

ЄВРОПЕЙСЬКА МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА АДАПТАЦІЯ

THE EUROPEAN MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE: IMPLEMENTATION MECHANISM AND ADAPTATION

У роботі розглянуто корпоративну соціальну відповідальність як складник ефективного управління вітчизняними підприємствами, її місце в Стратегії сталого розвитку України – 2030. Проаналізовано сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності в державі та перспективи її розвитку з призми європейської моделі, а також адаптацію та реалізацію даної моделі в стратегію формування ефективної системи корпоративної відповідальності в Україні. Викладено основну суть європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності, її переваги та недоліки, методи реалізації та місце держави в забезпеченні основних положень та принципів даної концепції в розвинутих країнах Європи. Корпоративна соціальна відповідальність відіграє важливу роль в управлінні підприємством, а також у формуванні позитивного іміджу підприємства, задоволенні потреб зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. В умовах інтеграції до Європейського Союзу в Україні з'явилася потреба в запровадженні змін, тому європейський досвід корпоративної соціальної відповідальності є актуальним та важливим.

Ключові слова: європейська модель корпоративної соціальної відповідальності, соціальне стимулювання, правова відповідальність, благодійна діяльність, податки, стратегія сталого розвитку.

В работе рассмотрена корпоративная социальная ответственность как составляющая эффективного управления отечественными предприятиями, ее место в Стратегии устойчивого развития Украины – 2030. Проанализировано современное состояние корпоративной социальной ответственности в государстве и перспективы ее развития с призмы европейской модели, а также адаптация и реализация данной модели в стратегию формирования эффективной системы корпоративной ответственности в Украине. Изложены основная суть европейской модели корпоративной социальной ответственности, ее преимущества и недостатки, методы реализации и место

государства в обеспечении основных положений и принципов данной концепции в развитых странах Европы. Корпоративная социальная ответственность играет важную роль в управлении предприятием, а также в формировании положительного имиджа предприятия, удовлетворении потребностей внешних и внутренних стейкхолдеров. В условиях интеграции в Европейский Союз в Украине появилась потребность во внедрении изменений, поэтому европейский опыт корпоративной социальной ответственности является актуальным и важным.

Ключевые слова: европейская модель корпоративной социальной ответственности, социальное стимулирование, правовая ответственность, благотворительная деятельность, налоги, стратегия устойчивого развития.

The article deals with corporate social responsibility as a component of the effective management of domestic enterprises, its place in the Strategy for Sustainable Development of Ukraine by 2030. The current state of corporate social responsibility in the state and prospects of its development through the prism of the European model is analysed, as well as the adaptation and implementation of this model in the strategy of effective corporate outsourcing systems in Ukraine. The main essence of the European model of corporate social responsibility, its advantages and disadvantages, methods of realization, and the place of the state in providing the basic provisions and principles of this concept in the developed countries of Europe are outlined. Corporate social responsibility plays an important role in managing the business, as well as in building a positive image of the enterprise, meeting the needs of external and internal stakeholders. In the conditions of integration into the European Union, Ukraine has emerged as a need for change, so the European corporate social responsibility experience is relevant and important.

Key words: European model of corporate social responsibility, social stimulation, legal responsibility, charitable activity, taxes, strategy of sustainable development.

УДК 338.24:005.35

Тарасюк Г.М.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри менеджменту
і туризму

Житомирський державний
технологічний університет

Василенко Н.В.

магістрант
Житомирський державний
технологічний університет

Постановка проблеми. В умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці корпоративна соціальна відповідальність посіла важливе місце у формуванні корпоративних стратегій провідних світових корпорацій та фірм, отримання прибутку більше не було ключовою та головною метою діяльності підприємств, не менш важливу роль відіграли місце підприємства в суспільстві та взаємодія зі стейкхолдерами. Актуальність теми дослідження полягає у тому, що в умовах ринкової економіки українські підприємства досі знаходяться на межі виживання, а запровадження стратегії корпоративної соціальної відповідаль-

ності – поза увагою керуючої системи, важливим є забезпечення відповідних умов для реалізації концепції відповідальності у діяльність підприємств усіх форм та розмірів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Завдяки аналізу публікацій таких видатних зарубіжних учених, як Філіп Котлер, Арчі Керолл, Говард Боуен, а також українських економістів: О. Лазоренко, Р. Колишко, Ю. Бегма, О. Вінніков, О. Редько, встановлено основні відмінності та спільні риси між сучасною системою корпоративної соціальної відповідальності в Україні та європейською моделлю даної концепції, а також розроблено заходи з упро-

