

3. Оболенцева Е. Современное состояние инновационно-инвестиционной деятельности предприятий рыбоперерабатывающей отрасли / Е. Оболенцева // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 1 — С. 133–146.

4. Прякин Ю. В. Методы рыбохозяйственных исследований / Ю. В. Прякин, В. А. Шкицкий. — Ростов-на-Дону : Изд-во «ЮНЦ РАН», 2008. — 256 с.

5. Бесфамильный Г. А. Моделирование развития структуры отрасли (на примере рыбного хозяйства) / Г. А. Бесфамильный, А. Б. Алехин // Экономика морского хозяйства : сб. науч. тр. — К. : Ин-т экономики АН УССР, 1987. — С. 49–57.

6. Ландышевская А. Е. Оценка резервов рыбопродуктивности в прибрежных водоемах северо-западной части Черного моря / А. Е. Ландышевская, Н. М. Шурова // Использование морских ресурсов в народном хозяйстве : сб. науч. тр. — К. : Институт экономики АН УССР, 1981. — 96 с.

7. Крыжановский Р. А. Морская экономика: сегодня и завтра / Р. А. Крыжановский, Е. Н. Громова, Т. И. Галушкина. — М. : Наука, 1991. — 160 с.

8. Карножицкая С. И. Материально-техническая база рыбоперерабатывающей промышленности / С. И. Карножицкая // Морехозяйственный комплекс : в 2-х т. — Киев : Наук. думка, 1991. — Т. 2. — 324 с.

9. Стасишен Н. Проблемы инновационного развития рыбного хозяйства Украины / Н. Стасишен // Экономика Украины. — 2007. — № 1. — С. 50–56.

10. Шевченко О. А. Проблеми розвитку рибної промисловості приморського регіону / О. А. Шевченко // Економічні інновації. — 2008. — № 33. — С. 238–246.

11. Статистичний щорічник Одеської області за 2009 рік / Головне управління статистики в Одеській області. — Одеса : Астропринт, 2010. — С. 167–168.

Поступила в редакцію 01.02.2011 г.

УДК 334.723:341.961.8

І. В. Качан,

*канд. техн. наук,
доцент,*

О. С. Шелест,

асистент,

*ДВНЗ «Донецький національний
технічний університет»*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Перетворення економіки України в ринкову супроводжуються зміною, хоча і повільною, розуміння ролі держави як на рівні взаємовідносин держава — громадянин, так і у взаємовідносинах держава — підприємство. Відбувається зміна суспільних цінностей і пріоритетів, що знаходить відповідне відображення у відмові від практики державного патерналізму, яка була характерною для нашої країни ще два десятиріччя тому. Перед підприємствами постає проблема прийняття управлінських рішень щодо своєї господарської діяльності. При цьому великого значення набуває здатність самостійно приймати ефективні рішення, що пов'язані з таким важливим і складним процесом, як управління персоналом підприємства. З іншого боку, успішна інтеграція Ук-

раїни у світову економічну систему є неможливою без орієнтації на інноваційний розвиток економіки. Це, у свою чергу, ставить перед українськими підприємствами нові питання, одне з яких пов'язане із соціальною відповідальністю не тільки держави перед своїми громадянами, але і підприємств перед своїми працівниками і суспільством. Як наслідок, у досягненні високої продуктивності, забезпеченні конкурентоздатності продукції і прибутковості виробництва поряд з економічними чинниками значну роль починають відігравати неекономічні показники роботи підприємств. До таких показників, відносяться, зокрема, рівень соціального забезпечення персоналу, розробка і реалізація програм підтримки позаробочого життя працівників, впровадження

© І. В. Качан, О. С. Шелест, 2011

екологічно безпечних і енергозберігаючих технологій, відповідальність підприємств за наслідки своєї діяльності на певній території, налагодження партнерських відносин з органами державної влади, недержавними організаціями й іншими підприємствами, інформаційна відкритість, наявність «прозорості» публічної звітності тощо.

Подібний підхід до ведення господарської діяльності набув значного поширення і розвитку у країнах з постіндустріальною економікою, сформувавшись у концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Різноманіття підходів до розуміння сутності й змісту КСВ знайшло своє відображення у роботах А. Керолла [1], М. Фрідмана [2], Ю. Благова [3], С. Літовченко [4, 5], Я. Шевчук [6] та інших дослідників.

