

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, м. Київ, 01011, Україна
e-mail: olgaszua@gmail.com
orcid.org/0000-0002-7253-8091
Researcher ID: S-5188-2017

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Гахович Наталия Георгиевна, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник отдела промышленной политики

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины»
ул. Панаса Мирного, 26, м. Киев, 01011, Украина
e-mail: ngahovich@gmail.com

Кушниренко Оксана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник отдела промышленной политики

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины»
ул. Панаса Мирного, 26, м. Киев, 01011, Украина
e-mail: kyshnoksana@gmail.com

Зарудная Ольга Станиславовна, младший научный сотрудник отдела промышленной политики

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины»
ул. Панаса Мирного, 26, м. Киев, 01011, Украина
e-mail: olgaszua@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Gakhovich Natalia, Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Senior Research Officer of Department of Industrial Policy

Institute for economics and forecasting NAS of Ukraine
26, Panasa Myrnoho, Kyiv, 01011, Ukraine
e-mail: ngahovich@gmail.com

Kushnirenko Oksana, Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Senior Research Officer of Department of Industrial Policy

Institute for economics and forecasting NAS of Ukraine
26, Panasa Myrnoho, Kyiv, 01011, Ukraine
e-mail: kyshnoksana@gmail.com

Zarudna Olga, Junior Research Officer of Department of Industrial Policy

Institute for economics and forecasting NAS of Ukraine
26, Panasa Myrnoho, Kyiv, 01011, Ukraine
e-mail: olgaszua@gmail.com

УДК 005.35

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2020-46-115-127>

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

**Зленко А. М.,
Ісайкіна О. Д.**

Актуальність теми дослідження. В умовах системної перебудови економіки України у напрямі її адаптації до світових стандартів однією з невід'ємних складових успішного функціонування сучасного бізнесу стає розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності. На сьогоднішній день сталий економічний розвиток визначається не фактором наявності сировини або ринків збуту, а можливістю для підприємств долучитися до ринку висококваліфікованих трудових ресурсів, наукових винаходів та новітніх технологій. У світі все більш загострюються та стають актуальними проблеми зайнятості населення, соціальна нестабільність, погіршення стану навколишнього середовища. Усе це обумовлює необхідність становлення інноваційної моделі розвитку та принципів корпоративної соціальної відповідальності, яка стає одним із найважливіших напрямів ринкової економіки.

Постановка проблеми. Теоретично доведено і підтверджується практикою провідних компаній світу, що соціальна відповідальність може і має розглядатись як важливий соціальний ресурс організації, здатний формувати конкретні переваги, забезпечувати стійкість розвитку, адекватно реагувати на соціальні виклики (як внутрішні, так і зовнішні), перетворюючи останні з обмежень на можливості. Слід підкреслити, що соціальна відповідальність постає як важливий соціальний ресурс незалежно від того, якої концепції соціальної відповідальності дотримується компанія.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу закладені в дослідженнях таких провідних зарубіжних учених: А. Берле, Г. Боуена, М. Веласкеса А. Керолла, Ф. Котлера, Г. Мінза, Дж. Ролза, К. Сміта, М. Фрідмана та ін. Особливий інтерес із вивчення цієї проблеми становлять праці сучасних вітчизняних науковців: О. Даниленка, В. Євтушенка, А. Колота, Н. Кирилюк, М. Кужелева, В. Мамонтової, О. Шеремети та інших.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Недостатньо дослідженим у вітчизняному науковому середовищі залишається питання ефективності функціонування корпоративної соціальної відповідальності в українській бізнес-практиці та формування вітчизняної моделі КСВ.

Постановка завдання, мета дослідження. Ключовим напрямком діяльності світової спільноти сьогодні є розвиток людського капіталу як основа загального добробуту держави. Однією з умов виконання концепції людського розвитку та людського капіталу виступає впровадження та дотримання основ корпоративної соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). Мета роботи полягає у комплексному аналізі розвитку КСВ в Україні.

Методологія проведення дослідження. В ході написання статті були використані методи аналізу і синтезу, системного підходу, статистичного аналізу, узагальнення і структурування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інститут соціально відповідального бізнесу характерний для більшості країн з економікою, що базується на ринкових цінностях, давніми демократичними традиціями, з розвиненим громадянським суспільством. В сучасних умовах в різних країнах участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем або жорстко регулюється в рамках чинного комерційного, податкового, трудового, екологічного законодавства або здійснюється самостійно під впливом спеціально встановлених стимулів і пільг. В Україні цей процес знаходиться на початкових етапах свого розвитку і відбувається в умовах домінуючих позицій держави, екстремально слабкого розвитку інститутів громадянського суспільства і олігархічного розвитку бізнесу.

Галузь застосування результатів. Результати дослідження можуть бути застосовані в процесі формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності сучасного підприємства.

Висновки відповідно до статті. Корпоративна соціальна відповідальність в розвинених країнах світу давно вже стала частиною функціонування суспільства. Сьогодні лідери вітчизняного бізнесу приєднуються до глобального руху за соціально відповідальний бізнес. Для того щоб кошти, що виділяються на соціальні ініціативи, приносили стійкі результати і працювали на імідж бізнесу, компанії повинні перейти до вибудовування цієї діяльності на системній основі у відповідності зі стратегією. Саме тут відкриваються широкі перспективи для об'єднання зусиль компаній, організацій громадянського суспільства, засобів масової інформації і держави.

Безпосередні бізнес-вигоди від впровадження КСВ – створення стабільного ділового середовища, зниження операційних ризиків, зростання фінансових показників та продажів, підвищення продуктивності праці, зниження рекрутингових витрат, розширення ринку і, як наслідок, збільшення ринкової вартості компанії у перспективі.

Взаємодія політичних, соціальних та економічних суб'єктів, заснована на принципах соціального партнерства, дозволяє забезпечити стабільний поступальний розвиток держави. З підвищенням значущості нефінансових чинників сталого розвитку (соціальної стабільності, екологічної безпеки тощо), актуалізуються практичні та теоретичні аспекти соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), бізнес-середовище, бізнес-організації, менеджмент, соціальна активність і управлінська інновація, соціальне інвестування.

ОСОБЕНОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Зленко А. Н.,
Исайкина Е. Д.

Актуальность темы исследования. В условиях системной перестройки экономики Украины в направлении адаптации к мировым стандартам, одной из неотъемлемых составляющих успешного функционирования современного бизнеса становится разработка стратегии корпоративной социальной ответственности. На сегодняшний день устойчивое экономическое развитие определяется не фактором наличия сырья или рынков сбыта, а возможностью для предприятий приобщиться к рынку высококвалифицированных трудовых ресурсов, научных изобретений и новейших технологий. В мире все более обостряются и становятся актуальными проблемы занятости населения, социальная нестабильность, ухудшение состояния окружающей среды. Все это обуславливает необходимость становления инновационной модели развития и принципов корпоративной социальной ответственности, становится одним из важнейших направлений рыночной экономики.

