальний сертифікат, що дозволяє зменшити базу оподаткування у розмірі пожертвованої суми. Більш того найбільш престижні меценати перебувають на верхівці громадського визнання і є постійними гостями на урочистих прийомах різного роду, включаючи й ті, що проводяться в резиденціях керівництва держави.

Британська модель КСВ поєднує в собі елементи американської та континентальної моделей. Принциповим її моментом є яскраво виражена ініціативність самого бізнесу в утворенні проєктів у сфері КСВ, що по своїй суті повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є, насамперед, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. Участь влади в розвитку КСВ виявляється в налагодженні партнерства із власниками підприємств у секторі освіти, які беруть участь у фінансуванні проєктів, наданні податкових пільг, просуванні ініціатив щодо відповідності національних стандартів до міжнародних. Про важливість КСВ у державі говорить той факт, що в Уряді створено посаду Міністра з КСВ. У цілому процес розвитку британської моделі КСВ носить поступовий характер. Найбільш важливою подією стало скликання найбільшої асоціації для ініціатив у сфері КСВ – «Бізнес у громадськості», яка стимулювала створення державно-приватних партнерств, завдяки чому влада разом із приватними підприємствами займалася вирішенням найгостріших соціальних проблем. Активну роль відіграє британська влада у політиці підтримки компаній, які висвітлюють свою діяльність у соціальній, природоохоронній сферах та взаємовідносинах із персоналом, ціла низка законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, що дотримуються напрямів соціально відповідального бізнесу та позицій ділової етики, особливо у питаннях ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів виробництва тощо [10].

Як зазначає Д. Задирак, тема КСВ поки що не набула масового звучання та практичного поширення в Україні. Про це свідчать такі факти, зокрема:

- порушення з боку роботодавців міжнародних прав людини та трудових стандартів;
- недотримання законодавчо встановлених соціально-трудова прав і гарантій працівників (на що вказали 79,7% опитаних експертів);
- низький рівень заробітної плати;
- тривала заборгованість із виплати заробітної плати;
- невиправдана економія на інвестиціях в охорону праці та здоров'я працівників (удвічі менше, ніж передбачено законом), а також у професійний розвиток (менше ніж 4 грн. на одного працівника в розрахунку на місяць) [11].

Сьогодні КСВ в Україні перебуває у стадії розвитку, тому міжнародний досвід варто широко вивчати та упроваджувати з урахуванням національної специфіки. За джерелами регулювання, практикою український варіант КСВ є сумішшю британської моделі (добровільне ініціювання) та континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки КСВ). В Україні КСВ продовжує орієнтуватися на ближче коло стейкхолдерів держава, власники та персонал. Більш широке коло зацікавлених сторін місцева громада, постачальники та інші поки що так і не є системною ознакою. Нині КСВ в Украї-

ні – це добровільний внесок приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій. У сфері соціальних інвестицій в Україні помітні проблеми, пов'язані з інституціональною недосконалістю: держава формує недостатньо ефективні правові та соціальні інститути, а бізнес-структури вимушені нейтралізувати «помилки» держави, здійснюючи, в окремих випадках, суттєві соціальні інвестиції і тим самим підмінюючи державу у соціальній сфері. Зважаючи на слабкість вітчизняного бізнесу, який не встиг зайняти свою нішу серед зарубіжних країн, подібна лінія розвитку погіршує конкурентоспроможність країни на зовнішніх ринках. З іншого боку, інституціональна недосконалість виявляється ще і в тому, що бізнес, передусім, не завжди чітко виконує встановлені законом соціальні та податкові зобов'язання. Серед фактичних стимулів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні перше місце посідає необхідність налагодження відносин із владою, від якої залежить здебільшого майбутнє бізнесу.

Одним із заходів, що зміг би істотно вплинути на кількісні параметри КСВ в Україні, є розробка та прийняття чіткої законодавчої бази, яка створювала б правові межі соціально відповідальної поведінки та була націленою на його оптимізацію [12].

Проте за останні роки в Україні налагоджується співробітництво між бізнесом і суспільством, про що зазначає С. Мельник, констатуючи такі ознаки:

- з'явилися перші фахові організації, зокрема українська мережа Глобального договору;
- велика кількість компаній декларують власну соціальну відповідальність, хоча небагато з них публікують звіти з СВБ і декларують на корпоративних веб сторінках діяльність у трьох і більше категоріях СВБ;
- існує група менеджерів, відповідальних за аспекти соціальної відповідальності українських компаній;
- щорічно проходить два великих заходи, присвячених СВБ, та близько двох десятків фахових форумів та семінарів;
- активізувався інформаційний потік щодо соціальної відповідальності (надання інформації громадськості, спеціалізовані джерела інформації тощо) [13, с. 73].

Як зазначає О. Мишковська, Концепція соціальної відповідальності бізнесу в Україні розвивається досить складно. Більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії СВБ, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових добродійних проєктів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків із громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не узгоджуються з такими бізнес-проєктами.