вадження та адаптації європейської моделі в діяльність українських підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану корпоративної соціальної відповідальності в Україні та впровадження європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності в державну політику та діяльність підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір підприємства у сфері зобов'язань покращувати добробут суспільства шляхом реалізації відповідних підходів щодо проведення бізнесу та наданням відповідних корпоративних ресурсів», – стверджував Філіп Котлер. Не погодитися з думкою цього видатного вченого неможливо, адже, дійсно, корпоративна соціальна відповідальність є вільним вибором підприємства, що поліпшує добробут суспільства за допомогою проведення певної політики в даній галузі.

Одним із перших проявів соціальної відповідальності, що сягають своїм корінням у минуле, можна вважати благодійність. Спочатку це явище носило приватний характер, оскільки пожертвування, матеріальна допомога бідним, піклування над сирітськими будинками, лікарнями вважалися богоугодною справою для представників заможного населення, промисловців, купців. Однак, у міру збільшення масштабів промислової діяльності коло питань, що належать до сфери соціальної відповідальності бізнесу, поступово розширювався. Індустріальний переворот кінця XVIII–XIX ст., який призвів до посилення конкуренції і зростання робітничого руху, став причиною, що спонукала власників фабрик, заводів, промислових компаній піти на пом'якшення умов праці найманих працівників і надання додаткових гарантій діловим партнерам.

Поворотним моментом щодо бізнесу і суспільства стали Велика депресія 1930-х років у США і криза економік країн Європи, спустошених Другою світовою війною, які породили шквал законопроектів, спрямованих на посилення захисту суспільних інтересів і гарантій прав робітників. У результаті стало зрозуміло, що класичні уявлення А. Сміта про ринкову економіку як самодостатню систему зазнали невдачі, а провали державного управління того часу породили необхідність розвитку механізмів громадського контролю та перетворення теоретичних уявлень про баланс ринкової економіки та державного управління [1].

Незважаючи на те що перші серйозні спроби теоретичного осмислення сутності, значущості та необхідності започаткування практики соціальної активності припадають на початок ХХ ст., їх системний науковий аналіз розпочався в 1950-х роках. Піонерну роль у науковому опрацюванні цієї проблематики, в обґрунтованні того, що соціальна відповідальність набуває статусу важливого соціального інституту, відіграв Г. Боуен, який у 1953 р.

видав монографію «Соціальна відповідальність бізнесмена». Ця публікація, в якій висвітлено засади, рамки соціальної активності та визначено напрями розвитку феномену соціальної відповідальності, принесла вченому заслужену славу батька корпоративної соціальної відповідальності.

Г. Боуен сформулював визначення, згідно з яким соціальна відповідальність бізнесмена полягає у реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або додержанні такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства.

Слід акцентувати увагу на тому, що в ході наукових дискусій, які співпали у часі з формуванням базової концепції КСВ, втратили своє значення популярні в 1950–1960-ті роки такі терміни, як «соціальна відповідальність бізнесмена», «соціальна відповідальність бізнесу». Водночас широко вживаним стає термін «корпоративна соціальна відповідальність», який більш точно відображає сучасний підхід до соціально відповідальної поведінки бізнес-організацій [2].

Одним із видатних учених, які детально досліджували це поняття, був А. Керолл. Він запропонував трактування корпоративної соціальної відповідальності, яке припускає відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним (філантропічним) очікуванням, що пред'являються певній організації суспільством у даний період [3].

Модель Керолла описує корпоративну соціальну відповідальність у вигляді піраміди, яка складається з таких основних видів відповідальності:

1. економічна, яка полягає у максимальному задоволенні потреб споживачів та отриманні прибутку;
2. правова відповідальність означає необхідність в обов'язковому дотриманні законів в умовах сучасної економіки;
3. етична відповідальність є запорукою успішного функціонування підприємства та визнання першості підприємства суспільством за умови, якщо будь-яка діяльність підприємства буде відповідати моральним та етичним нормам суспільства, в якому безпосередньо веде свою діяльність підприємство;

4. філантропічна відповідальність полягає у участі підприємства у різних соціальних програмах, які дають поштовх до позитивного розвитку суспільства та забезпечення добробуту населення.