Постановка проблемы. Теоретически доказано и подтверждается практикой ведущих компаний мира, что социальная ответственность может и должна рассматриваться как важный социальный ресурс организации, который способен формировать конкретные преимущества, обеспечивать устойчивость развития, адекватно реагировать на социальные вызовы (как внутренние, так и внешние), превращая последние из ограничений в возможности. Следует подчеркнуть, что социальная

ответственность выступает как важный социальный ресурс независимо от того, какой концепции социальной ответственности придерживается компания.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологические аспекты формирования и развития корпоративной социальной ответственности бизнеса заложены в исследованиях ведущих зарубежных ученых: А. Берле, Г. Боуэна, М. Веласкеса А. Кэрлла, Ф. Котлера, Г. Минца, Дж. Ролза, К. Смита, М. Фридмана и др. Особый интерес по изучению этой проблемы составляют работы современных отечественных ученых: А. Даниленко, В. Евтушенко, А. Колот, Н. Кирилюк, М. Кужелева, В. Мамонтовой, А. Шеремета и других.

Выделение неисследованных частей общей проблемы. Недостаточно исследованным в отечественной научной среде остается вопрос эффективности функционирования корпоративной социальной ответственности в украинской бизнес-практике и формирования отечественной модели КСО.

Постановка задачи, цель исследования. Ключевым направлением деятельности мирового сообщества сегодня является развитие человеческого капитала как основа общего благосостояния государства. Одним из условий выполнения концепции человеческого развития и человеческого капитала выступает внедрение и соблюдение основ корпоративной социальной ответственности бизнеса. Цель исследования заключается в комплексном анализе развития КСО бизнеса в Украине.

Методология проведения исследования. В ходе написания статьи были использованы методы анализа и синтеза, системного подхода, статистического анализа, обобщения и структурирования.

Изложение основного материала исследования. Институт социально ответственного бизнеса характерен для большинства стран с рыночной экономикой, давними демократическими традициями и развитым гражданским обществом. В современных условиях в различных странах участие бизнеса в решении социальных проблем или жестко регулируется в рамках действующего коммерческого, налогового, трудового, экологического законодательства или осуществляется самостоятельно под воздействием специально установленных стимулов и льгот. В Украине этот процесс находится на начальных этапах своего развития и происходит в условиях доминирующих позиций государства, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса.

Область применения результатов. Результаты исследования могут быть применены в процессе формирования стратегии корпоративной социальной ответственности современного предприятия.

Выводы в соответствии со статьей. Корпоративная социальная ответственность в развитых странах мира давно уже стала частью функционирования общества. Сегодня лидеры отечественного бизнеса присоединяются к глобальному движению за социально ответственный бизнес. Для того чтобы средства, выделяемые на социальные инициативы, приносили стабильные результаты и работали на имидж бизнеса, компании должны перейти к выстраиванию этой деятельности на системной основе в соответствии со стратегией. Именно здесь открываются широкие перспективы для объединения усилий компаний, организаций гражданского общества, средств массовой информации и государства.

Непосредственные бизнес-выгоды от внедрения КСО – создание стабильной деловой среды, снижение операционных рисков, рост финансовых показателей и продаж, повышение производительности труда, снижение рекрутинговых расходов, расширение рынка и, как следствие, увеличение рыночной стоимости компании в перспективе.

Взаимодействие политических, социальных и экономических субъектов, которое основано на принципах социального партнерства, позволяет обеспечить стабильное поступательное развитие государства. С повышением значимости нефинансовых факторов устойчивого развития (социальной стабильности, экологической безопасности и т.д.), актуализируются практические и теоретические аспекты социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность (КСО), бизнес-среда, бизнес-организации, менеджмент, социальная активность и управленческая инновация, социальное инвестирование.

FEATURES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN UKRAINE

Zlenko Alla,
Isaikina Olena

Relevance of the research topic. In the conditions of systemic restructuring of the economy of Ukraine in the direction of its adaptation to world standards, one of the integral components of the successful functioning of modern business is the development of a strategy of corporate social responsibility. Today, sustainable economic development is not determined by the factor of availability of raw materials or markets, but the opportunity for companies to join the market of highly skilled labor, scientific inventions and the latest technologies. The problems of employment, social instability, and deteriorating environment are becoming more acute and urgent in the world. All this necessitates the formation of an innovative model of development and principles of corporate social responsibility, which is becoming one of the most important areas of a market economy.

Formulation of the problem. It is theoretically proven and confirmed by the practice of the world's leading companies that social responsibility can and should be considered as an important social resource of the

organization, able to form concrete benefits, ensure sustainable development, adequately respond to social challenges (both internal and external), turning the latter into opportunities. It should be emphasized that social responsibility appears as an important social resource, regardless of the concept of social responsibility the company adheres to.

Analysis of recent research and publications. Theoretical and methodological aspects of the formation and development of social responsibility of business are embedded in the studies of the following leading foreign scientists: A. Berle, G. Bowen, M. Velazquez, A. Carroll, F. Kotler, G. Minz, J. Rawls, K. Smith, M. Friedman et al. Of particular interest in studying this problem are the works of modern domestic scientists: O. Danylenko, V. Yevtushenko, A. Kolota, N. Kyryliuk, M. Kuzhelev, V. Mamontova, O. Sheremeta and others.

Selection of unexplored parts of the general problem. The issue of the effectiveness of the functioning of corporate social responsibility in Ukrainian business practice and the formation of the domestic model of CSR remains insufficiently studied in the domestic scientific environment.

Problem statement, purpose of research. The key direction of the world community today is the development of human capital as the basis of the general welfare of the state. One of the conditions for the implementation of the concept of human development and human capital is the introduction and compliance with the basics of corporate social responsibility of business (CSR). The purpose of the work is a comprehensive analysis of the development of CSR in Ukraine.

Research methodology. During the writing of the article the methods of analysis and synthesis, system approach, statistical analysis, generalization and structuring were used.

Presentation of the main research material. The institution of socially responsible business is typical of most countries with economies based on market values, long-standing democratic traditions, and a developed civil society. In modern conditions in different countries, the participation of business in solving social problems is either strictly regulated under current commercial, tax, labor, environmental legislation or carried out independently under the influence of specially established incentives and benefits. In Ukraine, this process is in the initial stages of its development and takes place in a dominant position of the state, extremely weak development of civil society institutions and oligarchic business development.

Field of application of results. The results of the study can be applied in the process of forming a strategy of corporate social responsibility of a modern enterprise.

Conclusions in accordance with the article. Corporate social responsibility in the developed world has long been part of society. Today, domestic business leaders are joining the global movement for socially responsible business. In order for funds allocated for social initiatives to bring sustainable results and work on the image of the business, companies must move to building these activities on a systemic basis in accordance with the strategy. It is here that broad prospects open up for the joint efforts of companies, civil society organizations, the media and the state.

The immediate business benefits of CSR are the creation of a stable business environment, reduced operational risks, increased financial performance and sales, increased productivity, reduced recruitment costs, market expansion and, consequently, increased market value in the future.

