

Чистіліна Т.О.

к.ф.н., доцент ХННІ ДВНЗ «Університет банківської справи»,

Пересада Ю. О.

магістрантка 1 року навчання

ХННІ ДВНЗ «Університет банківської справи»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Актуальним напрямком політики комерційних організацій в умовах глобалізованої економіки є корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Світовий досвід доводить, що реалізація КСВ є вагомим фактором забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни. Внаслідок запровадження КСВ вирішуються конкретні задачі: мінімізується негативний вплив від діяльності підприємств, вирішуються соціальні та екологічні проблеми як на місцевому, так і на глобальному рівні; підвищується прогнозованість, стабільність і стійкість середовища, в якому функціонує бізнес [1]. Для України проблема впровадження КСВ та приведення її практики у відповідність до світових стандартів є актуальною у зв'язку з європейським вектором розвитку держави та необхідністю підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних компаній як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Через відсутність усталеної традиції ведення бізнесу на засадах соціальної відповідальності для українських комерційних організацій доцільно використовувати тактику наслідування кращих світових практик КСВ з метою скорішого досягнення в цьому напрямку рівня європейських та світових стандартів. Зокрема, прикладами для наслідування можуть слугувати практики КСВ найбільш успішних міжнародних компаній:

1. BMW (Німеччина). Серед світових автовиробників BMW вважається лідером за рівнем реалізації корпоративної соціальної відповідальності [2]. Ще в 1973 році в компанії була введена посада Environmental Officer (співробітника, який стежить за дотриманням екологічних норм на виробництві). Компанія активно взаємодіє не тільки зі своїми споживачами, але і з суспільством в цілому: фахівці BMW створюють освітні програми, що підвищують рівень обізнаності про соціальні та екологічні загрози, безпеку дорожнього руху, проблеми лікування ВІЛ-позитивних людей. Активна соціально-відповідальна діяльність і прозоре управління значно покращили репутацію компанії. BMW є однією з найбільш шанованих та успішних автомобільних компаній сучасності.

2. Chipotle and Intermarche (США, Франція). Французька мережа супермаркетів Intermarche та американська компанія Chipotle в рамках своїх КСВ-ініціатив вирішили разом боротися з нераціональним використанням природних ресурсів на планеті, виступивши проти збільшення обсягів харчових відходів за допомогою проекту «Безславні фрукти і овочі» (The Inglorious Fruit and Vegetable) [2]. В рамках проекту була знята серія рекламних роликів, героями яких були фрукти та овочі з нестандартною формою. Зазвичай такі товари псуються через те, що покупці не звертають на них уваги. Але в рекламі йшлося про те, що смак яблука або картоплі не залежить від його форми, а мережа магазинів пропонувала придбати подібні продукти зі знижкою 30%. В результаті в мережі Intermarche істотно зменшилася кількість придатних до вживання продуктів, що викидаються через не надто товарний вигляд.

3. LEGO (Данія). Компанія LEGO є одним зі світових лідерів в сфері КСВ. Зокрема, величезні кошти виділяються на розробку та впровадження екологічно чистих матеріалів. Також LEGO займається зниженням впливу виробничих потужностей та продукції на навколишнє середовище, вирішенням проблеми глобальної зміни клімату та скороченням викидів за рахунок підвищення енергоефективності. Підприємство прагне до відповідального видобутку та раціонального використання природних ресурсів, а також до вдосконалення технологій управління відходами. До того ж, в компанії LEGO вважають за необхідне ділитися своїми розробками в напрямку відповідального виробництва, оскільки цього вимагають загальнолюдські проблеми та виклики найближчого майбутнього [2].

4. Phoenix Mining Consultants (Великобританія). Ця гірничодобувна компанія практикує КСВ в напрямку уважного ставлення до потреб свого персоналу та місцевого населення. Наголос робиться на створенні робочих місць для місцевого населення всюди, де це можливо. Підприємства РМС розвивають інфраструктуру, а також покращують системи освіти та охорони здоров'я в районах, прилеглих до гірничодобувних комплексів. Крім цього, компанія бере на себе відповідальність за природоохоронне управління та захист місцевих видів тварин [2].