В економічно розвинених країнах до теперішнього часу накопичений великий досвід розвитку концепції соціальної відповідальності компаній. Про це свідчить, по-перше, прийняття відповідних нормативно-правових актів (Глобальний договір, Трибічна декларація принципів, що стосуються багатонаціональних корпорацій і соціальної політики, Закон Сарбанейза-Окслі (США), Міжнародні стандарти з питань соціальної відповідальності SA 8000: 2001, ISO 26000 і т. д.). По-друге, значна роль КСВ у діяльності зарубіжних компаній підтверджується створенням таких міжнародних організацій, як «Всесвітня Рада підприємців із стійкого розвитку», «Корпоративна соціальна відповідальність Європи» (Європейський Союз) та ін. Разом з цим активно впроваджуються критерії корпоративної соціальної відповідальності при оцінці інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. Крім того, 2005 р. був оголошений Європейським Союзом роком корпоративної соціальної відповідальності [7].

В Україні лише в останні роки почали приділяти увагу даному питанню. Серед вітчизняних науковців питання розвитку КСВ досліджували О. В. Іуменна [8], О. Я. Маліновська [9], Ю. М. Петренко [10], Н. М. Шмиголь [11], І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка [12], П. Б. Левін [13] та ін.

Більшість робіт українських спеціалістів представляють собою дослідження розуміння концепції КСВ вітчизняними підприємствами або вивчення окремих проявів соціальної відповідальності. Велика увага приділяється впливу КСВ на економічні показники діяльності підприємства, його імідж і репутацію. Слід зазначити, що багатолітні напрацювання закордонних дослідників, при цьому або цілком ігноруються, або використовуються фрагментарно.

В умовах конкуренції на ринку праці важливим стає всебічне дослідження зв'язку між привабливістю підприємства для працівників, особливо висококваліфікованих, і наявністю програм в області соціаль-

ної відповідальності. На сьогоднішній день ці питання вивчені значно менше. Немає також єдності у визначенні українськими дослідниками сутності і меж соціальної відповідальності підприємств з урахуванням нинішніх економічних реалій.

Усе викладене підтверджує *актуальність* і необхідність подальшого дослідження теоретичних і практичних аспектів розвитку соціальної відповідальності українських підприємств. В сучасних умовах постала необхідність формування власного бачення сутності соціальної відповідальності підприємств з урахуванням особливостей економічного, політичного, культурного і соціального розвитку країни.

Мета статті полягає в дослідженні еволюції та формування підходів до розуміння корпоративної соціальної відповідальності у світі і в Україні, а також обґрунтуванні й формулюванні характерних рис української моделі КСВ.

Спеціально проведені дослідження в зарубіжних країнах підтверджують, що більше половини споживачів в усьому світі вважають за краще придбати продукцію і користуватися послугами компаній, що мають добру репутацію в області стійкого розвитку. Так, 86,9 % з 3000 опитаних випускників вищих навчальних закладів у Китаї, Великобританії, США й інших країнах вважають, що краще працювати у компаніях, що дотримуються відповідальної ділової поведінки. Разом з цим 75 % опитаних інвесторів визнають, що аспекти діяльності компанії в області соціальної відповідальності є істотними при ухваленні рішень про інвестування. Ідеологія КСВ знаходить віддзеркалення в місіях і стратегічних планах більшості великих корпорацій [7].

Проведене IBM Institute for Business Value опитування 250 лідерів світового бізнесу показало, що, вважаючи за краще обговорювати КСВ у термінах філантропії, на практиці вони усі орієнтуються на стратегічний підхід. Так, 68 % лідерів світового бізнесу розглядають корпоративну соціальну діяльність як нове джерело прибутків; 54 % упевнені, що корпоративна соціальна діяльність вже дала їм конкретні переваги над основними конкурентами [5, с. 16]. У різних країнах світу участь підприємств у вирішенні соціальних проблем або жорстко регулюється в рамках чинного законодавства, або здійснюється самостійно під впливом стимулів і пільг.