The interaction of political, social and economic actors, based on the principles of social partnership, allows to ensure the stable progressive development of the state. With the increasing importance of non-financial factors of sustainable development (social stability, environmental security, etc.), the practical and theoretical aspects of social responsibility are updated.

Key words: corporate social responsibility (CSR), business environment, business organizations, management, social activity and managerial innovation, social investment.

JEL Classification: M13-14, O31

Постановка проблеми. Теоретически доказано і підтверджується практикою ведущих компаній мира, що соціальна відповідальність може і повинна розглядатися як важкий соціальний ресурс організації, який спосібн формувати конкретні переваги, забезпечувати стійкість розвитку, адекватно реагувати на соціальні виклики (як внутрішні, так і зовнішні), перетворюючи останні з обмежень в можливості. Слідует підкреснути, що соціальна відповідальність виступает як важкий соціальний ресурс незалежно от того, якій концепції соціальної відповідальності придержується компанія. В компанії, а точнее, у тих, хто определяет ее политику, всегда остаются ожидания выгоды (экономической, социальной, моральной) от социально ответственного поведения. Вместе с тем, анализ лучших практик внедрения эффективных систем корпоративной социальной ответственности свидетельствует о наличии существенных различий в составе направлений социальной активности бизнес-организаций. Разнообразие социальных вызовов, стоящих перед организациями, различия в задачах по повышению конкурентоспособности и в бизнес-стратегиях актуализируют выбор конкретных практик социальной активности, поиск оптимального варианта их сочетания и интеграции в систему корпоративного управления. Так что дело не столько в том, какой корпоративной социальной ответственности придерживается топ-менеджмент, а в том, чем конкретно ее наполнять, как конструировать систему социальной активности, какой должна быть структура и иерархия направлений социально ответственного поведения в специфических условиях деятельности компании в ответ на внешние и внутренние вызовы, уже стоящие перед бизнес-организацией или, те, которые вероятно, появятся в недалекой перспективе [7, с. 3-17].

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологические аспекты формирования и развития корпоративной социальной ответственности бизнеса заложены в исследованиях ведущих зарубежных ученых: А. Берле, Г. Боуэна, М. Веласкеса А. Кэролла, Ф. Котлера, Г. Минза, Дж. Ролза, К. Смита, М. Фридмана и др. Особый интерес по изучению этой проблемы составляют работы современных отечественных ученых: А. Даниленко, В. Евтушенко, А. Колот, Н. Кирилук, М. Кужелева, В. Мамонтовой, А. Шеремета и других.

Постановка задачи, цели исследования. Ключевым направлением деятельности мирового сообщества сегодня является развитие человеческого капитала как основа общего благосостояния государства. Одним из условий выполнения концепции человеческого развития и человеческого капитала выступает внедрение и соблюдение основ корпоративной социальной ответственности бизнеса. Цель работы заключается в комплексном анализе развития КСО в Украине.

Методология проведения исследования. В ходе написания статьи были использованы методы анализа и синтеза, системного подхода, статистического анализа, обобщения и структурирования.

Изложение основного материала (результаты работы). Институт социально ответственного бизнеса характерен для большинства стран с рыночной экономикой, давними демократическими традициями и развитым гражданским обществом. В современных условиях в различных странах участие бизнеса в решении социальных проблем или жестко регулируется в рамках действующего коммерческого, налогового, трудового, экологического законодательства или осуществляется самостоятельно под воздействием специально установленных стимулов и льгот. В Украине этот процесс находится на начальных этапах своего развития и происходит в условиях доминирующих позиций государства, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса [2, с. 43-47].

В научной литературе корпоративную социальную ответственность толкуют по-разному. Однако, одним из самых обоснованных, по нашему мнению, является определение, по которому корпоративная социальная ответственность – это рациональный отзыв организации на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон (стейкхолдеров), направленный на устойчивое развитие компании; это ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого эти решения нацелены. По своей сути корпоративная социальная ответственность – это имплементированный в корпоративное управление определенный тип социальных обязательств (в основном добровольных) перед работниками, партнерами, государством, институтами гражданского общества и обществом в целом [7, с. 3-17].

За последние годы институт корпоративной социальной ответственности прошел путь от организационно-управленческой экзотики глобальных корпораций к стандартным технологиям внедрения этого феномена в практику организаций различных форм собственности и хозяйствования, различных размеров и видов экономической деятельности, функционирующих во всем мире. Создание специальных подразделений и координационных групп по внедрению системы КСО, введение в организационную структуру управления компаниями должности вице-президента по КСО, внедрение этических кодексов и корпоративной культуры, пронизанной духом социальной активности и ответственности, разработка проектов социального инвестирования, подготовка и публикация социальных (нефинансовых) отчетов – далеко не полный перечень управленческих инноваций, которые широко применяются в практике бизнес-структур, так и других организаций. Так, по имеющимся данным, в 2010 г. в мире было опубликовано около 4000 отчетов по социальной ответственности компаний, что более чем в четыре раза превышает уровень 2000 г. Поэтому есть все основания утверждать, что все большее количество бизнес-организаций воспринимает КСО не как принуждение, а как корпоративную стратегию устойчивого развития [7, с. 3-17].

Достаточно часто корпоративную социальную ответственность рассматривают как продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологически устойчивому развитию общества [10, с. 23].

Также корпоративную социальную ответственность можно трактовать, как достижение коммерческого успеха путем соблюдения морально-этических принципов сообщества и окружающей среды. В более широком смысле под корпоративной социальной ответственностью следует понимать ответственное отношение любой компании к своему продукту или услуге, потребителям, работникам, партнерам, активную социальную позицию компании, которая заключается в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участие в решении острых социальных проблем [1, с. 35].

Заслуживает внимания интерпретация корпоративной социальной ответственности как добровольной деятельности компаний частного и государственного секторов, направленной на соблюдение высоких стандартов операционной и производственной деятельности, социальных стандартов и качества работы с персоналом, минимизации вредного воздействия на окружающую среду, с целью выравнивания имеющихся экономических и социальных диспропорций, создание доверительных взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством, улучшения результативности бизнеса и показателей доходности в долгосрочном периоде [9, с. 56].

Несмотря на множество трактовок феномена «корпоративная социальная ответственность», которые имеют право на существование и дают возможность расширить и (или) углубить сущностные характеристики этого явления, все же большинство толкований концентрируется вокруг первого, сформулированного Г. Боуэном, определения, согласно которому социальная ответственность бизнесмена заключается в

реализации такой политики, принятии таких решений или соблюдении такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества [7, с. 3-17].

Единого понимания в этом вопросе нет, но все подходы солидарны в одном: корпоративная социальная ответственность – это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сотрудничает в процессе деятельности, и перед обществом в целом. Социальной ответственностью бизнеса является достижение коммерческого успеха таким образом, чтобы соблюдались этические ценности, и оказывалось уважение к людям, обществу и окружающей среде. В этом смысле социальная ответственность реализуется по определенным направлениям:

- ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами;
- ответственность за потребителей;
- ответственность в отношении работников;
- экологическая ответственность;
- ответственность компании перед обществом в целом [2, с. 43-47].