Існує безліч моделей корпоративної соціальної відповідальності, але більшість із них є поєднанням аспектів трьох основних, а саме європейської, японської та американської.

Європейське розуміння принципів соціальної відповідальності формується із соціально відповідальних механізмів ведення бізнесу за значного впливу держави. Вагомим чинником є партнерські відносини: держава нерідко має представників в управлінні та пакети акцій у всіх структурах біз-

несу. Європейська модель принципово відрізняється від інших моделей значним впливом державних органів та інститутів.

Варто зазначити, що європейська модель більшою мірою орієнтована на три сфери реалізації соціальних технологій: економічну, зайнятість і охорону навколишнього середовища. Відповідно, соціальна відповідальність бізнесу розповсюджується на умови роботи, заробітну плату, якість товарів/робіт/послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість у конкретному регіоні. Реалізація регіональних соціальних програм здійснюється на конкурсній основі у співпраці з органами місцевого самоврядування. Соціальна відповідальність, як правило, регулюється стандартами і нормативними актами відповідних країн.

У багатьох європейських країнах діяльність з охорони навколишнього середовища регламентована законодавчо, встановлена обов'язковість медичного страхування, врегульовано пенсійне забезпечення. Деякі країни Євросоюзу ввели інноваційні норми законодавчого регулювання соціальної відповідальності та зобов'язали інформувати суспільство щодо дотримання певних етичних стандартів. Так, наприклад, у Бельгії Закон про професійну пенсію вимагає від керівників пенсійних фондів висвітлювати у щорічних звітах етичні аспекти соціальних критеріїв і/або критеріїв охорони навколишнього середовища, що використовуються під час оцінки інвестиційної привабливості проектів. У Франції Закон про публічний пенсійний резервний фонд вимагає оприлюднення соціальних і етичних критеріїв інвестування коштів фонду [4, с. 25].

Вітчизняні підприємства, реагуючи на нові виклики, вимушені враховувати у своїй діяльності, крім економічного аспекту, вимоги соціального та екологічного характеру з боку зацікавлених сторін. У всьому світі корпоративна соціальна відповідальність є одним із вагомих інструментів підвищення капіталізації підприємства, запобігання некомерційним ризикам, залучення інвестицій та стійкого розвитку. Проблеми адаптації та впровадження міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності в систему корпоративного управління вітчизняними підприємствами призводять до заперечення цієї концепції підприємствами.

В Україні найбільш розповсюджені два класичні напрями реалізації видів соціальної політики підприємств: надання пакетів соціальних компенсацій у грошовому еквіваленті (так звана монетизація соціального пакета) та безпосереднє надання соціальних послуг на власних об'єктах.

Другий тип соціального стимулювання (у межах власної інфраструктури) може обходитися підприємству дещо дешевше, ніж надання працівникам сторонніх спеціалізованих послуг. З іншого боку, враховуючи суттєве підвищення вартості утримання такої,

іноді розгалуженої мережі соціальних об'єктів, навіть для великих підприємств це стає обтяжливим.

Зовнішня соціальна політика підприємства полягає у розбудові позитивних відносин підприємства з регіональною та місцевою владою. Зазначена політика реалізується у таких формах, як підтримка соціальної інфраструктури, благодійність та участь у великих соціальних проектах.

Слід відзначити, що благодійність в Україні, незважаючи на її досить широке поширення, державою не стимулюється. Соціальна відповідальність в Україні розвивається стихійно, проте існують три рівні: перший стосується взаємин із державою і виявляється у повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань; другий – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом; третій – взаємодія із суспільством, у т. ч. благодійність [5, с. 130].

Сьогодні Україна активно впроваджує систему корпоративної соціальної відповідальності в Стратегію сталого розвитку. Одним із керівних принципів стратегії сталого розвитку України до 2030 р. є участь представників бізнесу та соціальних партнерів, тобто забезпечення формування соціального діалогу, запровадження корпоративної соціальної відповідальності й державно-приватного партнерства з метою сприяння співпраці та виконання загальних зобов'язань для досягнення сталого споживання і виробництва. Цей принцип спонукає підприємства до взаємовигідної співпраці між державою та приватними підприємствами, а також поліпшення добробуту населення шляхом створення сприятливих умов для соціального партнерства і, як наслідок, досягнення сталого споживання та виробництва.