Одним із найбільш актуальних питань у науковій літературі є процеси глобалізації світової економіки. Глобалізація проявляється у збільшенні обсягів міжнародної торгівлі товарами і послугами, підвищенні якості зв'язку, зростанні міжнародних потоків капіталів й інформації, обміні технологіями, зростанні обсягів трудової міграції тощо. Все це вимагає певного рівня якості діяльності підприємств, особливо тих, що прагнуть працювати відповідно до

міжнародних стандартів. Процеси глобалізації обумовили і те, що КСВ сьогодні є новою формою взаємодії учасників соціального партнерства [6].

На сьогоднішній день однозначного визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» не існує. Спеціалісти Міжнародного форуму лідерів бізнесу вважають, що існує два основні підходи до визначення КСВ. Прибічники першого вважають, що соціальна відповідальність підприємств визначається і регулюється законодавством і виражається у сплаті податків й інших обов'язкових платежів, своєчасній і повній виплаті заробітної плати, дотриманні умов праці відповідно до вимог законодавства. Прихильники другого підходу відносять до КСВ відповідальність підприємств за соціальний добробут своїх працівників, населення, що проживає на території присутності підприємства, споживачів. Згідно з цим підходом КСВ реалізується за допомогою соціальних інвестицій [7].

Головна відмінність між цими двома підходами полягає у тому, що вважати обов'язковим для підприємств і що — добровільним. Якщо своєчасна і повна виплата податків, дотримання екологічного, трудового законодавства є обов'язковими для підприємств (деякі автори пропонують називати таку відповідальність соціальними зобов'язаннями бізнесу [14]), то все, що підприємство робить додатково, наприклад, соціальні й добродійні програми, участь у різних суспільно корисних ініціативах — є його добровільним вибором. При цьому основна думка полягає в тому, що підприємство несе соціальну відповідальність лише в тих сферах, на розвиток яких воно має можливість впливати.

Об'єднання корпорацій США у сфері КСВ «Бізнес за соціальну відповідальність» (Business for Social Responsibility, USA) визначає КСВ як ведення бізнесу, що відповідає етичним, законодавчим нормам і громадським очікуванням, або навіть перевершує їх [7].

Європейська Комісія визначила КСВ як концепцію, у рамках якої компанії добровільно об'єднують свої зусилля із стейкхолдерами для вирішення соціальних питань і реалізації природоохоронних заходів [4, с. 20].

Згідно із проектом міжнародного керівництва із соціальної відповідальності ISO 26000, соціальна відповідальність бізнесу являє собою відповідальність організації за вплив своїх рішень і діяльності (а саме: продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозорі і етичні поведінку, відповідає сталому розвитку і добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки [15].

Міжнародний форум лідерів бізнесу розглядає КСВ не як додатковий елемент у діяльності компанії, що формується у відповідь на громадські вимоги, а як основа, безпосередня складова усього бізнесу, що дозволяє компанії досягати своїх бізнес-цілей [7]. Наочно такий підхід представлено на рис. 1, де відображені сфери корпоративного впливу компанії.

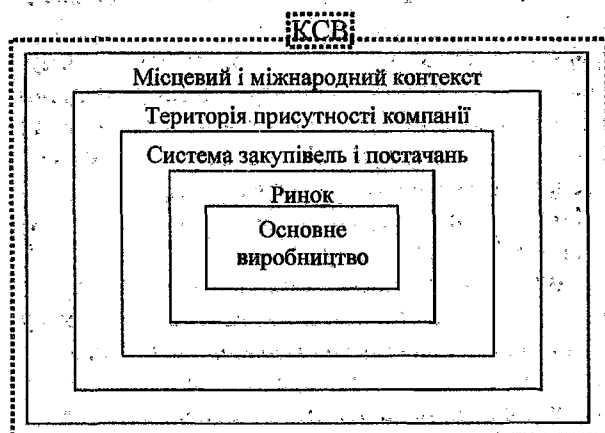


Рис. 1. Сфери корпоративного впливу і КСВ

Асоціація менеджерів Росії розрізняє поняття корпоративної відповідальності і КСВ. Корпоративна відповідальність перед суспільством визначається Асоціацією як філософія поведінки і концепція вибудовування діловим співтовариством, окремими корпораціями і підприємствами своєї діяльності [4, с. 8]. Між тим, КСВ розглядається як «добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній й екологічній сферах, що прямо пов'язаний з основною діяльністю компанії і виходить за рамки визначеного законом мінімуму» [4, с. 24].