Несмотря на большое разнообразие компаний, работающих на основе принципов социально ответственного бизнеса, сфер экономики, в которых действуют фирмы и корпорации, концепция КСО включает следующие составляющие:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в области охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- политику в отношении персонала [2, с. 43-47].

Для успешного внедрения принципов корпоративной социальной ответственности и повышения уровня эффективности функционирования ее нужно развивать, начиная с микроуровня (уровня корпорации, фирмы). С этой целью их деятельность должна строиться на таких основополагающих принципах:

- разработка социальных пакетов для работников и их семей;
- повышение квалификации работников;
- соблюдение экологической ответственности;
- развитие корпоративной культуры;
- развитие отношений с профсоюзами и советами трудовых коллективов;
- ответственное отношение к партнерам и потребителям;
- ответственность компании перед обществом в целом [2, с. 43-47].

Корпоративную социальную ответственность правомерно рассматривать как компонент социальных ресурсов бизнес-организации или составляющую ресурсного портфеля. При этом КСО способна приумножать и внутренние, и внешние ресурсы компании. Внутренние ресурсы растут путем удовлетворения спроса на КСО со стороны персонала. Есть основания утверждать, что удовлетворение спроса работников на КСО способствует развитию корпоративной культуры, социальному диалогу, формирует более высокий уровень доверия, развивает положительные мотивационные установки работников, повышает уровень лояльности персонала к компании, улучшает моральный климат в коллективе. Удовлетворение спроса на КСО со стороны внешних заинтересованных сторон – потребителей, поставщиков, местных общин и т.д. – способно развивать внешние ресурсы компании. Речь идет о так называемых невидимых ресурсах компании, связанных с новыми масштабами и новым качеством корпоративной культуры, корпоративной репутации, доверия со стороны заинтересованных сторон. Указанные ресурсы, кроме прямого, непосредственного влияния на результаты деятельности компании, способны обеспечивать латентное страхование финансово-экономического состояния от неблагоприятных обстоятельств и внешних рисков.

Последние теоретические и прикладные исследования в области КСО убеждают, что деятельность социально ответственных бизнес-организаций демонстрирует неодинаковые, дифференцированные последствия влияния тех или иных направлений КСО на результативность деятельности компаний, различную их отдачу. Это актуализирует выбор оптимального варианта системы КСО, необходимость поиска наиболее приемлемых решений объемов и структуры социальных инвестиций. Следовательно, в каждом конкретном случае компания должна найти лучший для себя уровень КСО, оптимизировать объемы и структуру социальных инвестиций. Важно, что указанное является актуальным как для компаний, которые рассматривают КСО как экономическую стратегию, так и для других бизнес-организаций [7, с. 4-17].

Не остались в стороне от этого общемирового тренда и украинские компании. В наиболее успешных из них развитие КСО в целом согласуется с мировой тенденцией постепенной интеграции принципов социальной ответственности в корпоративную политику, стратегию роста социальных инвестиций, отвечает интересам, как организаций, так и субъектов внешней среды.

Сегодня в Украине сформирован ряд мотивирующих факторов становления отечественной модели КСО. Общий перечень названных мотивов формируется в разрезе внешней и внутренней бизнес среды страны. Характеристики международной среды страны мотивируют развитие и формирование отечественной модели корпоративной социальной ответственности. Это прежде всего:

- необходимость позиционирования Украины в глобальной бизнес-среде;

– географическая принадлежность к региону с устойчивыми традициями в сфере КСО – Европейского Союза;

– поддержка глобальных инициатив: Глобального договора Организации Объединенных Наций (ГД ООН), Руководства для мультинациональных предприятий Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Всемирного совета бизнеса по устойчивому развитию (WBCSD) 1, Принципов ООН по социальной ответственности инвесторов (PRI) 2, Глобальной инициативы по отчетности (GRI), Международного стандарта ISO 26000 «Руководства по социальной ответственности». Европейская комиссия рассматривает КСО в контексте устойчивого развития региона и Стратегии Европейской комиссии по корпоративной социальной ответственности (КСО) 2011-2014: быстрее, выше, сильнее. Свои приоритеты ЕС продвигает и в отношениях с партнерами – странами программы Соседства, к которым относится и Украина. В повестке дня об ассоциации утвержденном в 2009 году, предусмотрено выполнение обязательств нашей страны, касающиеся КСО. В частности в сферах: государственных закупок, устойчивого развития, промышленной, предпринимательской и социальной политики, сохранения окружающей среды, обеспечения равноправия и соблюдения прав человека, защите прав потребителя [12].

Корпоративная социальная ответственность в компаниях на Западе уже давно стала общепринятым явлением, однако в Украине работодателей, которые придерживаются мировых стандартов, пока не так много. По оценкам издательской группы «Картель» в 2010 г. были определены 20 наиболее ответственных в сфере социальной корпоративной ответственности отечественных компаний, которые не только зарабатывают в этой стране, но и, прежде всего, понимают, что они должны вкладывать в будущее. В частности, было отмечено пятерку компаний с интересными программами, которые представили результаты того, как они работают на будущее Украины.

В двадцатку лучших социально ответственных представителей бизнеса попали крупнейшие компании из совершенно разных сфер, например: «ДТЭК», «Киевстар», «Метинвест», «Нестле», WOG, оператор государственных лотерей «М.С.Л.» и другие. При отборе учитывался не только размер инвестиций, но и интерес, оригинальность и важность проектов для общественности в целом. В пятерку самых интересных программ попал и лидер украинского лотерейного рынка – компания «М.С.Л.». Цель лотерейного оператора – развитие спорта, культуры и инфраструктуры в Украине. При этом директор по маркетингу компании подчеркнул, что каждый, кто покупает лотерейный билет, вкладывает деньги в развитие страны. На счету компании – поддержка Национального олимпийского комитета, Федерации футбола Киева, детских спортивных школ, помощь разнообразным благотворительным организациям, Вооруженным силам Украины и др.

По результатам Национального Конкурса бизнес-кейсов по КСО, проведенного Центром и международными экспертами в 2014-2015 годах, гран-при получила компания ДТЭК за программу по созданию агентств местного развития на территориях присутствия. Агентства активно способствуют нахождению дополнительных источников финансирования для проектов повышения качества жизни людей, развития предпринимательской деятельности, решения текущих проблем муниципальной инфраструктуры и общей активизации местного населения. Кроме того, победителями в разных категориях стали:

Корпоративное управление – компания «Прикарпатьеобленерго» за проект по созданию «Инициативного центра», который не только помогает компании усовершенствовать существующие бизнес-процессы, но и способствует развитию и поддержке инициативности работников.

Экологические практики – компания «1 + 1 медиа» за проект «Green Team – более чем «зеленый офис»», в рамках которого были созданы условия для продуктивного кросс-функционального взаимодействия и достигнута экономия электроэнергии, воды, бумаги и других ресурсов за счет внедрения принципов «зеленого офиса».

Отношения с потребителями – компания «ВиДи Груп» за программу «Как завоевать лояльность потребителей: совершенствование системы обслуживания и внедрения управления качеством».

