

СЕКЦІЯ 5 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 330.342

Байрактар Ю.П.*здобувач кафедри економіки і менеджменту
Київської державної академії водного транспорту
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного***Комарова А.А.***магістр
Київської державної академії водного транспорту
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного*

АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ДОТРИМАННЯ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Стаття присвячена дослідженню реалізації принципів соціально відповідального ведення бізнесу вітчизняними та іноземними підприємствами. Розглядаються причини та чинники виникнення концепції корпоративної соціальної відповідальності у контексті формування та еволюції світової економічної думки. Розкрито вплив практик корпоративної соціальної відповідальності на соціально-економічний розвиток організацій. Обґрунтовано переваги імплементації концепції корпоративної соціальної відповідальності для організацій та суспільства країни.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, Глобальний договір, чинники та причини, переваги.

Байрактар Ю.П., Комарова А.А. АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ВНЕДРЕНИЯ И СОБЛЮДЕНИЯ ПРИНЦИПОВ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Статья посвящена исследованию реализации принципов социально ответственного ведения бизнеса отечественными и иностранными предприятиями. Рассматриваются причины и факторы возникновения концепции корпоративной социальной ответственности в контексте формирования и эволюции мировой экономической мысли. Раскрыто влияние практик корпоративной социальной ответственности на социально-экономическое развитие организаций. Обоснованы преимущества внедрения концепции корпоративной социальной ответственности для организаций и общества страны.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, Глобальный договор, факторы и причины, преимущества.

Bayraktar Y.P., Komarova A.A. THE ANALYSIS OF DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE IN THE IMPLEMENTATION AND ADHERENCE TO THE PRINCIPLES OF THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The article explores implementation of principles of corporate socially responsibility, held by domestic and foreign enterprises. It also discusses the causes and factors of the establishment of corporate social responsibility concept in the context of formation and evolution of the world economic thought. The influence of corporate social responsibility practices on social and economic development of organizations was revealed in the article. Potential advantages of corporate social responsibility concept's introduction for organizations and societies were justified.

Keywords: social responsibility of business, corporate social responsibility, Global compact, factors and reasons, advantages.

Постановка проблеми. Дослідження сучасних тенденцій підприємницької діяльності розвинених країн світу показує, що реалізація принципів соціально відповідального ведення бізнесу стає загальноприйнятною концепцією, обов'язковою для наслідування усіма суб'єктами господарської діяльності незалежно від форми власності або розміру компанії. Цьому сприяє багато чинників та подій міжнародного масштабу. В Україні концепція корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) також поступово набуває поширення. З кожним роком все більше вітчизняних компаній долучаються до ініціативи соціального (не-фінансового) звітування. Проте дослідження сучасного ринку показує, що кількість компаній, що звітують в Україні, залишається незначною порівняно з кількістю таких компаній у розвинених країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем корпоративної соціальної відпо-

відальності та її впливу на ефективність діяльності підприємств присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких Ф. Котлер [1], С. Амосов [2], О. Полякова [3], І. Ворончак [4], О. Зінченко [5], О. Плахотний [6], О. Степанова [7], Г. Боуен, Ш.М. Валітов, Р. Вуд, Е. Карнегі, А. Керролл, К.Г. Корнільєв, Н.Ю. Брюховецька, О.В. Черних, О.А. Грішнова, І.В. Яцишина та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в аналізі вітчизняного й зарубіжного досвіду впровадження та дотримання принципів концепції корпоративної соціальної відповідальності та переваг, які вона надає підприємству.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи чинники та причини виникнення концепції КСВ особливу увагу, на нашу думку, слід приділити низці подій минулого сторіччя, пов'язаних з

порушенням найбільших компаній світу в галузях екології та прав людини.