Даний добровільний внесок здійснюється через механізм соціальних інвестицій, які представляють собою матеріальні, технологічні, управлінські й інші ресурси, а також фінансові кошти підприємств, що направляються на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін [4, с. 9].

У багатьох розроблених теоріях концепція КСВ часто заміщується іншими визначеннями, що, на думку дослідників, краще відображає суть відносин підприємства і суспільства. Так, найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна чутливість», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» тощо. Щоб поєднати існуюче розмаїття підходів, А. Керолл запропонував розглядати концепцію КСВ як своєрідне «ядро», яке узгоджується з іншими теоріями або трансформується у них [3, с. 18].

Існуючі концепції і теорії згруповано у чотири основні групи підходів до КСВ:

1. Інструментальний підхід, згідно з яким підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Найвідомішим прихильником даного підходу є М. Фрідман. Деякі сучасні дослідники, прихильники інструментального підходу, наголошують на тому, що лише максимізація прибутку у довгостроковій перспективі визначає справжню відповідальність бізнесу, оскільки подібний підхід дозволяє поєднати інтереси як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін.

2. Підхід з позиції політичного впливу. Він базується на тому, що підприємства мають здатність впливати на суспільство і тому повинні відповідально використовувати цю здатність. Найбільш відомою є концепція «корпоративного громадянства». Відповідно до неї, роль підприємства розглядається у вузькому і широкому значеннях. У вузькому значенні вона зводиться до філантропії, соціальних інвестицій і певних загальновизнаних обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні, підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян.

3. Підхід із позиції соціальних вимог, згідно з яким підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій. Діяльність будь-якого підприємства у сфері КСВ повинна визначатися очікуваннями суспільства від нього. Виникнення теорії зацікавлених сторін призвело до появи нового напрямку дослідження, відповідно до якого соціальна роль бізнесу має визначатися вимогами зацікавлених сторін, заміщуючи тим самим поняття «суспільство» поняттям «зацікавлені сторони».

4. Підхід з позиції етики, в основі якого лежить ідея етичного обов'язку бізнесу й окремих менеджерів перед суспільством. Серед підходів даної групи варто виділити підхід із позиції «потрійної результативності діяльності» Дж. Елкінгтона і нормативний підхід з позиції зацікавлених сторін Е. Фрімена. Відповідно до підходу Дж. Елкінгтона кожне підприємство несе економічну, екологічну і соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою життєздатність. Відповідно до нормативного підходу Е. Фрімена, підприємство несе моральну відповідальність не перед суспільством загалом, а лише перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів і територіальні громади [16].

Цікавим є підхід, висловлений А. Кероллом, який запропонував трактувати КСВ як своєрідну «піраміду», що складається з економічної, правової, етичної і дискреційної (філантропічної) відповідальності підприємства перед суспільством (рис. 2).

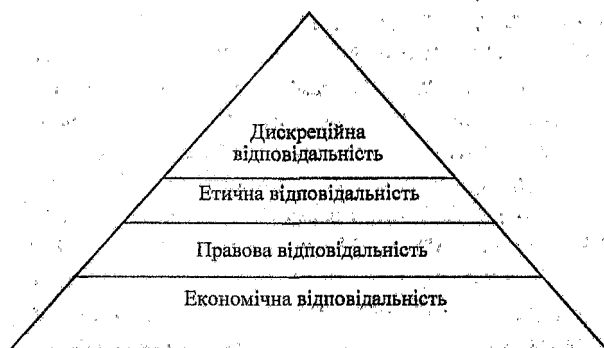


Рис. 2. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керолла

В основі «піраміди» А. Керолла лежить економічна відповідальність, оскільки історично компанії створювалися як виробники товарів і послуг, що дозволяло забезпечувати потреби членів суспільства й отримувати прибуток. Правова відповідальність передбачає підпорядкування своєї економічної діяльності законодавчим нормам. Етична відповідальність вимагає від компанії діяти відповідно до суспільних очікувань, що не фіксуються правовими нормами (подекуди навіть перевищують їх), але базуються на нормах моралі зацікавлених сторін. Дискреційна (філантропічна) відповідальність передбачає, що підприємство буде добровільно відповідати на очікування суспільства і направляти свою діяльність на підтримку і розвиток соціальних програм, виступаючи при цьому у ролі «корпоративного громадянина» [1].

Слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку суспільства дотримання економічної, правової й етичної відповідальності є невід'ємною умовою функціонування підприємств будь-якої галузі і сфери діяльності. Філантропічна відповідальність дійсно може бути свідченням відповідального ставлення підприємств до потреб середовища, в якому вони функціонують, але є підстави вважати, що дійсна сутність КСВ є значно ширшою, ніж діяльність у сфері філантропії.

Ідея ведення соціально відповідального бізнесу почала поступово набувати розвитку в Україні в останнє десятиріччя. У листопаді 2007 р. Україна приєдналася до розробки міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності». У 2009 р. було презентовано проект Національного стандарту ДСТУ ISO 26000 «Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги». Про поширення концепції КСВ в Україні свідчить також зростання кількості спеціальних досліджень у цій області. Так, у 2008 р. у рамках проекту «ISO 26000 — в регіони» Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» було проведено дослідження ситуації у сфері КСВ підприємств у 10 регіонах України.

Аналіз практичного досвіду впровадження КСВ показав, що українські підприємства мають приклади відповідальної поведінки: від покращення умов роботи персоналу, запровадження нових технологій до активної благодійної діяльності. До підприємств, що намагаються впроваджувати соціально відповідальну поведінку, належать корпорація «Оболонь», Intel Україна, ЗАТ «Київстар Дж. Ес. Ем.», ДТЕК, ТОВ «Астеліт», СКМ, Метро Cash & Carry, Ernst & Young, Coca-Cola Україна. Отже, серед соціально відповідальних підприємств переважають ті, що діють на основі іноземних інвестицій. Для переважної ж більшості українських підприємств програми у сфері КСВ носять несистематичний характер, не інтегровані в загальну стратегію діяльності, не знаходять відображення у соціальній звітності.

Спеціалісти наголошують на тому, що потрібен критичний аналіз програм КСВ, створення національної бази прикладів соціально відповідальної поведінки, що може допомогти підприємствам у вдосконаленні існуючих програм або розробленні власної стратегії КСВ [17].

Визначення стратегії реалізації програм у сфері КСВ повинно здійснюватися з урахуванням особливостей соціально-економічного середовища України. До таких особливостей дослідники відносять наступні:

наявність розвинутої системи соціального захисту: радянська система економіки залишила у спадок великим підприємствам розвинену соціальну інфраструктуру (дитячі садочки, будинки відпочинку тощо);

економічні залежності: українська економіка значним чином залежить від важких галузей, таких, як металургійна промисловість, тому розвиток і важливість КСВ значно залежить від позиції підприємств, що працюють у цих галузях економіки;

спадщина радянського укладу в економіці, довкіллі і суспільстві: неефективне розміщення ресурсів, неефективні виробничі й управлінські технології;

психологічний бар'єр між минулим і теперішнім: значна відмінність між поколіннями, складнощі у людей похилого віку в адаптації до сучасних вимог;

зростання інтересу до національних питань [17].

Вищезгадані особливості здатні помітно вплинути на специфіку змісту КСВ підприємств України. Отже, при визначенні підприємствами індивідуальних стратегій КСВ доцільним є використання досвіду іноземних компаній і міжнародних програм, проте потрібно приймати до уваги історичні традиції країни.

Вивчення елементів прояву соціальної відповідальності українських підприємств шляхом аналізу соціальних звітів великих компаній, що успішно розвиваються [18], дозволило виділити наступні досягнення у сфері КСВ:

інвестиції у навчання персоналу з питань КСВ і формування відповідальної свідомості;

преміювання персоналу за досягнення в реалізації програм КСВ;

постійний розвиток відносин з недержавними організаціями й іншими підприємствами з питань КСВ;

постійний моніторинг витрат часу і матеріальних коштів на розробку і реалізацію програм у сфері КСВ;

розробка, впровадження й удосконалення різноманітних форм внутрішніх комунікацій;

реалізація соціальних інвестицій, що мають форму не окремих благодійних пожертвувань, а усвідомлених дій, спрямованих на приріст соціального капіталу;

прагнення до підвищення інформаційної відкритості;

комплексна оцінка ефективності від реалізації КСВ.

З метою визначення характерних рис української моделі КСВ було проаналізовано основні акценти соціальної відповідальності, що закладені в міжнародні стандарти з питань КСВ і спостерігаються сьогодні в нашій країні. Результати аналізу викладені у вигляді табл. 1.

