

УДК 338.24:658.114.2/.4-021.261]:330.34-021.387](477)"20"

DOI dx.doi.org/10.30970/vir.2018.45.0.9397

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НОВА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Юлія Масюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська 1, м. Львів, Україна, 79000, тел. (032) 239-46-03,
e-mail: joliebox@gmail.com*

Проаналізовано основні принципи та практичне значення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як чинника сталого розвитку економіки країни за сучасних умов. Досліджено аналіз практики становлення КСВ у різних країнах, наведено приклади запровадження КСВ у провідних світових компаніях. Визначено та охарактеризовано стратегічні пріоритети розвитку КСВ в Україні.

Поданий матеріал базується на таких основних методах дослідження як аналіз і синтез інформаційних джерел, спостереження та порівняння щодо становлення та функціонування засад соціально-економічного розвитку на різних рівнях державного управління.

Визначено роль корпоративної соціальної відповідальності як пріоритетного напрямку розвитку підприємства. Доведено важливість використання КСВ як інструменту підвищення ділової репутації, встановлення збалансованих відносини як з державою, так і з суспільством. Проаналізовано необхідність запровадження корпоративної соціальної відповідальності як майданчика для конструктивного діалогу між малим, середнім, великим бізнесом, потенційними інвесторами, диверсифікованими підприємствами та органами місцевого управління. Визначено, що сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність стали найважливішими інструментами управління діяльністю сучасних компаній. Охарактеризовано використання інструментів сталого розвитку для формування портфеля соціально відповідального інвестування, фінансових інструментів і продуктів, ідентифікації лідерів в галузі сталого розвитку, порівняння кращих практик різних світових компаній. Розкрито вплив світових практик корпоративної соціальної відповідальності на соціально-економічний розвиток підприємств та їхніх філій. Основні положення та висновки, викладені у статті, можна використати в наукових дослідженнях, пов'язаних з подальшою розробкою стратегічних орієнтирів для розвитку економіки регіону, в навчальному процесі, при підготовці навчальних і методичних посібників. Виконані дослідження можуть стати аргументами при вдосконаленні законодавства, спрямованого на урегулювання підприємницької діяльності у регіоні, країні.

Ключові слова: корпоративне управління; менеджмент; державне управління; підприємництво; сталий розвиток.

Ще двадцять років тому хороша заробітня плата була потужним стимулом і давала змогу компаніям успішно конкурувати за найкращих працівників та місце на ринку. Сьогодні цього недостатньо, сучасна економіка диктує нові вимоги і серед першочергових – питання корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Всебічна охорона навколишнього середовища, активні заходи щодо поліпшення умов праці, інвестиції в чисті технології – є свідчення того, як законодавство і нормативне регулювання заохочують відповідальну корпоративну поведінку.

Світовий досвід демонструє колосальну затребуваність і ефективність системи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Сьогодні щораз більше підприємств, організацій, науковців, практиків і просто небайдужих громадян цікавляться питаннями корпоративної соціальної відповідальності, корпоративною етикою, корпоративною громадською позицією, відповідальним бізнесом та ін.

КСВ – це, по-перше, виконання організаціями соціальних обов'язків, визначених законом, та готовність неухильно нести відповідальність за витрати. По-друге, КСВ – це готовність добровільно нести необов'язкові витрати на соціальні потреби понад меж, встановлених податковим, трудовим, екологічним та іншим законодавством, виходячи не з вимог закону, а з моральних міркувань [4].

Корпоративна соціальна відповідальність – це сукупність обов'язків, добровільно та погоджено вироблених за участю ключових зацікавлених сторін, з урахуванням думки персоналу та акціонерів, які відповідають специфіці та рівню розвитку компанії, регулярно переглядають, динамічно змінюють, щоб вони відповідали специфіці компанії.

Терміном «корпоративна соціальна відповідальність» прийнято визначати добровільно проведену компаніями роботу, що сприяє позитивному впливу їхньої діяльності на суспільство, навколишнє середовище та економіку. Комісія ЄС визначає КСВ як концепцію, «відповідно до якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальні та екологічні зобов'язання в свою діяльність і у взаємодію із зацікавленими сторонами». Прикладами подібних ініціатив є заходи по скороченню викидів вуглекислого газу, забезпечення рівних можливостей службового зростання, взаємодія з місцевими органами і організаціями.