У 1989 р. біля берегів Аляски сталася катастрофа, пов'язана з танкером Valdez, що належав компанії Еххон. Нездатність компанії ліквідувати наслідки аварії призвела до найбільшого розливу нафти в американській історії та, як наслідок, до значного падіння репутації Еххон, яка стала об'єктом критики як з боку екологічних організацій, так і з боку ЗМІ. Сумарні втрати компанії від цього скандалу склали близько 3 млрд доларів. Таким чином, корпорація була вимушена звернути більш пильну увагу на політику у взаєминах з суспільством, насамперед у сфері екології [8].

Іншим яскравим прикладом порушення принципів соціально відповідального ведення бізнесу служить група компаній The Royal Dutch Shell – один із лідерів нафтової галузі. У середині 90-х років Shell зіткнулася з низкою проблем, які завдали серйозної шкоди репутації компанії та позначилися на стійкості її розвитку. Один зі скандалів був пов'язаний з плавучою нафтоналивною платформою Brent Spar, яку компанія планувала поховати в морі. Незважаючи на запевнення Shell про неможливість забруднення навколишнього середовища, ця подія викликала стурбованість громадськості. Для залучення уваги до екологічних наслідків активісти організації Greenpeace захопили платформу та вимагали від урядів дій щодо запобігання затоплення Brent Spar. Негативні наслідки скандалу полягали також у тому, що бізнес Shell опинився під загрозою через бойкот з боку споживачів, а кілька бензинових станцій компанії піддалися нападам [8].

Другий скандал був пов'язаний з порушенням прав людини у дельті річки Нігер, де Shell брала активну участь в освоєнні родовищ нафти. Один із лідерів місцевого племені, який намагався організувати протести та звинувачував компанію в порушенні екологічних вимог, був заарештований місцевим урядом і пізніше страчений [8]. Shell опинилася під жорсткою критикою за нездатність вплинути на звільнення лідера активістів і була звинувачена у підтримці авторитарних режимів та недотримання прав людини.

Значне падіння репутації компанії, що відбулося на її ринкової вартості, змусило керівництво повністю переглянути свій підхід до ведення бізнесу та розробити програму виходу з кризи, яка дозволяла відновити позитивне ставлення до Shell з боку суспільства. Зіткнувшись на практиці з неможливістю ведення бізнесу, орієнтованого лише на отримання прибутку без урахування інтересів стейкхолдерів, компанія Shell була змушена переглянути основні принципи своєї роботи. Зараз вся діяльність компанії базується на філософії сталого розвитку, згідно з якою компанія повинна реалізувати не тільки економічні, але й екологічні та соціальні принципи [8].

Першим кроком щодо впровадження інновації у Royal Dutch Shell стала публікація в 1997 році нових зобов'язань компанії у «Декларації загальних принципів ведення бізнесу» [8], де компанія вказувала прихильність до сталого розвитку, дотримання прав людини, широкую відповідальність компанії перед зацікавленими сторонами. Були зафіксовані зобов'язання компанії перед акціонерами, клієнтами, працівниками, суспільством, а також принципи, яких компанія дотримується при роботі в економічній і політичній сферах.

Починаючи з 1998 року компанія публікує Звіт про сталий розвиток на щорічній основі. З 2000 року

компанія Shell є підписантом Глобального Договору ООН.

Слід зауважити, що компанія Shell працює в Україні починаючи з 1992 року та є спонсором багатьох соціальних програм. Так, у 2013 році в межах Національного тижня безпеки дорожнього руху за підтримки Shell було проведено серію тренінгів «Батьки-водії» у Донецькій і Харківській областях [9].

Іншим яскравим прикладом порушення прав людини великими корпораціями став скандал з відомим американським виробником спортивного одягу Nike. У середині 90-х років американські телеканали показали пакистанських дітей, які нашивають емблему «Nike» на футбольні м'ячі. З того часу не припиняється хвиля обурення у зв'язку з умовами праці у так званих «sweatshops», фабриках в Азії та Латинській Америці, де проводиться пошиття продукції концерну.