Дані табл. 1 дозволяють сформулювати суттєві риси української моделі КСВ:

відсутність єдиного розуміння сутності КСВ у суспільстві (причому така ситуація вміло використовується підприємствами на свою користь);

низька інформованість населення про конкретну діяльність підприємств у сфері КСВ;

невідповідність сучасного рівня соціальної інфраструктури в Україні вимогам часу, що фактично знаходиться в застійному стані;

недостатня активність здійснення цілеспрямованих досліджень і науково-методичних розробок щодо впровадження КСВ у діяльність підприємств;

відсутність оптимального розподілу соціальної відповідальності між державою і місцевими органами влади, з одного боку, бізнесом — із другого і населенням — із третього;

брак статистичних показників ефективності КСВ підприємств;

низький рівень розвитку соціального партнерства, що перешкоджає активізації соціальної діяльності підприємств;

відсутність довгострокового прогнозування соціальних перетворень на державному рівні.

Таким чином, можна стверджувати, що сьогодні українські підприємства знаходяться на шляху усвідомлення необхідності розвитку власної соціальної відповідальності. Однак перед ними постає низка проблем і перешкод, що на практиці

Таблиця 1. Оцінка відповідності української моделі міжнародним і національному стандартам у сфері КСВ [складено на основі 15; 19; 20; 21; 22]

Поняття і основні акценти	Міжнародні стандарти SA 8000: 2001, ISO 26000	Національний стандарт ДСТУ ISO 26000	Українська модель КСВ
Розуміння сутності соціальної відповідальності	Відповідальність організації за дії, що мають вплив на суспільство і навколишнє середовище	Відповідальність організації за вплив її рішень і діяльність на суспільство та навколишнє середовище через прозору й етичну поведінку	Благодійні і спонсорські заходи на рівні місцевих громад. КСВ іноді виступає формою саморегулювання підприємств
Область управління	Соціальне середовище	Організаційне управління; права людини; трудова практика; навколишнє середовище; сумлінна (добросовісна) ділова практика; взаємозв'язок зі споживачами; соціальні інвестиції; гігієна і безпека праці	Переважно соціальний захист, освіта, спорт і дозвілля
Головна мета реалізації програм КСВ	Поліпшення діяльності у соціальній сфері	Максимальне збільшення організації свого внеску у сталий розвиток, підвищення задоволеності зацікавлених сторін	Прагматичні цілі, які спрямовані на зміцнення іміджу підприємств
Основні зацікавлені сторони	Персонал, уряд, органи нагляду, сторони, що зацікавлені у поліпшенні соціальної сфери	Особа, група або організація, які зацікавлені у будь-яких рішеннях або діяльності організації	Підприємство, цільова аудиторія
Основна управлінська діяльність	Дотримання трудового законодавства й умов колективного договору. Реалізація соціальних програм	Прозора та етична діяльність, дотримання усіх національних законів і нормативних актів, міжнародних норм поведінки, прав людини	Корпоративна філантропія («латання дірок» у соціальній сфері держави, виконання її окремих соціальних функцій)
Результати незадовільного менеджменту у сфері КСВ	Поганий рівень турботи і забезпечення безпеки, здоров'я, добробуту і соціальної захищеності персоналу		Непрозорість і невідповідність благодійної діяльності, відсутність практики обліку нефінансових благодійних пожертв. Відсутність оцінки якісних змін від благодійних ініціатив
Ризики підприємств	Діяльність у соціальній сфері, дотримання трудового законодавства і рівень контролю за реалізацією соціальних програм не відповідають вимогам законодавства і потребам персоналу. Наслідки: судові розгляди, цивільна відповідальність, втрата робочої сили, погана репутація підприємства і фінансові втрати		Недосконале законодавство, недовіра суспільства до програм у сфері КСВ, небезпека використання коштів не за призначенням, недостатня компетентність для оцінки впливу соціально відповідальної діяльності на фінансові показники
Переваги, що одержує підприємство за умови успішного менеджменту у сфері КСВ	Поліпшення умов праці і відпочинку персоналу; підвищення задоволеності персоналу; зростання цінності підприємства на ринку праці; можливості підвищення продуктивності праці; зниження плинності персоналу і витрат на навчання нових працівників; зниження втрат через неявки на роботу; підвищення мотивації персоналу до продуктивної праці і корпоративного патріотизму. Підвищення вартості підприємства; підвищення інвестиційної привабливості підприємства; одержання додаткової конкурентної переваги		Поліпшення іміджу і репутації на внутрішньому і зовнішньому ринках; підвищення довіри до діяльності підприємства

ускладнює впровадження і реалізацію стратегії КСВ у діяльності підприємств.