Прийняті обов'язки виконують, здебільшого, за рахунок засобів компанії та націлених на реалізацію важливих внутрішніх та зовнішніх програм, результати яких сприяють розвитку компанії (зростання обсягу виробництва, підвищення якості продукції та послуг тощо). КСВ сприяє покращенню репутації та іміджу, становленню корпоративної ідентичності, розвитку корпоративних брендів, а також розширенню конструктивних партнерських зв'язків із державою, діловими партнерами, місцевими громадами та громадськими організаціями.

Наголосимо, що КСВ – це не лише відповідальність компаній перед людьми, організаціями, з якими вона зіштовхується в процесі діяльності, а й перед суспільством загалом. Це не лише набір принципів, відповідно до яких компанія вибудовує свої бізнес-процеси, а філософія організації підприємницької та громадської діяльності, якої дотримуються ті, хто турбується про свій розвиток, забезпечення достатнього рівня життя людей, хто дбає про розвиток суспільства загалом та збереження навколишнього середовища для наступних поколінь.

Не слід забувати: зовсім нещодавно загальноприйнято було вважати, що корпорації існують для виробництва продукції та надання послуг, які приносять прибуток їхнім акціонерам. Нобелівський лауреат Мілтон Фрідман стверджував, що ціллю корпорації є максимізувати доходи акціонерів, отож саме люди можуть нести соціальну відповідальність, корпорації відповідають перед своїми акціонерами, а не перед суспільством загалом [3]. Деякі досі сприймають КСВ як протиріччя самому характеру та цілям бізнесу, а також як втручання у вільну торгівлю, що, сьогодні є доволі архаїчним твердженням. Можна із впевненістю стверджувати, що такі концепції не користуються авторитетом. Окрім того, експерти переконані, що за правильного підходу до соціальної відповідальності, якщо її органічно вбудувати у процес виробництва, корпорація отримує нові можливості, інновації та конкурентні переваги [5, с. 16].

Зазвичай різноманітні моделі КСВ поповнили вітчизняну практику з приходом глобальних мультинаціональних компаній. Саме завдяки останнім на український ринок впроваджено такий підхід, коли стійка цінність продукту чи послуги виникає протягом усього ланцюжка «постачальник–виробник–споживач», а споживач висуває постачальнику та виробнику запит на нові технології та продукти.

Подолання вузького трактування КСВ, стійкий розвиток, прагнення вижити самим та підтримати найменш захищених спостерігаються у багатьох міжнародних компаній протягом остатнього десятиліття. Особливу роль у цьому процесі відіграє цифрова економіка, яка вносить свої корективи у звичний процес бізнесу, зумовлюючи різке скорочення витрат, насамперед у невиробничій сфері.

Згідно з дослідженнями компанії «VISA», збільшення частки електронних розрахунків сприяє економічному зростанню: люди витрачають більше, економіка швидше росте, а влада збирає більше податків. Значна частина приросту податкових надходжень простежується за рахунок того, що люди із тіньової економіки щораз більше переходять на легальні відносини. Простий перехід на цифрові розрахунки спричиняє до збільшення доходів місцевих бюджетів приблизно на 4,3 % [5, с. 17]. Без перебільшення, для усіх компаній, які намагаються зберегти та наростити свій вплив на ринку, настав час здійснити повний аудит моделі бізнесу та замислитися щодо закриття тих напрямів, які сприяють збагаченню акціонерів у збиток інтересів місцевого населення чи навколишнього середовища. Майнові диспропорції населення загострюються, надлишок некваліфікованих кадрів дискредитує компанію та її керівництво в очах потенційних інвесторів під час ухвалення управлінських рішень. Для багатьох підприємств настав час замислитися щодо суті свого бізнесу та щодо того, як змінити модель взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою.