Діалог на тему СВБ в Україні загалом ведеться на рівні окремих проєктів та ініціатив, без можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес. В Україні ще не сформовані інститути всебічної оцінки діяльності компанії, які враховують соціальний, економічний та екологічний вплив їх діяльності (як позитивний, так і негативний), та пов'язують такий вплив із національною стратегією сталого розвитку [14].

Реальне розповсюдження корпоративної соціальної відповідальності в Україні набуває все ширшого розповсюдження і можна погодитись із думкою Ф. Котлера, який зауважив: «Я маю щирю надію, що українські компанії розглядатимуть соціальну відповідальність бізнесу як важливий фактор у процесі прийняття рішень» [15, с. 12].

Щодо розробки окремої вітчизняної моделі то це є складним завданням, про що зауважує О. Мишковська: «Безперечним є той факт, що неможливо розробити уніфіковану концепцію або модель соціальної відповідальності для всіх компаній у цілому. Кожне підприємство має свою специфіку діяльності, географічне розташування, певне фінансове становище та багато інших складових, які впливатимуть на рішення керівництва щодо власної концепції соціальної відповідальності підприємства. Та все ж таки варто спробувати зробити поділ не за галузевим принципом, а швидше за величиною можливостей (величиною бізнес-підприємств) щодо провадження різноманітних соціально відповідальних ініціатив» [14].

Отже, є доцільність розробки вітчизняної моделі КСВ, яка б враховувала як позитивний вітчизняний, так і зарубіжний досвід. Беручи до уваги необхідність реалізації такого наукового завдання, запропоновано напрямки імплементації окремих положень концепцій КСВ в українські реалії:

1. Податкова, моральна, інформаційна, законодавча підтримка бізнесових структур на загальнодержавному та регіональному рівнях.

2. Залучення регіональних наукових центрів, науково-дослідних установ, закладів вищої освіти для методологічної допомоги місцевим органам

влади та бізнес-структурам у організації такої співпраці.

3. Включення спільних соціальних програм, які реалізуються корпоративними структурами та місцевими органами влади, до програм розвитку адміністративних одиниць як у поточному вимірі, так і на перспективу.

4. Органам місцевої влади через засоби масової інформації організувати висвітлення зарубіжного досвіду з метою формування позитивного іміджу КСВ, упроваджувати форми та методи співпраці бізнес-структур та населення, які направлені на соціальний регіональний розвиток.

5. Органам місцевої влади, громадським організаціям сформувати морально-психологічні стимули для керівників бізнес-структур що беруть активну участь у соціальному розвитку регіону.

Реалізація цих пропозицій буде сприяти розвитку моделей КСВ та забезпечувати динамічний соціальний розвиток регіону.

Висновки і пропозиції. Забезпечення зростаючого рівня життя країни і окремого регіону неможливе без спільної співпраці бізнесових структур, органів влади, громадських організацій. Важливу роль у вирішенні цього завдання відводиться відповідним моделям КСВ, які ефективно зарекомендували себе у зарубіжних країнах. В Україні реалізація вітчизняних моделей лише розпочинається, і тому важливим є врахування зарубіжного досвіду.

Запропоновано напрямки реалізації окремих положень концепцій КСВ, беззаперечно, будуть сприяти налагодженню ефективної співпраці між корпоративними структурами та місцевими органами влади.

Список літератури:

1. Сучасний тлумачний словник української мови: 100.000 слів / За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. Дубічинського. – Х. : ВД «ШКОЛА», 2009. – 1008 с.
2. Словарь иностранных слов. – 18-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1989. – 624 с.
3. Брук Л., Голдзон Дж. М. Как окупается корпоративная социальная ответственность // Российский журнал менеджмента. – 2010. – № 4. – С. 57-59.
4. Иванова В. Концепция корпоративной социальной ответственности // Человек и труд. – 2010. – № 11. – С. 54-57.
5. Фридман М. Капитализм и свобода / Пер. с англ. – М. : Новое издательство, 2006. – 240 с.
6. Краснова М. В. Исследование сущности корпоративной социальной ответственности // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 28(178). – С. 13-18.
7. В. Рыжов. Программа РПП – наш взгляд в будущее // Аргументы и факты. – № 15. – 2007. – С. 2.
8. Долматова В. Ю. «Социальная ответственность бизнеса»: истоки понятия // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 1. – С. 359-362.
9. В. Роик. От сохранения народа – к его развитию // Социальное партнерство. – № 4. – 2008. – С. 12.
10. Д. Заборин. Как построить удобное государство // Киевский телеграф. – № 1. – 2007. – С. 9.
11. Д. Задирак. В. Сморчкова. Социальная ответственность бизнеса // Социальное партнерство. – № 2. – 2008. – С. 14.
12. С. Перегудов. Корпоративное гражданство как современная форма социальной инженерии // Мировая экономика и международные отношения. – № 6. – 2005. – С. 22.
13. Котлер Філіп. Корпоративна соціальна відповідальність. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2006. – 348 с.
14. Мишковська О. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?
15. Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. Мельник // Економіка та держава. – 2008. – № 5. – С. 71-73.

