

**Пархоменко О.С., Шестопалова В.О.**  
**КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У**  
**ПРАКТИЦІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ**

Для українських підприємств стає все більш актуальною проблема визнання за кордоном, де до них ставляться вимоги не тільки щодо дотримання технологічних особливостей і фінансової відкритості, але й також стосовно реалізації соціально відповідальних заходів. Тому вітчизняні компанії поволі починають робити деякі рухи у цьому напрямі, визначаючи принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та застосовуючи їх у своїй бізнес-практиці.

За визначенням Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, корпоративна соціальна відповідальність передбачає довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.

За даними опитування представників українського бізнесу, більшість підприємців вважають основними напрямками заходів з КСВ впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу, розвиток персоналу та його навчання, благодійну допомогу громадськості, а також й етичне відношення до покупців.

Сьогодні діяльність вітчизняних підприємств в сфері КСВ майже не відрізняється від практики, яка використовується їхніми світовими партнерами та конкурентами, однак при цьому на реалізацію заходів з КСВ в Україні впливають дещо інші фактори, ніж в Європі та США.

Основою політики КСВ західних компаній є соціальні й екологічні аспекти їхньої діяльності, а також вимоги широких кіл громадськості. Щодо України, то причини морального характеру та розуміння КСВ як принципової складової у стратегії компанії вважаються їхніми керівниками головними мотивами у проведенні компаніями діяльності з КСВ. При цьому основним фактором, який обумовлює покращення результатів діяльності компаній, є те, що соціальні програми створюють позитивний імідж та поліпшують репутацію компаній, сприяють встановленню зв'язків із органами влади.

Найпоширенішою формою КСВ з боку українських компаній є підтримка якості продукту, а також тренінги для персоналу з етичної поведінки. Також значну роль у реалізації практики КСВ в Україні відіграють заходи соціальної відповідальності по відношенню до клієнтів або партнерів по бізнесу.

Основні проблеми, які перешкоджають запровадженню політики корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах, – це брак коштів та недостатньо розвинена законодавча база; відповідно, пільгове оподаткування та зниження регуляторного та адміністративного тиску вважаються головними стимулами для діяльності в галузі КСВ. До того ж слід звернути увагу й на досить пасивну участь керівництва у реалізації такої форми співпраці, у той час, коли на багатьох підприємствах світу питання корпоративної соціальної відповідальності є компетенцією вищого

керівництва, і це є показником значущості КСВ для фірми.

Отже, вітчизняне бізнес-середовище має великий потенціал розвитку, умовою якого є необхідність розробки соціальних стратегій, організації діяльності із КСВ та запровадження практики соціальної звітності.