Зазначимо, що у розвинутих країнах свої власні КСВ-проекти має кожна велика компанія. Підприємства виробничої і невиробничої сфери витрачають гроші на розвиток культури і науки, використовує екологічну сировину, займається благодійністю. Для прикладу, технологічна компанія Dell

використовує упаковку із переробленого пластику, а самі комп'ютери Dell вже сьогодні на 25 % виробляють із вторинної сировини. Впровадження у побут екопляшок, екосклянок та екопакетів, економне використання води, розумне використання сміттєвих відходів, етичне ставлення до тварин – усе це прийшло у сьогоднішній день за допомогою КСВ-проектів. Яскравим прикладом може слугувати компанія «Хегох», яка протягом останніх 12 років регулярно публікує «Звіт про соціальну відповідальність», в якому наводить перелік досягнень цієї компанії у галузі корпоративної соціальної відповідальності. Він охоплює громадський, економічний та екологічний напрями, включаючи здоров'я і безпеку споживачів, етику, екологічну відповідальність, розвиток персоналу, екокультурне і гендерне різноманіття та управління ланцюжками поставок. Основну увагу «Хегох» приділяє тим областям КСВ, які приносять користь як і корпорації, так і споживачам, працівникам, місцевим спільнотам, інвесторам, постачальникам та недержавним об'єднанням. Засновник «Хегох» Джо Вілсон створив всесвітньо відому інноваційну компанію, яка змінила принципи роботи та обмін інформацією по всьому світу. Він також став основоположником корпоративної системи цінностей та відчуття власної відповідальності за свій продукт, які знаходять відгук у кожному споживачеві. У рамках стратегії КСВ особливу увагу відводять етичному управлінню. Захист навколишнього середовища є першочерговим завданням кожного підприємства. Із 2012 р. «Хегох» у своїх підрозділах по всьому світу скоротив споживання електроенергії на 20 % та зменшив викиди забруднюючих речовин на 28 %, що відповідає 92 тис. т у еквіваленті CO₂. Це рівноцінно зменшенню щорічного світового трафіку пасажирських автомобілів на 19 тис. шт.

Турбота про інтереси місцевих громад – стратегічний напрям політики КСВ компанії «Хегох». Зазначимо, що 2016 р. компанія інвестувала 1 млн \$ у програму залучення місцевих громад: з одного боку це благодійні проекти, з іншого – вклад у розвиток територій, де живуть і працюють власне працівники великого підприємства. Водночас «Хегох» чітко декларує, що провідне місце у ринковій економіці займають споживачі. Клієнти компанії є водночас і її партнерами з питань інновацій. Підприємство проводить з ними семінари, фокус-групи для того, щоб дослідити майбутнє свого бізнесу та знайти нові можливості застосування своїх технологій. На основі цього аналізу воно розробляє нові продукти і послуги, орієнтовані на цифрову трансформацію. У такий спосіб компанія вирішує проблеми споживачів і сприяє формуванню гнучкого робочого місця на ринку праці у майбутньому. Завдяки впровадженню корпоративної соціальної відповідальності корпорація «Хегох» уже дев'ять років поспіль потрапляє до переліка 100 найбільших соціально-відповідальних компаній зі списку «100 Best Corporate Citizens», який укладає міжнародний журнал Corporate Responsibility Magazine.

Зазначимо, що серед нових компаній, які починають впроваджувати елементи КСВ, є немало й українських підприємств. Це є свідченням того, що зміна відносин європейського бізнесу до суспільства вже йде повним ходом, і позитивні приклади, які показують мультинаціональні міжнародні компанії,

ініціативно підхоплюють на місцях прогресивні управлінці та активно впроваджують. А у тих випадках, де місцевого бізнес-ресурсу не вистачає, основи здорового підприємницького середовища закладають інфраструктурні ініціативи місцевих громад за підтримки держави. Загалом за роки незалежності, насамперед упродовж останніх кількох років в Україні з'явилося чимало проектів КСВ – усе більше компаній прописують корпоративну відповідальність у своїх бюджетах та підтримують ініціативи своїх працівників.