В Україні також є підприємства, на яких корпоративна соціальна відповідальність досягає високого рівня. Зокрема, це агроіндустріальний холдинг МХП, що дотримується принципів сталого розвитку, піклуючись про навколишнє середовище за допомогою комплексу заходів: сертифікації всіх технологічних процесів та правильної утилізації відходів. Підприємства Групи МХП активно взаємодіють з місцевим населенням в місцях розташування виробничих потужностей, підтримуючи стійкий розвиток громад. Холдинг бере участь у співфінансуванні соціально-орієнтованих проектів та самостійно реалізує проекти, які допомагають розвивати регіони присутності МХП. Також компанія розвиває зелену

енергетику: у 2012 році почав свою роботу біокомплекс з переробки продуктів життєдіяльності тварин. Це дозволило мінімізувати енерговитрати, переробляти 100% продуктів життєдіяльності, а компанія отримала надійне джерело відновлюваної енергії [2]. Але такий системний підхід до політики КСВ скоріше виключення, ніж правило для українських комерційних організацій.

Названі компанії працюють в різних сферах, проте є дещо спільне між ними. Усі вони будують політику КСВ на рекомендаціях Організації міжнародного співробітництва і розвитку (ОМСР), яка пропонує принципи та стандарти для відповідальної поведінки бізнесу в різних сферах, включаючи працевлаштування, промислові відносини, права людини, навколишнє середовище, розкриття інформації, боротьбу з корупцією, інтереси споживачів, науку та технології, конкуренцію та оподаткування. ОМСР, об'єднуючи 30 країн, перш за все є форумом, в рамках якого уряди країн-членів та впливові бізнес-суб'єкти мають можливість обговорювати, розробляти та удосконалювати економічну та соціальну політику. Вони обмінюються досвідом, шукають способи вирішення спільних проблем, виробляють узгоджену внутрішню та зовнішню політику, яка в сучасному світі повинна представляти собою все більш щільну мережу єдиних наднаціональних підходів до вирішення цих проблем [3]. Отже, в реалізації політики КСВ міжнародними корпораціями спостерігається тенденція до стандартизації, вироблення єдиних принципів, норм, напрямків та правил. В якості координаторів цього процесу виступають міжнародні організації, такі як ОМСР.

Таким чином, проаналізувавши практики реалізації КСВ в міжнародному бізнесі, необхідно відзначити їх актуальність, широке застосування найвпливовішими суб'єктами світового бізнесу, тенденцію до стандартизації в рамках пропонованих міжнародними організаціями принципів та норм. КСВ в умовах глобалізації стає вагомим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення сталого соціально-економічного розвитку суспільства. В той же час, спостерігається досить низький рівень КСВ серед вітчизняних комерційних організацій. Причин такого явища кілька: брак досвіду та усталених традицій у сфері КСВ (особливо серед вітчизняних представників малого та середнього бізнесу), відсутність державної підтримки, брак коштів, слабка поінформованість про переваги та актуальні напрямки КСВ [4]. Подальші дослідження сучасних тенденцій КСВ в міжнародному бізнесі мають важливе значення для українських комерційних організацій. Адже, наслідування прикладу найкращих світових практик КСВ є ефективною тактикою підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу та досягнення ним рівня європейських партнерів і конкурентів. Поширення зарубіжного досвіду

необхідно для розвитку вітчизняних компаній і полегшення їх виходу на зовнішній ринок.

Список використаних джерел

1. Шутаєва О.О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О.О. Шутаєва // Культура народів Причорномор'я. – 2014. – № 273. – С. 73-78. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/93113/15-Shutaieva.pdf?sequence=1>
2. Пять примеров корпоративной ответственности: мировая практика [Электронный ресурс] // Информационное агентство ЛІГАБізнесІнформ, 2007-2018. – 11.07.2018. – Режим доступу: <https://news.liga.net/all/pr/5-primerov-korporativnoy-otvetstvennosti-mirovaya-praktika>
3. Олійник О.О. Корпоративна соціальна відповідальність в системі управління персоналом підприємства [Електронний ресурс] / О.О. Олійник // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2015. – № 1. – С. 142-147. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/9324/1/142%20-%20149.pdf>
4. Жмай О.В. Корпоративна соціальна відповідальність: перспективи та можливості серед підприємств малого та середнього бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Жмай // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2015. – Т. 14, вип. 2. – С. 185-193. – Режим доступу: http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/r_econom/ryn-econom14-2%202015.pdf