Трудовые практики – Университет банковского дела НБУ за программу «Здоровая молодежь – здоровая финансовая система Украины», в рамках которой в обучение была введена дисциплина «Менеджмент профессионального здоровья».

Развитие общин – компания «Amway» по программе: «Предпринимательские таланты Украины достойны собственного «Оскара»!». Цель которого – помочь украинкам поверить в себя и раскрыть свой потенциал в бизнесе, вдохновившись примером женщин-предпринимателей, которые достигли успеха в нашей стране [4].

Лучший кейс в сфере корпоративной социальной ответственности в 2015 году получила юридическая фирма «Астерс» за кейс «Юридическая школа ЕВА и «Астерс»; победителем номинации «честные операционные практики» стала корпорация «Пласке», а лучшим экологическим кейсом (экологическое просвещение) был признан проект торговой сети «Фокстрот» – всеукраинский конкурс «ЕКОклас». Проект сети «Фокстрот» возник в ответ на две национальные проблемы: критическое состояние окружающей среды Украины и проблема неосведомленности и безразличного отношения к экологической ситуации в стране. Премию Pro Bono Award 2015 получили сразу две фирмы: юридическая фирма «Василь Кисиль и Партнеры» за кейс «Реформа управления государственной собственностью» и юридическая фирма CMS Cameron McKenna за кейс, который касался оздоровления детей. Награду «Юридическая компания, меняет страну» получило адвокатское объединение Arzinger за кейс, касающийся разработки пакета законов, направленных на борьбу с коррупцией в Минздраве путем передачи государственных закупок лекарственных средств и

медицинских изделий специализированным организациям (Всемирная организация здравоохранения, ЮНИСЕФ, Crown Agents и др.). Отдельно было отмечено кейс «Открытый Суд», который презентовал директор юридической фирмы Lions Litigate Станислав Батрин [11].

По исследованию Pro Bono Club Ukraine, к числу самых популярных направлений, в которых компании реализуют свои проекты корпоративной социальной ответственности, относятся: образование, условия труда и экология. Центр «Развитие КСО» совместно с Группой Компаний «ЛИГА», что в 2019 году стала одним из его действующих членов, представили 10 наиболее значимых инициатив украинских компаний в 2019 году:

- Преодоление бедности. Группа Компаний «ЛИГА» и МБФ «Let'shelp» провели всеукраинский флешмоб #LETSHELPPBABUSYA для популяризации темы и привлечение внимания общества и государства к проблеме бедности населения и неспособности людей старшего поколения обеспечить себя продуктами первой необходимости из-за крайне низких доходов. Флешмоб проводится с 2018 года. За это время было проведено уже шесть акций, к которым присоединилось более 700 волонтеров из 20 областей и 30 городов и поселков. За все время акции участники помогли сделать покупки почти 2500 пенсионерам. Общая сумма всех 6 флешмобов, которая была потрачена на оплату чеков при проведении благотворительных акций, превысила 600 тыс. грн.

- Крепкое здоровье и благополучие. Социальный проект «Здоровое зрение» национальной сети «Люксоптика». В Украине уже много лет наблюдается стремительное ухудшение зрения у детей школьного возраста. По данным Ассоциации детских офтальмологов Украины, ежегодно в 250 тыс. учеников диагностируют проблемы со зрением. Проект стартовал в 2016 году в школах Украины. Компания внедрила в своей сети оптик бесплатную диагностику зрения по предварительной записи по понедельникам с 09:00 до 13:00. За первый год работы свое зрение проверили более 1,5 тыс. школьников и более 3 тыс. граждан в оптиках компании по всей стране. В 2017 году свое зрение смогли проверить еще более 2000 тыс. школьников и более 4 тыс. граждан. В 2018 году количество проверенных в пределах проекта учеников увеличилось до 4 тыс., а в сочетании с мобильной диагностикой в пределах Украины и в оптиках сети выросла до 7 тыс. человек. В 2019 году было проверено более 12 тыс. человек.

- Качественное образование. Первый украинский банк «ПУМБ» совместно с Центром «Развитие КСО» предложил десятиклассникам проект «Моя карьера в Украине», который состоял из нескольких этапов. Первый – конкурс эссе, в котором дети выбирали возможную профессию по душе, делились своим видением перспектив самореализации в выбранной профессии и возможным вкладом в развитие страны. Второй этап проекта – 5 региональных встреч в Киеве, Харькове, Львове, Одессе, Запорожье с успешными людьми в своей профессии. Третий этап – создание мотивационной презентации, в которой подростки делились впечатлениями от региональной встречи, описывали, чем она была полезна и их дальнейшие шаги в построении карьеры. Результатом стало 1400 эссе на тему будущей профессии; 250 участников региональных конференций в 5 городах; 30 спикеров; 50 победителей проекту.

- Достойный труд и экономический рост. В течении последних нескольких лет компания Syngenta находится в состоянии трансформации, что сказалось на эффективности работы и эмоциональном состоянии сотрудников. Для улучшения ситуации компанией было решено создать единую целостную культуру и объединить команду вокруг ключевых ценностей. Были определены важные направления развития корпоративной культуры и внутренних и внешних социальных проектов.

1. Развитие лидерства – #Syngenta Leaders
2. Развитие корпоративной культуры – #Happy With Syngenta
3. Привлечение молодежи и развитие образовательных инициатив – #Syngenta Young Talents.
4. Привлечение сотрудников к социальным проектам – #Be Responsible.

Компании удалось удержать баланс и лояльность сотрудников на высоком уровне. Созданные фокус-группы, в которых были задействованы работники стали драйверами новых изменений и проектов. В течение 2018-2019 гг. около 70% сотрудников из разных офисов и департаментов были вовлечены в социальные инициативы. Проведено более 30 командообразующих и социальных мероприятий. Уровень вовлеченности сотрудников остался на том же уровне, что и был в начале трансформационного периода.

- Промышленность, инновации и инфраструктура. После 2030 г. заканчиваются сроки эксплуатации большинства энергоблоков украинских АЭС. Вместе с тем прослеживается тенденция к увеличению сроков и стоимости строительства новых АЭС с большей мощностью и снижением их конкурентоспособности. В связи с этим все больше стран изучает возможность внедрения альтернативных технологий, в частности модульных реакторов малой мощности (MPMM), реакторов SMR-160 американской компании Holtec International. Внедрение новых для Украины реакторных технологий требует подготовки высококвалифицированных кадров. В 2019 г. НАЭК «Энергоатом» был проведен конкурс инновационных идей в рамках проекта «Весенняя школа НАЭК «Энергоатом» – 2019», в котором приняли участие студенты высших учебных заведений и молодые специалисты. Задачей конкурса было обоснование внедрения в Украине технологии модульного реактора малой мощности (одной на выбор) в соответствии с рядом определенных критериев. В конкурсе приняли участие шесть команд (38 человек), каждая из которых предложила на рассмотрение жюри презентацию выбранной технологии.