У Києві функціонує Міжнародний інститут бізнесу, до складу якого входить Центр корпоративної соціальної відповідальності та ділової етики. Головною метою діяльності Центру є сприяння розвитку в Україні інституційних форм корпоративної соціальної відповідальності та ділової етики шляхом організації навчання, консультування, проведення досліджень, підготовки публікацій, методологічних рекомендацій. До основних завдань центру належать:

- активна діяльність із формування корпоративної культури в Україні згідно з етичними цінностями і найвищими стандартами КСВ як складової частини загальної бізнес-стратегії розвитку сучасних підприємств через освітні програми, тренінги та їх науково-методичне забезпечення;
- експертиза етичних кодексів, програм із КСВ, соціальних проектів і звітів згідно з міжнародними стандартами і рекомендаціями мультинаціональної корпоративної культури; оцінка ефективності соціальних технологій;
- проведення проблемних семінарів і тренінгів, адаптованих до реальних умов ведення біз-

несу в Україні; методологія складання звітності як дієвого інструменту управління КСВ; сприяння стабільному розвитку бізнес-організацій;

- вивчення й узагальнення сфери соціальних ініціатив та підтримки їх соціальними інвестиціями бізнесу в Україні; аналіз форм переходу від благодійництва до КСВ; відповідність соціального партнерства і співробітництва справжнім потребам жителів у регіонах присутності компаній; допомога місцевим спільнотам; порівняння нашого досвіду з міжнародною практикою;

- консультації для менеджерів по різних аспектах соціальної відповідальності у трудових відносинах, залучення співробітників до формування стратегії розвитку громади, філософії та спільних етичних цінностей в організації, активної інтеграції бізнесу в світ соціальної відповідальності, оволодіння регуляторними інструментами, що використовуються в інших країнах для просування принципів корпоративної соціальної відповідальності [6].

Також створено спілку корпоративної соціальної відповідальності, яка проводить щорічні семінари та тренінги з упровадження цієї концепції в діяльність підприємств.

Одним із найважливіших аспектів європейської моделі корпоративної соціальної відповідальності є інвестування в такі сфери, як: розвиток персоналу компанії, внесок у розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності компаній, природоохоронна діяльність, розвиток науки, освіти і технологій, добродійні внески за участю працівників компанії, програми приведення діяльності компанії відповідно до світових галузевих стандартів.

Для підприємств України доцільно було б упровадити інвестування в науку, інновації та технології, які дадуть змогу раціонально використовувати ресурси, економити енергію та зменшувати викиди забруднюючих речовин у довкілля. Важливим аспектом є розвиток та навчання персоналу, адже лише незначна кількість підприємств займається цією діяльністю, більшість із них не виявляє бажання вкладати кошти в персонал та забезпечувати комфортні умови праці.

Головною проблемою нашої країни є те, що умови для розвитку підприємництва є несприятливими та обтяжуючими, тому підприємства зайняті лише заходами, які допомагають вижити й отримувати прибуток. Система стимулювання впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві на низькому рівні.

Доцільно впровадити створення та оприлюднення соціальної звітності підприємств. Перші стандарти соціальної звітності міжнародні організації розробили більше десяти років тому. За кордоном ці стандарти є актуальними. Дослідження з питань стабільності бізнесу, проведене

Pricewaterhouse Coopers ще у 2002 р. у США, показало, що окремі стандарти соціальної відповідальності застосовують у своїй роботі 75% компаній. Серед основних причин, із яких вони це роблять, були названі: позитивний ефект для репутації (90% відповідей), конкурентні переваги (75%), зниження витрат (73%). Серед великих західних підприємств найбільш тривалим прикладом складання соціальної звітності (в Європі) сьогодні є компанія Ben & Jerry's Homemade, що веде соціальну звітність починаючи з 1998 р.

Якщо ж розглядати ситуацію в Україні, то, наприклад, кількісно за період із 2005 по травень 2017 р. 38 компаній опублікували 55 нефінансових звітів у різних форматах, у тому числі: 47 звітів про прогрес, сім звітів за системою GRI (усі – від підписантів Глобального договору ООН в Україні), шість нефінансових звітів іншого формату.

