

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ НА МІСЦЕВІ СПІЛЬНОТИ

Шевченко Т.П., аспірантка

Харківський національний університет ім. В.Н.Каразіна

В Україні, на жаль, відсутнє чітке розуміння такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). В більшості випадків підприємства не розуміють який тягар відповідальності вони несуть перш за все перед людьми, на яких впливає їхня діяльність. Найважливішим індикатором соціальної відповідальності підприємців виступає їх свідомі і цілеспрямована участь у вирішенні злободенних соціальних проблем, що стоять перед працівниками підприємств, мешканцями територій в місцях розташування підприємницьких структур, перед державою і суспільством в цілому, що вирішується за допомогою соціальних інвестицій.

Ще однією особливістю українського бізнесу є те, що згідно з дослідженнями Центру «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» найбільш сформованим і чіткіше означеним є розуміння КСВ у представників підприємств з чисельністю працюючих понад 50 осіб. В табл.1 наведено приклади реалізації КСВ великими міжнародними компаніями.

Таблиця 1

Технології КСВ, що застосовують міжнародні компанії

№ з/п	Назва компанії	Технології, що використовуються, для підтримки місцевих громад та навколишнього середовища
1	Кока-Кола	<ul style="list-style-type: none">- підтримка громадських заходів, спрямованих на пропаганду активного способу життя;- підтримка соціальних благодійних програм та участь у їх розробці;- підтримка програм, спрямованих на захист довкілля та водних ресурсів [1].
2	Макдональдс	<ul style="list-style-type: none">- допомога споживачам будувати краще суспільство через різноманітні соціально орієнтовані програми і благодійні заходи;- використання розміру, масштабу та ресурсів, щоб зробити світ кращим [4].
3	DCH	<ul style="list-style-type: none">- дотримання норм українського законодавства, галузевих норм та інших зобов'язань, що бере на себе холдинг і його підрозділи;- екологічна відповідальність, що передбачає проведення необхідних природоохоронних заходів під час реалізації інвестиційних проектів;- інвестиції в соціально значимі проекти;- грошові пожертвування, а також пожертвування товарів чи послугами [2].

Сфера підприємництва малого та середнього бізнесу в незалежній Україні вирізняється швидкими темпами росту: за 16 років чисельність невеликих підприємств збільшилися у 7 разів, від 47084 у 1991 році до 380789 у 2007 році [3]. Але важливо зазначити, що в Україні з 1991 року

виділяли лише малі та великі підприємства, і лише з прийняттям Господарського кодексу у 2003 році стали розрізняти ще й середні підприємства. Стає зрозумілим, що велика частка підприємств України не розуміють, а значить і не застосовують принципи ведення соціально-відповідального бізнесу.

Таким чином, можна зробити висновок, що великі міжнародні компанії, на відміну від середнього та малого бізнесу, мають більш чітке розуміння КСВ та частіше застосовують технології КСВ, в якості конкурентних переваг. Це безумовно дає змогу говорити про необхідність подальшої підтримки розвитку КСВ на середніх та малих підприємствах України.

1. Звіт соціальної відповідальності 2007-2009 [Електронний ресурс] / Coca-Cola. – 2012. Режим доступу: <http://www.coca-cola.ua/uk/downloads/CSRpreview.zip>
2. Корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс] / DCH. – 2012. Режим доступу: <http://www.dch.com.ua/ua/about/otvet/>
3. Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в Україні. – К. : Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2010. – 31 с.
4. МакДональдз та суспільство [Електронний ресурс] / МакДональдс. – 2011. – Режим доступу: <http://www.mcdonalds.ua/ukr/pro-kompaniju/-makdonaldz--ta-suspilstvo/>

Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 19–21 червня 2012 року / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 133-134.