У США такі повідомлення стали серйозною загрозою іміджу концернів. Знаменитий рекламний слоган фірми «Just do it!» («Просто зроби!») було перефразовано в «Just Boycott it!» («Просто бойкотуй!»). Все більше молодих людей відвертається від улюбленої до цього торговельної марки. Для концерну втрата довіри в цій цільовій групі є особливо болісною [10, ст. 14].

Справжня катастрофа для фірми Nike вибухнула восени 1997 року в Нью-Йорку. Соціальний працівник Майк Джайтлсон розказав підліткам, що робітники в Індонезії отримують тільки два долари в день, а виготовлення однієї пари кросівок коштує компанії лише у п'ять доларів (на той час американські покупці платили 100-150 доларів за одну пару кросівок). Він також розповів хлопцям, що Nike ще не виготовила на території США жодної пари кросівок і що це одна з причин, чому їхні батьки не можуть знайти роботу. У результаті 200 підлітків 11-13 років увірвалися до супермаркету Nike в Нью-Йорку та влаштували демонстрацію. З криками підлітки кинули під ноги охорони купу мішків зі старими кросівками [10, ст. 15].

Компанія була змушена визнати звинувачення справедливими та вдатися до рішучих змін, а саме: у цехах створили опорні пункти для охорони, повісили вогнегасники й облаштували запасні пожежні виходи; обладнали робочі місця і провели більш суворі перевірки на предмет використання дитячої праці [10, ст. 15].

Сьогодні компанія Nike веде активну соціальну діяльність, використовує екологічні технології для виготовлення продукції брендів, переймається питаннями збереження клімату та безвідходного виробництва. Так, у 2013 році 92% бізнесу Nike відмовилися від захоронення відходів і перейшли до технологій безвідходного виробництва [11]. З 2000 року Nike є підписантом Глобального Договору ООН.

Таким чином, бачимо, що найбільші компанії світу, компанії-гіганти можуть у рівній мірі приносити суспільству як катастрофи, так і користь.

Не викликає сумнівів той факт, що саме великі корпорації можуть принести найбільші зміни як для своїх споживачів, так і для усього суспільства в цілому. Тому саме їх діяльність має значний вплив на наше сьогодення та добробут майбутніх поколінь. Ця думка знайшла своє висвітлення у концепції сталого розвитку.

Як наслідок, світовою спільнотою було прийнято рішення про створення низки неурядових міжнародних організацій, покликаних захищати права майбутніх поколінь, в тому числі шляхом створення

рекомендаційної нормативної бази з питань сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності.

Для українського суспільства переломним моментом став 2005 р., коли громадські організації ініціювали створення Всеукраїнського громадського руху «Форум соціально відповідального бізнесу України». Весною 2006 р. лідери національних ділових кіл поставили свої підписи під Глобальним договором. У 2001 році в Україні було створено Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», який надає консультації з питань розробки стратегії, програм та комунікацій з КСВ, проведення моніторингу та оцінки ефективності проектів, підготовки і верифікації нефінансової звітності. Це провідна експертна організація з КСВ в Україні, член Правління Глобального договору ООН (2010–2011), Організаційний стейкхолдер GRI, національний партнер CSR Europe (Брюссель) і Всесвітньої бізнес-ради зі сталого розвитку (WBCSD, Женева). Організація об'єднує 21 компанію України. У червні 2013 р. вийшов Указ Президента України «Про план заходів з реалізації у 2013р. Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні», в якому сформульоване завдання по розробці Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [12].

За даними Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», у 2005–2011рр. в Україні 52 компанії опублікували нефінансові звіти різних видів:

1. Ініціативи соціальної відповідальності («Майкрософт Україна» – 2007–2009 рр.).

2. Соціальний звіт: (ВАТ «Прилуки» – 2006–2007 рр.); ТОВ «ДПЕК» – 2007 р.; ЗАТ «Оболонь» – 2007–2008 рр.; Група «Метінвест» – 2008 р.; ТОВ «Астеліт» – 2009 р.