Треба відзначити, що з кожним роком усе більше компаній намагаються представити соціальні звіти, складені за міжнародними стандартами AA, GRI та ін., що дає можливість не тільки порівнювати структуру звітів між українськими компаніями, а й проводити порівняння із закордонними організаціями тієї ж типологічної групи.

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності в макроекономічному розрізі, то в Україні лише 10% компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу в 2016 р. готують та публікують нефінансові звіти. Для порівняння: із 250 компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80% компаній, із 2 200 компаній у країнах, що розвиваються, – 45%. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку [7].

Отже, за результатами проведених досліджень, рекомендовано такі заходи для реалізації європейської системи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність вітчизняних підприємств:

- послаблення податкового тиску для підприємств, які реалізують концепцію корпоративної соціальної відповідальності;
- стимулювання соціального партнерства та соціального діалогу між державою та підприємствами;
- надання податкових пільг для організацій, які займаються благодійністю;
- створення більш сприятливих умов для розвитку підприємництва;
- стимулювання інноваційної діяльності;
- інвестування у соціальні проекти, а також підтримка спілок та центрів корпоративної соціальної відповідальності;
- створення нормативно-правової бази для обов'язкового впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності в корпоративну стратегію;

- надання соціальної звітності статусу обов'язкової;

- нова концепція використання ресурсів, енергії, виробництва якісної та екологічної продукції.

Важливим напрямом у реалізації європейської моделі відповідальності є створення нормативно-правової бази, послаблення податкового тиску, адже правильна законодавча база допоможе вивести підприємства на європейський рівень та підвищити імідж самої країни, а також необхідно надати соціальним звітам підприємств статус обов'язкових.

Кожен власник та управлінець повинен відповідати за діяльність свого підприємства перед суспільством, не забруднювати довкілля та співпрацювати зі стейкхолдерами, як зовнішніми, так і внутрішніми.

«Якість – це колективна відповідальність», – говорив В.Е. Демпінг. Якість продукції, послуг та технологій – актуальний показник діяльності підприємства, адже виробники повинні нести відповідальність перед суспільством за безпечність та характеристики своєї продукції, за безпечність та мінімізацію шкоди довкіллю від своїх технологій, оскільки власники підприємств відповідають перед внутрішніми стейкхолдерами, тобто працівниками.

Щодо механізму реалізації європейської системи відповідальності Україні, то доцільним є створення міністерства із соціальної відповідальності, як це зробила Франція, та регіональних державних органів, які проводили б контроль дотримання законів та нормативних актів у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Процес адаптації європейської моделі є набагато простішим, ніж десять чи п'ять років тому, адже після низки політичних та економічних змін в Україні змінився й менталітет нашого народу, що вплинуло на діяльність підприємств. Зроблено багато: створено спілки, концепція корпоративної соціальної відповідальності включена до стратегії сталого розвитку; залишилося лише одне – бажання рухатися вперед та змінюватися, адже Україна – європейська держава.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, соціальна відповідальність бізнесу має важливі наслідки для всіх економічних і соціальних гравців, а також для органів державної влади, які мають їх ураховувати під час визначення своїх власних дій. Якщо держава заохочуватиме КСВ і стимулюватиме її розвиток шляхом формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності підприємств, то темпи розвитку соціальної активності можуть істотно зрости. Зростання соціальної відповідальності бізнесу є актуальною проблемою модернізації української економіки та вдосконалення соціально-трудових відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Теорія і організація управління в рамках корпоративної соціальної відповідальності. URL: https://stud.com.ua/39624/menedzhment/teoriya_organizatsiya_upravlinnya_ramkah_korporativnoyi_sotsialnoyi_vidpovidalnosti.

2. Соціальна відповідальність. URL: https://pidruchniki.com/83400/sotsiologiya/sotsialna_vidpovidalnist.

3. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. Vol. 38 (3). P. 268–295.

4. Лазоренко О., Колишко Р. та ін. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. К.: Енергія, 2008.

5. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / О. Бегма, О. Вінніков, О. Редько. К.: Факт, 2006.

6. Центр соціальної відповідальності бізнесу та ділової етики. URL: <https://iib.com.ua/ua/kco/itemlist/category/48-tsentr-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa-i-delovoy-etiki.html>.

7. Буковинська М.П. Соціальна звітність і соціальний аудит: інструменти управління корпораціями. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_4_1/110-114.pdf.