Сьогодні українські підприємства не можуть конкурувати із компаніями з США, Великої Британії, Німеччини та інших європейських країн з цілком об'єктивних причин. По-перше, більшість українських компаній за масштабами своєї діяльності є порівняно невеликими, на відміну від міжнародних, і не можуть втрачати великі ресурси на програми КСВ. По-друге, вже традиційною є проблема недовіри між бізнесом, найманими працівниками, клієнтами і державою. Хоча зазначимо, що поступово ця тенденція змінюється у позитивному напрямі: з'являються нові бізнес-проекти, зростає нове покоління людей, більш відкритих до світу та технологій, держава намагається будувати систему праці зі стандартами цивілізованого суспільства. По-третє, чимало опцій, які працівники закордонних компаній вважають соціальною відповідальністю, для громадян України, зважаючи на історичний розвиток, є обов'язковою умовою існування, роботи та обов'язковим елементом державної опіки. Такий аспект можна проаналізувати на прикладі дошкільних та шкільних закладів освіти, медичного страхування, які не є особливим благом для українських громадян.

З іншого боку, особливістю відчизняного підходу до КСВ є те, що у підприємницькому середовищі доволі популярна є думка, що «біла» заробітна плата та сплата усіх податків і є справжньою соціальною відповідальністю. Інтенсивному розвитку програм КСВ заважає дещо амбівалентне ставлення держави. Органи державної влади не прагнуть знизити податки для тих, хто займається благодійністю та соціальною допомогою. Місцева влада часто ігнорує проекти компаній, які прагнуть запровадити елементи КСВ. У цих випадках слід звернутися до досвіду розвинутих економік країн Європи. Зокрема, у деяких країнах КСВ має не тільки підтримку, а й контроль з боку держави, перетворюючись в обов'язкову діяльність. Наприклад, у Франції принципи КСВ намагаються закріпити законодавчо: найімовірніше, це стосуватиметься 100 величезних компаній, які будуть зобов'язані щорічно приймати плани з захисту прав працівників та охорони навколишнього середовища. Отож КСВ є не тільки ініціативою компаній, а взаємодією між бізнесом, державою, працівниками та громадськістю.

Швеція, яка однією з перших встала на шлях корпоративної соціальної відповідальності, просунулася в цьому напрямі далі, ніж більшість інших країн. Уже 2007 р. в офіційному звіті «Стан у сфері соціально стійкої конкуренції» міжнародної некомерційної організації «AccountAbility» Швеція посіла перше місце в рейтингу відповідальної конкурентоспроможності. Цей рейтинг ґрунтується на оцінці ступеня соціальної відповідальності компаній 108 країн

світу за низкою показників, таких як клімат, виробниче середовище, корупція, соціальна складова та ін. [1].

Відтоді усвідомлення компаніями завдань корпоративної відповідальності досягло вищого ступеня зрілості, в зв'язку з чим знадобилося заново визначити сферу охоплення і склад звітності. «AccountAbility» вказує, що зміст терміна сьогодні настільки розширився, що стан в області КСВ вже не можна точно відобразити в якомусь одному рейтингу.

Журнал «Corporate Knights» є одним із найавторитетніших експертів, що спеціалізується на аналізі компаній на основі екологічних, соціальних та управлінських показників. У його рейтингу «Global 100» за 2010–2017 рр. шведські компанії «H&M», «Atlas Copco» і «SCA» увійшли в перелік 100 світових лідерів корпоративної соціальної та екологічної відповідальності. Рейтинг враховує такі критерії, як викиди двоокису вуглецю, диверсифікація управління, дотримання податкової дисципліни. Ще одним мірилом корпоративної соціальної відповідальності є Світовий індекс сталого розвитку Доу-Джонса. Цей рейтинг очолюють лише ті компанії, чия діяльність задовольняє найвищі вимоги щодо екологічних аспектів охорони праці і прав людини. Загалом 2010 р. в нього увійшли 392 компанії з 29-ти країн світу, в тому числі шведські компанії «Atlas Copco», «Electrolux», «Sandvik», «SKF», «SCA», «Swedbank», «Telia Sonera» і «Volvo». Індекс стійкого розвитку Доу-Джонса складають на основі «Щорічника стійкого розвитку». «Goldman Sachs» і «UBS» – найбільші світові інвестбанки і фахівці за операціями з цінними паперами – зазвичай дають високі оцінки шведським компаніям з точки зору стійкого розвитку. Так, Група з проблем стійкості «Goldman Sachs» зачислює концерни «Volvo» і «SKF» до своїх фаворитів на світовій арені, водночас ці фірми також входять і в десятку кращих з промислового сектору. Банк вважає, що своїм лідерством шведські компанії зобов'язані в особливій прозорості та широкій інформаційній відкритості відносно екології та соціальних проблем. «UBS» також знаходить вражаючими досягнення шведських компаній у галузі стійкості, особливо вирізняючи в цьому ставленні компанії «Assa Abloy», «Atlas Copco», «Sandvik» і «SKF».