Подальші дослідження проблеми соціальної відповідальності підприємств можуть бути спрямовані на: обґрунтування заходів щодо удосконалення соціальної інфраструктури у країні; розроблен-

ня шляхів адаптації концепції КСВ до умов господарювання українських підприємств; обґрунтування форм статистичної звітності у сфері соціальної відповідальності підприємств; розробку зрозумілих і обґрунтованих показників оцінки ефекту від КСВ на рівні окремих підприємств, держави, суспільства.

Література

1. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. — 1991. — July-August [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www-rohan.sdsu.edu/faculty/.../rpmts.pyramidofcsr.pdf.
2. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf.
3. Благоев Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю. Е. Благоев // Российский журнал менеджмента. — 2004. — № 3. — С. 17–34.
4. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / под общей ред. С. Е. Литовченко. — М. : Ассоциация Менеджеров, 2004. — 80 с.
5. Благоев Ю. Е. Доклад о социальных инвестициях в России — 2008 / Ю. Е. Благоев ; под общ. ред. Ю. Е. Благоева, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. — М. : Ассоциация Менеджеров, 2008. — 92 с.
6. Шевчук Я. А. Корпоративная социальная ответственность как фактор повышения трудовой мотивации персонала : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук / Я. А. Шевчук. — М., 2009. — 27 с.
7. Корпоративное волонтерство в контексте корпоративной социальной ответственности [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.iblf.ru/files/common/ppp/AN00517_Buklet.pdf.
8. Гуменна О. В. Соціальна відповідальність бізнесу в контексті інноваційного розвитку економіки / О. В. Гуменна // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Економіка». Випуск 7. — 2009 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009.../09gavdoe.pdf.
9. Маліновська О. Я. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: етапи становлення / О. Я. Маліновська // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Вип. 18. — 2008. — С. 200–204.
10. Петренко Ю. М. Сутність корпоративної соціальної відповідальності : вітчизняний та зарубіжний підхід / Ю. М. Петренко // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 1. — Т. 1. — С. 191–195.
11. Шмиголь Н. М. Управління рівнем корпоративної соціальної відповідальності як механізм отримання КСВ-доходу підприємством / Н. М. Шмиголь [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_3/.../DU310_40.pdf.
12. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/7_Social.pdf.
13. Левін П. Б. Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Україні / П. Б. Левін [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Npkntu_e/2009_15/stat.../18.pdf.
14. Нешадин А. А. Границы социальной ответственности / А. А. Нешадин [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.hse.ru/temp/2006/files/20060404-06/20060405_neshadin.doc.
15. Последняя версия проекта международного стандарта ISO:26000 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.csjournal.com/2418-poslednyaya-versiya-proekta-mezhdunarodnogo-standarta-iso-26-000.html>.
16. Putten F. P. A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility / F. P. Putten // NRG working paper series. — November 2005 no. 05–09 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>.
17. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес-Студія. — 2005. — № 10 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
18. КСО отчеты. CSRJOURNAL — сайт о корпоративной социальной ответственности и устойчивом развитии [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.csjournal.com/liveexperience/socreports/kso-otchetu/page/1/>.
19. Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність (SA8000)» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=n0015697-07>.
20. Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід (звіт за результатами дослідження) / А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський ; за заг. ред. А. Гулевської-Черниш. — К. : Салютіс, 2010. — 60 с.
21. Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги (проект). — К. : Держспоживстандарт України, 2009. — 84 с.
22. Уайлдфайр-Філд Н. Корпоративна соціальна відповідальність: регіональні тенденції у Східній Європі / Н. Уайлдфайр-Філд [Електронний ресурс]. — Режим доступу : ukraine.usaid.gov/ukr/lib/regional%20cr%20trends_eu_march08_ukr.pdf.

Надійшла до редакції 11.03.2011 р.