- Сокращение неравенства. В течение 2016 – 2019 годов агентство Isobar Ukraine реализовало инициативу по трудоустройству глухих и слабослышащих людей, и тем самым стало первым агентством на рынке digital, которое внедрило социально ответственную практику в отношении людей с нарушениями слуха. С помощью

проекта, люди с недостатками слуха получили возможность освоить базовые знания современных профессий и в перспективе работать в современных компаниях наравне с другими работниками.

- Устойчивое развитие городов и сообществ. «Делойт» в Украине поддерживает инициативу «Смотри украинское – твори свое будущее!». Инициаторами и разработчиками проекта является Ассоциация «Содействие развитию кинематографа в Украине – смотри украинское!» и компания «Вавилон». В частности, «Делойт» выступила спонсором фильма, собравшего наибольшее количество голосов во время конкурса молодых украинских сценаристов. Компания является партнером Ассоциации в создании трех короткометражных фильмов уже второй сезон подряд. Два фильма украинских режиссеров – «Клоун» и «Гроб» – профинансировала компания. На создание третьего фильма, «Звонок», топ-менеджмент компании собрал собственные средства. В общем, фильмы проекта «Смотри украинское!» уже получили более 20 фестивальных наград.

- Ответственное потребление и производство. Компания Ашан начала масштабную акцию с целью научить людей делать покупки без полиэтилена. В 2019 году компания провела всего 6 «Дней без полиэтилена» в 22 гипермаркетах Ашан в 9 городах Украины. Два основных мероприятия были проведены в рамках события: отказ от пластиковой упаковки в магазине в пользу безопасной для окружающей среды, просветительские лекции об отходах, переработку и жизнь в стиле Zero Waste для сотрудников компании, а для клиентов был устроен учебный поход за покупками без полиэтилена и обсуждение книги «Ноль отходов» автора Беа Джонсон.

- Защита экосистем суши. Компания Фокстрот презентовала корпоративный рейтинг эко-ответственных работников «Здесь работают дальновидные» к 10-летию корпоративного движения «Зеленый офис». В течение проведения рейтинга были отправлены на переработку 6,5 тонн макулатуры и около 100 кг крышечек, а в екоактивностях и флешмобах приняли участие более 200 сотрудников офиса.

- Партнерство ради устойчивого успеха. «Ты сможешь – METRO поможет» – инициатива, направленная на борьбу с голодом и уменьшением количества отходов в пищевой промышленности компании Метро в Украине. За период октябрь 2017 – сентябрь 2018 гг. компания передала на благотворительность почти 160 тыс. единиц различных продуктов питания и товаров первой необходимости, а с начала сотрудничества (2011 год) – почти 800 тыс. единиц. Основной тип продукции, переданной на благотворительность, относится к категориям товаров бакалея, выпечка, кондитерские изделия, фрукты и овощи [8].

Однако, некоторые организации Украины только формально декларируют внедрения КСО. В частности, по результатам мониторинга Глобальный договор ООН исключил из своей сети 372 компании за отказ сообщать о прогрессе в течение не менее двух лет подряд. В список нарушителей попали и украинские компании, в частности: UNSS LLC, Тетра Пак Украина, Ericsson, Эдипресс Украина, Charitable Centre-Association of «Gruppo», ООО «Международная общественная безопасность». В том числе, исключены четыре украинские компании: группа компаний «Гринко», ООО «Комфи-трейд» (Днепр), владеющая в Украине сетью магазинов бытовой техники и электроники под брендом Comfy, ОАО «Судостроительный завод «Залив» (Керчь) и ОАО «Завод «Фиолент» (Симферополь) [6].

24 января 2020 г. распоряжением Кабинета министров Украины была одобрена Концепция реализации государственной политики в сфере содействия развитию социально ответственного бизнеса в Украине на период до 2030 года [8].

В ходе реализации Концепции предполагается достичь таких краткосрочных результатов для национальной экономики:

- создание благоприятных правовых, финансовых и организационных условий для развития социально ответственного бизнеса;
- создание новых рабочих мест, в том числе для внутренне перемещенных лиц и лиц с инвалидностью;
- создание безопасных и здоровых условий труда, снижение уровня производственного травматизма и профессиональной заболеваемости;
- обеспечение равных возможностей для работников в решении вопросов трудоустройства без дискриминации по признаку пола;
- уменьшение уровня загрязнения сточных вод; восстановление земель для органического производства;
- обеспечение открытости и доступности информации о деятельности субъекта хозяйственной деятельности; увеличение количества добровольных публичных отчетов (интегрированных и / или нефинансовых) субъектов хозяйственной деятельности, содержащих информацию об осуществлении субъектами хозяйственной деятельности мероприятий по внедрению стандартов ведения социально ответственного бизнеса;
- уменьшение проявлений коррупции;
- распространение лучшего опыта социально ответственного бизнеса;
- улучшение качества товаров и услуг;
- уменьшение вреда для здоровья и окружающей среды, возникающее в результате потребления и / или утилизации товаров низкого качества;
- развитие инновационной деятельности;
- создание и функционирование индустриальных (промышленных) парков;
- усиление сотрудничества с центральными и местными органами исполнительной власти в расследованиях нарушений конкуренции;
- уменьшение случаев нарушения антимонопольного законодательства;
- уменьшение количества исков относительно неправильного начисления сумм налогов;

- увеличение количества субъектов хозяйственной деятельности, разрабатывают, реализуют собственные стратегии развития и деятельности, проекты социальной ответственности;
- обеспечение интеграции отечественных специалистов по вопросам развития социально ответственного бизнеса в европейскую и мировую профессиональную среду.

Кроме того, предполагается достичь таких долгосрочных результатов:

- обеспечения устойчивого социально-экономического развития государства, достижения целевых показателей устойчивого развития для Украины;
- обеспечение развития социально ответственного бизнеса как приоритета государственной политики;
- повышение уровня конкурентоспособности государства и макроэкономических показателей;
- увеличение объема рынков товаров и услуг;
- рост уровня оплаты труда и занятости населения;
- повышение деловой репутации бизнеса;
- улучшение качества дорожной инфраструктуры;
- обеспечение инновационного и технологического развития;
- повышение качества человеческого капитала;
- обеспечение рационального использования природных ресурсов, снижение уровня энергопотребления и уменьшения объема выбросов, снижение воздействия производственной деятельности на окружающую природную среду и сохранения биоразнообразия, что достигается путем осуществления субъектами хозяйственной деятельности экологических инноваций и создание системы экологического менеджмента;
- улучшение репутации отечественного бизнеса как социально ответственного;
- введение единого подхода к восприятию развития социально ответственного бизнеса в Украине всеми группами заинтересованных лиц;
- содействие развитию системы публичной отчетности с целью повышения уровня осведомленности общества о производстве субъектами хозяйственной деятельности социально ответственной деятельности;
- активизация инвестиционных и инновационных процессов;
- поддержка развития торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества Украины с иностранными государствами на основе взаимной выгоды путем соблюдения международных стандартов ведения социально ответственного бизнеса отечественными субъектами хозяйственной деятельности;
- увеличение объема привлеченных иностранных инвестиций в отечественную экономику [8].