Уряд Швеції заохочує перед прийняттям приватного сектору слідувати директивам для багатонаціональних компаній, реалізуючи десять принципів, що стосуються прав людини, прав працівників, екологічної відповідальності та боротьби з корупцією, сформованих асоціацією ООН «Глобальний договір» («Global Compact»).

Сьогодні в Україні розробляють національну стратегію КСВ і вже напрацьовано певний позитивний досвід. Для України та вітчизняних компаній існує доволі характерна проблема – бюрократизація КСВ, коли з одного боку, приймають спеціальні документи на державному рівні, а з іншого – складно впроваджувати принципи КСВ, незважаючи на те, що влада формально демонструє зацікавленість до теми корпоративної соціальної відповідальності. Так, ще до подій 2014 р. прийнято президентський указ про розвиток національної КСВ-стратегії. Також зазначено, що дотримання принципів КСВ

державними компаніями та соціальної відповідальності муніципалітетів є особливо важливими завданням. Однак стверджувати, що тема отримала масову підтримку на рівні керівників великих державних підприємств чи мерів міст, наразі не можна. Однак, на нашу думку, саме державні підприємства повинні показувати приклад приватному бізнесу.

Незважаючи на це, українські компанії не стоять осторонь від світових тенденцій та активно працюють з програмами КСВ, насамперед це стосується великих підприємств. Активно просувають програми КСВ і банківські установи, наприклад, «Ощадбанк». Зокрема, в контексті роботи з малими та середнім бізнесом його програма підтримки передбачає навчальні програми для підприємців, масштабний «Get Business Festival», окремі тарифні пакети та рішення для малого бізнесу (корпоративні картки, інтернет-банкінг). Також особливі умови для ведення бізнесу пропонують «Київстар» (тарифні пакети, безкоштовна CRM, аутсорс-бухгалтерія), «Microsoft Україна», «Nestle», «ЛАН СЕРВІС».

Компанія «Microsoft Україна» розробила та впровадила проект «1991», який дає змогу працювати з великими обсягами інформації. За його допомогою можна налагоджувати зв'язки між розробниками, громадськими організаціями та органами державної влади. Завдяки цьому створюється можливість оцифрувати економічні дані, інформацію про державні послуги та інфраструктурні об'єкти. КСВ-проект є корисним і для громадян, і для потенційних підприємців, які хочуть використати відкриті дані для своїх проектів. Окрім того, в рамках ініціативи «Відкритий світ інформаційних технологій» «Microsoft Україна» відкрила 35 навчальних центрів по всій країні, у яких молоді українці зможуть здобути знання комп'ютерної грамотності та навчитися програмуванню [5, с. 18].

Понад двадцять років компанія «Nestle» приносить в Україну кращі західні практики ведення бізнесу, допомагаючи місцевому бізнесу переймати найвищі міжнародні стандарти. Керівництво «Nestle» стверджує, що для успіху компанії є важливим приділяти увагу як бізнес-цілям, та і соціальним проблемам у тих сферах, де у підприємства є найбільший досвід. Такий підхід, що лежить в основі стратегії «Nestle», називають «Створення спільних цінностей Nestle в Україні». Однією із основних цілей компанії є не тільки виробництво безпечної і смачної продукції, а й створення та просування системних цінностей суспільству. Компанія впроваджує соціальні програми, які передусім спрямовані на сфери раціонального харчування, працевлаштування молодих людей та розвиток сільського господарства. Менеджмент «Nestle» переконаний, що молодь є рушієм економіки та розвитку суспільства, отож компанія продовжує інвестувати в освітні програми. Програма працевлаштування молоді в «Nestle» дає можливість отримати перший досвід роботи на підприємствах та в офісах компанії. Також компанія проводить освітні заходи спільно з українськими університетами. Спільно із партнерами та викладачами спеціалісти «Nestle» проводять курс із трейд-маркетингу і логістики для студентів. Зобов'язання «Nestle» у сфері стійкого розвитку підтримуються щоденною роботою над

покращенням процесів виробництва на власних підприємствах. Компанія інвестує в енергозберігаючі технології, а також активно скорочує використання природних ресурсів без компромісів для якості продукції.