REFERENCES:

1. Teorija i organizacija upravlinnja v ramkah korporativnoi' social'noi' vidpovidal'nosti [Elektronnyj resurs] – Rezhym dostupu do resursu: https://stud.com.ua/39624/menedzhment/teoriya_organizatsiya_upravlinnya_ramkah_korporativnoyi_sotsialnoyi_vidpovidalnosti

2. Social'na vidpovidal'nist' [Elektronnyj resurs]. – 2016. – Rezhym dostupu do resursu: https://pidruchniki.com/83400/sotsiologiya/sotsialna_vidpovidalnist.

3. Carroll A. B. (1999) Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct [Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct] Vol. 38 (3). – P. 268–295.

4. Lazorenko O., Kolyshko R., ta in. (2008) Posibnyk iz KSV. Bazova informacija z korporativnoi' social'noi' vidpovidal'nosti [Basic information about corporate social responsibility]. Kiev: Vydavnyctvo "Enerhija" (in Ukrainian)

5. Begma Ju., Vinnikov O., Red'ko O. (2006) Jakisne doslidzhennja metodiv vprovadzhennja social'noi' vidpovidal'nosti biznesu v Ukraїni [Qualitative research on the methods of implementing social information on Ukraine's accountability] Kiev : Fakt (in Ukrainian)

6. Centr social'noi' vidpovidal'nosti biznesu ta dilovoi' etyki [Elektronnyj resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://iib.com.ua/ua/kco/itemlist/category/48-tsentr-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa-i-delovoy-etiki.html>.

7. Bukovyn'ska M. P. Social'na zvitnist' i social'nyj audyt: instrumenty upravlinnja korporacijamy [Elektronnyj resurs] / M. P. Bukovyn'ska – Rezhym dostupu do resursu: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_4_1/110-114.pdf.

Tarasyuk G.M.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Management and Tourism
Zhytomyr State Technological University

Vasilenko N.V.

Student Masters
Zhytomyr State Technological University

THE EUROPEAN MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE: IMPLEMENTATION MECHANISM AND ADAPTATION

“Corporate social responsibility is a free choice of an enterprise in the area of commitment to improving the social welfare by implementing appropriate approaches to doing business and providing appropriate corporate resources,” said Philip Kotler. It is impossible to disagree with the outstanding scientist’s opinion because indeed corporate social responsibility is a free choice of an enterprise, which improves the social welfare through the policy in this field.

A. Carroll was one of the prominent scholars who studied this concept in a detailed way. He suggested the interpretation of corporate social responsibility as a conformity of the organization for economic, legal, ethical, and discretionary (philanthropic) expectations of the society in a period.

Responding to new challenges, domestic enterprises are forced to take into account the social and environmental requirements of stakeholders in addition to the economic aspect. All over the world, corporate social responsibility is one of the most powerful instruments for increasing enterprise capitalization, preventing non-commercial risks, attracting investment, and sustainable development. Adaptation and implementation problems of international corporate social responsibility standards into the system of corporate management of domestic enterprises lead to the denial of this concept by enterprises.

In Ukraine, the two most commonly used methods of implementing social policy are the following: the provision of social compensation packages in the monetary equivalent (so-called monetization of the social package) and the direct provision of social services in their own facilities.

Today, Ukraine is actively implementing the corporate social responsibility system in the Strategy for Sustainable Development. One of the guiding principles of Ukraine’s Sustainable Development Strategy until 2030 is the participation of business and social partners, i.e., providing social dialogue, corporate social responsibility and public-private partnerships in order to promote cooperation and fulfil the general obligations to achieve sustainable consumption and production. This principle encourages enterprises to engage in mutually beneficial cooperation between the state and private enterprises, as well as to improve the population well-being by creating favourable conditions for social partnership, and as a consequence – achieving sustainable consumption and production.

The main problem of the national economy is that there are unfavourable and aggravating conditions for the development of entrepreneurship. Therefore, enterprises are engaged only in activities that help to survive and make a profit. The incentive system of the corporate social responsibility implementation at the enterprise is at a low level.

Nowadays the process of adapting the European model is much simpler than 10 or 5 years ago because, after a series of political and economic changes in Ukraine, the mentality of our people has changed, which has affected enterprises. A lot has been done: unions have been created; the corporate social responsibility concept has been included in the strategy of sustainable development; only one thing remains – the desire to move forward and change because Ukraine is a European state.