Гордиенко Л. А.

Черкасский государственный технологический университет

МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Резюме

Исследованы сущность и особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в западных странах и в Украине. Рассмотрены направления сотрудничества бизнес-структур с органами власти и населением. Предложены направления сотрудничества на уровне региона между корпоративными структурами и соответствующими органами власти.

Ключевые слова: бизнес-структуры, местные органы власти, модели, население, социальные инвестиции.

Gordienko L. A.

Cherkassy State Technological University

MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

The essence and peculiarities of corporate social responsibility models formation in Western countries and in Ukraine are investigated. Directions of businesses cooperation with the public and the authorities are found. The ways of cooperation between corporate bodies and relevant authorities at the regional level are offered.

Key words: business structures, local authorities, models, population, social investments.

УДК 334.72:3.085

Деліні М. М.

Донецький державний університет управління

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Досліджено сутність та значення поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), особливості її розуміння в українських реаліях. Приведений приклад застосування КСВ на підприємствах України. Визначено проблеми впровадження КСВ в Україні та можливі шляхи по їх вирішенню.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, підприємство, КСВ-стратегія, «належне громадянство», розвиток персоналу.

Постановка проблеми. Функціонування будь-якого підприємства полягає в отриманні максимального прибутку, але на цей час розвинуті компанії дійшли розуміння того, що це є неможливим без соціальної складової функціонування їхнього бізнесу, а саме: розвитку персоналу, забезпечення безпеки навколишнього середовища від результатів своєї діяльності, споживачів високою якістю продукції тощо. Отже, проблема соціальної відповідальності бізнесу стоїть на цей час достатньо гостро для підприємців, не минула вона й українських бізнесменів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами корпоративної соціальної відповідальності займаються багато вчених та підприємців як українських, так і іноземних. Так, увагу цьому питанню приділяють А. С. Серьогіна, С. О. Деліні, М. Р. Мазітова та інші вчені, які досліджують процеси соціалізації бізнесу в світі та Україні, наводять приклади впровадження КСВ-стратегії та зазначають наслідки від цього.

Виділення невирішених раніше проблем. Проблема КСВ є достатньо висвітленою у світі, але відносно новою для України, хоча вчені вже й вдалися до її дослідження. Важливим залишається подальше розкриття її сутності, значення та напрямків застосування на підприємствах, а також наведення реальних прикладів, які мають місце в українському бізнесі. Саме цьому й приділена дана наукова робота.

Мета статті полягає в розкритті особливого значення корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-середовищі, а також проблем її застосування в українських реаліях.

Виклад основного матеріалу. Зі зміною політичного устрою, появою нових соціально-економічних відносин трансформувався характер менеджменту організацій. Іншою стала її структура, змінилися взаємини між різними соціальними структурами. Найчастіше ці відносини носять суперечний характер. Особливо сильне протистояння проявляється в підприємницьких структурах, у сфері бізнесу. Проте, роль підприємництва й бізнесу, з позиції виконуваних соціальних і еконо-

мічних функцій, велика. Вони створюють робочі місця, насичують ринок товарами, що задовольняють потреби населення, визначають темпи росту валового продукту, формують конкурентне середовище, беруть участь у добродійності, вирішують соціальні проблеми або знижують їхню гостроту в суспільстві і т. д. У цілому, підприємництво сприяє відтворенню населення в частині робочої сили. Усі ці функції ефективно виконуються, коли підприємництво функціонує в досить цивілізованому суспільстві. В цих умовах підвищується соціальна відповідальність усіх суб'єктів підприємницької діяльності або бізнесу [1].

Взагалі, треба зауважити, що зараз можна зустріти обидва терміни, які стосуються цієї сфери, а саме: соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність. Істотної різниці між ними не існує, тобто вони можуть вважатися тотожними. Так, М. Р. Мазітова зазначає, що «термін «соціальна відповідальність бізнесу» досить міцно ввійшов в економічний лексикон і зустрічається в навчальній літературі, наукових і публіцистичних статтях. Стосовно до великого корпоративного бізнесу використовується термін «корпоративна соціальна відповідальність». Застосування цього терміна пов'язане із трансформацією світової економіки, а також з розвитком корпоративного керування». [2] Тобто вона ототожнює ці поняття і в подальших своїх працях однаково застосовує їх як синоніми.

Також вона акцентує увагу на визначенні саме цих понять, а саме: «незважаючи на актуальність феномена КСВ, загальноприйнятого точного визначення для соціальної відповідальності немає. У зв'язку з цим кожне підприємство або організація світу вкладає неоднаковий зміст у це словосполучення. Незважаючи на відсутність єдиного й загальноприйнятого визначення КСВ, це поняття звичайно відноситься до процесу прийняття рішень у бізнесі, який здійснюється в прив'язці до етичних цінностей, дотриманні вимог законності, поваги до людей і їх співтовариств, охороні навколишнього середовища. Деякі групи теоретиків і