Участь в ініціативах «Створення спільних цінностей Nestle в Україні» допомагає втілити такі зміни у життя на місцевому рівні. Ці ініціативи здійснюють позитивний вплив на навколишнє середовище і сільське господарство, культуру, освіту, харчування, які є довгостроковими пріоритетами компанії. Вони спрямовані на покращення життя місцевого населення та підвищення соціальних стандартів в Україні.

Компанія «ЛАН СЕРВІС» допомагає освіті – встановлює систему електронного документообігу у вузах, школах та дитячих садках. Це дає змогу звільнити викладачів від паперової роботи та більше займатися наукою та спілкуванням з учнями. Особливу увагу корпоративній відповідальності та відносинам з малим бізнесом приділяють у компанії «Нова пошта». Зокрема, це і безкоштовна перша доставка, безкоштовне тестування додаткових послуг для клієнтів, інструменти онлайн-управління доставкою.

У рамках програм КСВ у частині реалізації співпраці з малим та середнім бізнесом для великих компаній надзвичайно важливим є отримання достовірної інформації щодо їхніх потреб. Важливим аспектом є те, що українські підприємства вже здобули досвід щодо правильного формування бюджетів та витрат на благодійність. Раніше навіть у великих компаніях рішення про те, куди можна надіслати благодійні засоби, найчастіше приймали безпосередньо власники. В умовах сьогодення благодійністю займаються спеціальні підрозділи компаній, корпоративні благодійні фонди або залучені некомерційні організації, для яких головним пріоритетом є стратегія бізнесу. Доволі часто підприємства зосереджуються на розвитку території, де знаходяться їхні офіси, заводи, склади. Виділяються кошти на підтримку медичного забезпечення, дошкільних, шкільних закладів. У напрямі культури та спорту організують фестивалі, ярмарки, завави [2, с. 21].

Особливо популярним напрямом КСВ в Україні є збір та утилізація сміття, передусім йдеться про використанні акумулятори та установку спеціальних контейнерів для роздільного збору сміття. Також є актуальним збір непотрібних речей, одягу, який можна використати повторно. Для прикладу, стратегія стійкого розвитку компанії «Carlsberg Ukraine» передбачає дотримання принципу раціонального та ефективного використання природних ресурсів на кожному етапі виробництва. Компанії прагнуть зменшити рівень свого впливу на навколишнє середовище та оптимізувати використання ресурсів у виробничій діяльності для того, щоб побудувати більш екологічне майбутнє. Наприклад, 2016 р. «Carlsberg Ukraine» повторно використала понад 175 млн скляних пляшок. Завдяки цьому підприємству вдалось не лише зменшити витрати на закупівлю нової скляної тари, а й суттєво скоротити кількість твердих побутових відходів, що забруднюють навколишнє середовище.

Окрім того, українські компанії активно розвивають спортивний рух. Одним із найвідоміших прикладів є марафони, напівмарафони, велопробіги, які

підтримує компанія-перезник «Нова пошта» (у м. Києві, Чернігові, Черкасах, Сумах, Львові та ін.).

Висновки. Експерти зазначають, що в перспективі основний розвиток КСВ концентруватиметься навколо семи головних напрямів: корпоративне управління, права людини, трудові відносини, екологія, розвиток місцевих громад, взаємовідносини зі споживачами, чесні операційні практики (конкуренція, відповідальний маркетинг).