В результате реализации Концепции предполагается достичь следующих показателей:

Показатель	единица измерения	2015	2025	2030
Соотношение средней заработной платы женщин и мужчин	процентов	74,9	83	85
Соотношение среднемесячной заработной платы (доходов) десятой и первой децильных групп работников (децильный коэффициент)	раз	31,2	18	15
Темпы номинального роста среднемесячной заработной платы	процентов	100	более 500	более 850
Доля объектов общественного и гражданского назначения, благоустройства, транспортной инфраструктуры, дорожного сервиса, оборудованных с учетом потребностей лиц с инвалидностью	процентов	0-15	70	90
Доля транспортных средств общего пользования, приспособленных для использования лицами с инвалидностью по зрению, слуху и с поражениями опорно-двигательного аппарата	процентов	0-15	70	90
Доля веб-сайтов, доступных для лиц с нарушением зрения и слуха	процентов	0-15	70	90
Доля телевизионного эфирного времени, адаптированного для восприятия лицами с нарушением слуха субтитрами и / или переводом на жестовый язык	процентов	0-15	65	80
Доля работодателей, которые обеспечили надлежащее исполнение статей 19 и 20 Закона Украины «Об основах социальной защищенности лиц с инвалидностью в Украине»	процентов	75	90	100
Количество лиц, пострадавших от несчастных случаев на производстве, которые привели к потере трудоспособности на один рабочий день или больше	процентов от уровня 2015 г.	100	60	50
Количество лиц, погибших в результате несчастных случаев на производстве	процентов от уровня 2015 г.	100	50	45
Доля работников, занятых на работах с вредными условиями труда, в общем количестве штатных работников	процентов	26	17	12
Доля сбросов загрязненных (загрязненных без очистки и недостаточно очищенных) сточных вод в водные объекты в общем объеме сбросов	процентов	15,7	10	5
Индекс прозрачности субъекта хозяйственной деятельности	процентов	19,3	45	60
Прирост прямых иностранных инвестиций в экономику Украины	млрд.долларов США	3	16	17,5

2020 г. очень актуализировал для бизнеса необходимость занимать активную социальную позицию и участвовать в решении самых острых социальных проблем. Сегодня КСО все больше начала становиться инструментом борьбы за клиентов и работников.

Согласно исследованию «Рейтинг работодателей Украины» 2019 – 2020 гг. при выборе работы респондентами значимость такого критерия, как «социальная ответственность бизнеса», несколько превалирует над международным статусом компании и ее высокотехнологичностью и ощутимо больше, над популярностью бренда [5].

По данным глобального отчета о корпоративной социальной ответственности (The Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility and Sustainability), 70% потребителей в Украине готовы платить больше за продукцию компаний, которые ответственно относятся к обществу и окружающей среде [5].

Если до всемирной пандемии КСО-проекты были частью общей коммуникации компаний и брендов, то в последние несколько месяцев они стали чуть ли не единственным доступным и возможным инструментом для того, чтобы оставаться в информационном поле и просто выжить. Много компаний включились в борьбу с коронавирусом и сопутствующим кризисом. Вот лишь несколько примеров таких активностей:

- JDE обеспечила более 800 000 чашек кофе (и это только в Украине) для медиков и экстренных служб, которые круглосуточно спасают пациентов;

- TEDIS Ukraine провели благотворительный аукцион с целью поддержки в период карантина одиноких пожилых людей, испытывающих трудности с приобретением продуктов и лекарств. Лотами на аукционе были hand made изделия работников компании и членов их семей. На собранные средства закуплено продуктовые наборы и передано пожилым людям в разных регионах Украины;

- Vodafone Украина предоставила бесплатный доступ к познавательным-развлекательным сервисам: Vodafone Press, Vodafone Music, Bookmate и BeFit, чтобы подбодрить тех, кто оставался дома на карантине. Для абонентов предоплаченных тарифов была предоставлена возможность бесплатно подключить услугу Online Pass, чтобы безлимитно общаться в популярных социальных сетях и мессенджерах. А в рамках поддержки проекта «Всеукраинская школа online» был открыт свободный доступ к трансляциям уроков через сервис Vodafone TV;

- Бизнес-клиенты получили от Киевстар доступ к решениям по организации удаленных офисов в любой точке страны без абонентской платы;

- lifecell анонсировал инициативу по поддержке медиков Украины и начал бесплатно предоставлять 20 ГБ Интернета и 1500 минут для звонков на городские и мобильные номера по Украине. Оператор также отменил плату за звонки и трафик на веб-ресурса МЗ и МИД Украины [5].

Таким образом, как подтверждают открытые исследования компании, которые уделяют внимание корпоративной социальной ответственности, имеют немалое преимущество в глазах пользователей их услуг. Реализация КСО в украинской бизнес-практике способствует повышению уровня конкурентоспособности компаний в глобальной среде за счет повышения качества продукции, снижение энерго- и материалоемкости, улучшения трудовых отношений и социальной защиты общества. Это уже не просто модный бизнес-тренд, а необходимый атрибут компании, если она хочет оставаться актуальной для новых поколений.

Выводы. Корпоративная социальная ответственность в развитых странах мира давно уже стала частью функционирования общества. Сегодня лидеры отечественного бизнеса присоединяются к глобальному движению за социально ответственный бизнес. Для того чтобы средства, выделяемые на социальные инициативы, приносили стабильные результаты и работали на имидж бизнеса, компании должны перейти к выстраиванию этой деятельности на системной основе в соответствии со стратегией. Именно здесь открываются широкие перспективы для объединения усилий компаний, организаций гражданского общества, средств массовой информации и государства.

Непосредственные бизнес-выгоды от внедрения КСО – создание стабильной деловой среды, снижение операционных рисков, рост финансовых показателей и продаж, повышение производительности труда, снижение рекрутинговых расходов, расширение рынка и, как следствие, увеличение рыночной стоимости компании в перспективе.

Взаимодействие политических, социальных и экономических субъектов, которое основано на принципах социального партнерства, позволяет обеспечить стабильное поступательное развитие государства. С повышением значимости нефинансовых факторов устойчивого развития (социальной стабильности, экологической безопасности и т.д.), актуализируются практические и теоретические аспекты социальной ответственности.

