

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Володимир Холявка
канд.екон.наук, доцент

Христина Лешко
аспірант

*Львівський університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)*

У сучасних умовах зростає популярність запровадження принципів корпоративної соціальної діяльності. В Україні ці процеси відносно нові і немає загальноприйнятої моделі соціальної відповідальності бізнесу. Для того щоб визначити, до якої моделі розвитку соціальної відповідальності належить Україна потрібно дослідити певні аспекти: соціально-історичний розвиток, культурні особливості країни, географічне розміщення, екологічний розвиток, економічний розвиток, державну політику, пріоритети щодо напрямків колективної соціальної відповідальності (КСВ).

За результатами аналізу сучасної наукової літератури виокремлено низку моделей корпоративної соціальної відповідальності бізнесу:

- американська модель реактивного втручання держави, що характеризується мінімальною участю владних інститутів у розв'язанні соціальних питань;
- європейська модель активного втручання держави, характерною ознакою якої є надання соціальних благ на загальній основі та врахування інтересів усіх сторін;
- японська, або азіатська, модель обмеженого втручання держави в розв'язання соціальних проблем, яка характеризується другорядним впливом уряду, водночас основну роль відіграють виробничі та торгові компанії.

Довгий час існувала думка, що корпоративна соціальна відповідальність є суто американським явищем. На нашу думку, причиною цього є те, що це поняття зародилося саме в США. Завдяки природі американського бізнесу, КСВ визначали більше через філантропічну модель, що передбачає розподіл частини прибутків компанії на благо місцевої громади. Колективна соціальна відповідальність, як правило, реалізується через численні благодійні фонди, які займаються меценатством, спонсорством, розв'язуванням соціальних

проблем коштом бізнесу. Також КСВ часто пов'язують із волонтерськими проектами, у яких беруть участь працівники компаній у робочий та неробочий час.

У європейській моделі ведення КСВ в бізнесі передбачено досить помітний вплив держави, з якою існують партнерські відносини. Колективна соціальна відповідальність в європейських країнах регулюється нормами, стандартами та законами, встановлено обов'язковість медичного страхування, пенсійного регулювання, природоохоронної діяльності підприємств. У багатьох європейських країнах широко використовують системи стимулювання через фіскальні та фінансові стимули.

Японській моделі КСВ властива передусім максимальна підтримка культурних традицій країни. Саме поняття бізнесу передбачає складник КСВ, а саме бізнес надає житло, здійснює навчання спеціалістів, надає фінансову підтримку при народженні дитини, її навчанні, виплачує вихідну допомогу й корпоративні пенсії тощо.

Трапляються й інші моделі: британська, англо-саксонська, континентальна, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох основних моделей та своїми принципами ґрунтуються на них.

Україна повинна розробити свою модель КСВ, оскільки має спільні та відмінні риси з описаними моделями. Українські компанії використовують терміни «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна відповідальність», але їхня соціальна політика здебільшого є одноразовою благодійністю, яку компанія висвітлює у ЗМІ та інтернеті. Однак урахуовуючи, що наша країна є членом ЄС, можна зазначити, що європейська модель є для нашої країни найбільш прийнятною, позаяк умови впровадження та розвитку КСВ прописані та мають наявний приклад Європейської спільноти. З досвіду країн ЄС ефективність поширення КСВ у підприємствах значною мірою залежать від державного регулювання, одним із найважливіших інструментів є такі стимули: податкові пільги, компенсації за екологізацію, соціальний захист персоналу, підвищення якості продукції та послуг тощо. Ці стимули повинні бути чітко прописані та впроваджені на законодавчому рівні, а їх дієвість залежить від прозорості та ефективності механізму впровадження.

Практика японської моделі КСВ нам не підходить через те, що український працівник часто змінює місце праці, що пов'язано з економічним і політичним станом у країні, тому ми не можемо стверджувати що підприємство для нас є «виробнича сім'я».

Із кожним роком в Україні впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності зростає. Звичайно, передусім це компанії, які стикаються з міжнародними інвесторами, працюють на міжнародних біржах, співпрацюють з ІТ-компаніями, компаніями штаб-квартири яких

розташовані в різних країнах. Великі українські компанії наслідують їх досвід і розвивають уже свої практики запровадження принципів КСВ.

На нашу думку, в Україні потрібно вводити реформи на більш масштабному рівні, з урахуванням що ми лише на початку побудови системи КСВ бізнесу та умов сьогодення. Головною рисою української моделі КСВ має бути те, що на регіональному й державному рівнях соціальний внесок має бути на добровільних засадах, але корпорації, які це ігнорують, ризикують втратити прихильних клієнтів і залишитися без співпрацівників. Національний Банк України має отримувати звіти від великих та середніх підприємств з даними зовнішньої та внутрішньої КСВ, це все має бути у вільному доступі, щоб будь-який громадянин міг переглянути звіт компанії, яка його цікавить. Необхідно застосовувати стратегічні підходи для документального забезпечення формування КСВ на рівні українських суб'єктів господарювання. Зокрема, на сучасному етапі звіти КСВ відображають у міжнародних стандартах якості ISO.

Формування КСВ є складним процесом, який займатиме тривалий період часу. Підприємства у своїй діяльності повинні врегулювати економічні, екологічні та соціальні питання зі стейкхолдерами — незалежними зацікавленими особами та організаціями.

Список використаних джерел

1. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / кол. автор. : О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. Київ : Енергія, 2008. 96 с.
2. Гігіс Т. П., Собчук А. Г. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3 (49). С. 70-74.
3. Градюк Н. М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/22_PNR_2011/Economics/10_90610.doc.htm