Сьогодні залишається відкритим питання стимулювання розвитку програм КСВ в Україні. Держава майже не використовує фіскальні інструменти, щоб стимулювати підприємства та широко впроваджувати програми КСВ. А за дослідженнями відчизняних фахівців, саме податкові преференції є тим інструментом, який може стимулювати КСВ. Саме через реалізацію КСВ-проектів бізнес може допомогти громадським організаціям бути стійкими, у тому числі й фінансово, однак самі організації повинні навчитись працювати із підприємцями, а також формувати спільні підходи до рішення проблем. У країні, де нещодавно відбулись масштабні фінансові, соціальні, економічні, громадські, суспільні зміни, відновлення довіри до підприємництва стає важливим кроком для розвитку економіки мікро- та макrorівня. Активність суспільства підвищилась, з'явилися численні громадські об'єднання та ініціативні лідери, які прагнуть змін та шукають для цього можливості. А за допомогою відкритих обговорень, прозорого прийняття спільних рішень і виконання зобов'язань, довіра між суб'єктами підприємницької діяльності та місцевими громадами поступово відновлюватиметься.

Оскільки в Україні активно реалізуються програми переходу на європейські стандарти, а уряд працює над прозорістю державних компаній, то реалізація програм КСВ де-факто стає частиною загальнодержавної стратегії євроінтеграції країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корпоративная социальная ответственность: Швеция – лидер КСО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [<https://sweden.se/wp-content/uploads/2013/10/CSR-Russian-high-resolution.pdf>].
2. Кузьменко А. Наши проекты поддерживают талантливых и инициативных / Алена Кузьменко ; [Под ред. Пировича В. И др.]. – ЧАО «КАРТЕЛЬ». – Київ : «ОКСІ ПРИНТ». – 2018. – № 1–2 (462–463) – С. 21.
3. Куринько Р. КСО в Украине: Циничный утилитаризм или аристотелевское «общее благо»? / Ростислав Куринько, Яна Филосов, Грейам Холлинсхед [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [<http://csrjournal.com/9360-kso-v-ukraine-cinichnyj-utilitarizm-ili-aristotelevskoe-obshhe-bлаго.html>].
4. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу].
5. Шевченко Н. Залог роста. Почему бизнесу все труднее зарабатывать, будучи социально безответственным // Наталия Шевченко ; [Под ред. Пировича В. И др.]. – ЧАО «КАРТЕЛЬ». – Київ : «ОКСІ ПРИНТ». – 2018. – № 1–2 (462–463) – С. 16–20.

Стаття надійшла до редколегії 10.06.2018

Прийнята до друку 01.09.2018

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A NEW FORM OF BUSINESS DEALING
IN MODERN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ECONOMY****Yuliia Masiuk**

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000, tel. (032) 239-46-03,
e-mail: joliebox@gmail.com*

Purpose. The article analyzes the basic principles and practical significance of corporate social responsibility (CSR) as a factor of sustainable development of the country's economy in modern conditions. The analysis of the practice of formation of CSR in different countries is carried out, examples of introduction of CSR in leading world companies are presented. The strategic priorities of CSR development in Ukraine are defined and characterized.

Method. This material is based on such basic methods of research as analysis and synthesis of information sources, observation and comparison of the formation and functioning of the fundamentals of socio-economic development at different levels of government.

Results. The role of corporate social responsibility as a priority direction of enterprise development is determined. The importance of using CSR as an instrument for improving business reputation, establishing a balanced relationship with both the state and society is proved. The necessity of introducing corporate social responsibility as a platform for constructive dialogue between small, medium, large business, potential investors, diversified enterprises and local government bodies is analyzed. It has been determined that sustainable development and corporate social responsibility have become the most important tools for managing the activities of modern companies. The use of sustainable development tools for building a portfolio of socially responsible investment, financial instruments and products, identification of leaders in the field of sustainable development, comparison of best practices of different world companies is described.

The influence of global practices of corporate social responsibility on the socio-economic development of enterprises and their affiliates is revealed. The main provisions and conclusions outlined in this article can be used in scientific research related to the further development of strategic guidelines for the development of the region's economy; in the educational process; when preparing training and methodical aids. The conducted researches can become arguments in the course of improvement of the legislation aimed at the regulation of entrepreneurial activity in the region, the country.

Key words: corporate governance; management; public administration; entrepreneurship; sustainable development.