Список использованных источников

1. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 268 с.
2. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. № 1 (17)-2 (18), 2014. С.43-47.
3. Бізнес, що змінює країну. URL: https://project.liga.net/projects/business_changing/#17
4. В Україні визначили найкращі практики з корпоративної соціальної відповідальності. URL: <http://csrukraine.org/news/в-україні-визначили-найкращі-практик>
5. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/>
6. Глобальний Договір ООН виключив 657 компаній в 2014 році. URL: <http://csr-ukraine.org/news/глобальний-договір-оон-виключив-657-комп>

7. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. Україна: аспекти праці. №8, 2013. С.3-17.
8. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
9. Корпоративна соціальна відповідальність: експертна оцінка та практика в Україні. Київ: Друкарня ТОВ «ТЕФ ОЛБІ», 2008. 160 с.
10. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
11. Оголошено переможців конкурсу кейсів з КСВ. URL: http://zib.com.ua/ua/120174-ogolosheno_peremozhchiv_konkursu_keysiv_z_korporativnoi_socia.html
12. Петрашко Людмила. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/4853>

References

1. Baffett, U. (2008). *Esse ob investitsiyakh, korporativnykh finansakh i upravlenii kompaniyami* [Essays on Investment, Corporate Finance and Company Management]. Moskva: Al'pina Biznes Buks. 268 [in Rus.].
2. Berzhanir, A. L. (2014). *Korporativna sotsial'na vidpovidal'nist' yak chynnyk pidvyshchennya efektyvnosti suchasnoho biznesu* [Corporate social responsibility as a factor in creasing the efficiency of modern business]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya – Economics and management organization*, 1(17)-2(18), 43-47 [in Ukr.].
3. Biznes, shchozminiue krainu [Business that changes the country]. URL: https://project.liga.net/projects/business_changing/#17 [in Ukr.].
4. V Ukraini vyznachyli naikrashchi praktyky z korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Best practices in corporate social responsibility have been identified in Ukraine]. URL: <http://csrukraine.org/news/8-україні-визначили-найкращі-практики> [in Ukr.].
5. Vidpovidalni biznes: yak kompanii pidtrymuvaly odna odnu ta suspilstvo [Responsible business: how companies supported each other and society]. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo/> [in Ukr.].
6. Hlobalnyi Dohovir OON vykliuchyv 657 kompanii v 2014 rotsi [The UN Global Compact excluded 657 companies in 2014]. URL: <http://csr-ukraine.org/news/глобальний-договір-оон-виключив-657-комп> [in Ukr.].
7. Kolot, A. (2013). *Suchasna filosofii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv*. [Modern philosophy of corporate social responsibility: the evolution of views]. *Ukraina: aspekty pratsi – Ukraine: aspects of work*, 8, 3-17. [in Ukr.].
8. Kontseptsiiia realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spriannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku [The concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text> [in Ukr.].
9. Korporativna sotsialna vidpovidalnist: ekspertna otsinka ta praktyka v Ukraini (2008). [Corporate social responsibility: expert assessment and practice in Ukraine]. Kyiv: Drukarnia TOV «TEF OLBІ», 160 [in Ukr.].
10. Kotler, F. (2005). *Korporativna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshе dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society]. Kyiv: Standart. 302 [in Ukr.].
11. Oholosheno peremozhchiv konkursu keisiv z KSV. [The winners of the CSR case competition have been announced]. URL: http://zib.com.ua/ua/120174-ogolosheno_peremozhchiv_konkursu_keysiv_z_korporativnoi_socia.html [in Ukr.].
12. Petrashko, L. *Korporativna sotsialna vidpovidalnist v ukrainskii biznes praktytsi* [Corporate social responsibility in Ukrainian business practice]. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/4853> [in Ukr.].

ДАНІ ПРО АВТОРІВ

Зленко Алла Миколаївна, кандидат історичних наук, доцент кафедри документознавства ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» вул. Сухомлинського 30, м. Переяслав, Київська обл., Україна, 08401
e-mail: zlenko.am@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-5586-3984>

Ісайкіна Олена Дмитрівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри документознавства ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» вул. Сухомлинського 30, м. Переяслав, Київська обл., Україна, 08401
e-mail: isaykina.od@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6370-7546>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Зленко Алла Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры документоведения ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды» ул. Сухомлинского 30, г. Переяслав, Киевская обл., Украина, 08401
e-mail: zlenko.am@ukr.net

Исайкина Елена Дмитриевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры документоведения
e-mail: isaykina.od@ukr.net
ГБУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды»
ул. Сухомлинского 30, г. Переяслав, Киевская обл., Украина, 08401

DATA ON AUTHORS

Zlenko Alla, candidate of historical sciences, associate professor of scientific discipline of documentation
Pereyaslav-Khmenytsky Hryhoriy Skovoroda Pedagogical University
30, Sukhomlynsky Str., Pereyaslav, Kyiv region, Ukraine, 08401
e-mail: zlenko.am@ukr.net

Isaikina Olena, candidate of historical sciences, associate professor of scientific discipline of documentation
Pereyaslav-Khmenytsky Hryhoriy Skovoroda Pedagogical University
30, Sukhomlynsky Str., Pereyaslav, Kyiv region, Ukraine, 08401
e-mail: isaykina.od@ukr.net

УДК: 334.027

<https://doi.org/10.31470/2306-546X-2020-46-127-132>

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Нестерова С. В.,
Копча В. В.,
Михальчинець Г. Т.

Предметом дослідження є теоретичні й практичні аспекти проблем, що постають у сфері державної підтримки малого та середнього підприємництва в Україні.

Метою статті є виявлення основних деструктивних чинників розвитку середніх та малих підприємств та встановлення шляхів їх подолання.

Методологічною основою статті є загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, такі як діалектичний метод, аналіз, групування даних, проблемно-цільовий підхід.

Результати роботи. У статті розглядається особлива роль середнього та малого підприємництва в частині формування ВВП, створення робочих місць, покращення демографічної ситуації. Наголошується, що значна частка підприємств або функціонує в тіньовому секторі, або не вживає заходів щодо підвищення прибутковості. Висунуто гіпотезу, що вагомою причиною такого стану є недосконалі державна підтримка підприємств малого та середнього бізнесу. Передусім, це велике податкове навантаження, низькі заробітні плати у секторі, нестабільне законодавство. Наголошується, що додатковим викликом стала і всесвітня пандемія коронавірусу: через карантинні заходи більшість підприємств малого та середнього бізнесу опинились на межі виживання.

Галузь застосування результатів. Матеріали, результати й висновки статті можуть бути використані у діяльності різноманітних громадських організацій, місцевих органів самоврядування як аналітичне підґрунтя звернень щодо необхідності державної підтримки середнього та малого підприємництва, в підготовці фахівців в середніх та вищих навчальних закладах.

Висновки. Малий та середній бізнес виступає стимулятором розвитку економіки. Він забезпечує вагому частку у структурі ВВП, сприяє розвитку середнього класу, здійснює позитивний вплив на демографічні показники. Можливість та здатність малого та середнього підприємництва до розвитку навіть за складних політичних та економічних умов доводить, що саме ці суб'єкти господарювання є основою для підтримки економіки в складні часи.

Таким чином, пріоритетним завданням уряду має стати створення сприятливого середовища для ведення бізнесу та розвитку малого та середнього підприємництва. Для цього повинні реально запрацювати програми підтримки: інформаційного характеру, фінансового забезпечення, соціального супроводу. Активна і цілеспрямована підтримка розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва сприяє зростанню ВВП та створенню нових робочих місць.

Ключові слова: середні та малі підприємства, розвиток, державна підтримка.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Нестерова С. В.,
Копча В. В.,
Михальчинець Г. Т.

Предметом исследования являются теоретические и практические аспекты проблем, стоящих в сфере государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Украине.