3. Звіт з прогресу: ФПГ «Систем Кепітал Груп» – 2006 р.; Інтерпайп – 2007–2011 рр.; «Гештальт Консалтинг Груп» – 2007–2008 рр.; «Сіменс-Україна» – 2007–2008 рр.; «Фокстрот» – 2008–2011 рр. та ін. (всього 25 компаній).

4. Звіти з КСВ: ФПГ «Систем Кепітал Менеджмент» – 2005 р.; ТОВ «Ернст енд Янг» – 2009, 2011 рр.; Компанія XXI століття» – 2009 р.; БДО Лігал Україна – 2011 р. та ін. (всього 9).

5. Звіт зі сталого розвитку: ФПГ «Систем Кепітал Менеджмент» – 2007 р.; 2008–2009 рр.; ВАТ КБ «Надра Банк» – 2008 р.

6. Звіт з охорони природи і соціальної політики: ТОВ «Тетра Пак» – 2008–2009 рр. [13; 14].

Глобальний Договір ООН є однією з ініціатив, які сьогодні мають найбільшу підтримку в Україні. Глобальний договір являє собою основу для представників ділових кіл, які бажають погоджувати свою діяльність і стратегії з десятима універсальними принципами, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Будучи найбільшою в світі глобальною ініціативою із затвердження відповідальної громадянської позиції корпорацій, до якої приєдналися тисячі учасників з більш ніж 100 країн світу, Глобальний договір ставить своїм першочерговим завданням демонстрацію та забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків. Своім приєднанням до Глобального договору компанія заявляє про те, що розділяє переконання в тому, що ділова практика, що спирається на універсальні принципи, сприяє більшій стійкості та справедливості глобального ринку, а також і формуванню процвітаючих суспільств [15].

На поточний момент до добровільної ініціативи сприяння сталому розвитку та відповідальної громадянської позиції корпорації – Глобального договору – приєдналися 189 українських компаній [15]. Однак поки що в Україні навіть лідери соціально відповідального бізнесу не можуть похвалитися наявністю стратегії КСВ. Хоча такі компанії, як СКМ, ДТЕК, Метінвест, Оболонь, Platinum Bank, Carlsberg, METRO регулярно звітують за результатами КСВ минулого періоду, однак інформація про конкретні цілі на майбутній період в нефінансовій звітності не представлена. Відсутність цілепокладання, у свою чергу, ускладнює контроль за процесами та ресурсами [16].

За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6%), або як частину загального звіту компанії (11,8 %). За дослідженнями проекту UNITER лідерами в підготовці соціальних звітів в Україні є великі компанії та підприємства державної форми власності у сферах будівництва, зв'язку і послуг [17, с. 388].

Аналіз інформаційного наповнення більшості соціальних звітів українських компаній показав, що в них містяться дані переважно описового характеру про окремі соціальні проекти, благодійні акції. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується насамперед на трудові відносини та заходи із захисту здоров'я й безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою [18].

Згідно з положеннями Організації Об'єднаних Націй (ООН), вплив на сучасну практику соціально відповідального бізнесу (далі – СВБ) в Україні здійснюють такі фактори [19]:

1 – Структура економіки. В українській економіці переважають галузі важкої промисловості.

2 – Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства очоляють розвиток СВБ, надаючи найкращу міжнародну практику в цій сфері.

3 – Неефективна система соціального захисту. Багато компаній успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку тощо), яку вони утримують, вважаючи це діяльністю з СВБ.

4 – Важкий регуляторний тягар. Важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють компанії уходити в тінь.

5 – Слабкі місцеві громади. Відсутність децентралізації фінансів в Україні призводить до того, що переважним джерелом доходів місцевих бюджетів є трансферти з центрального бюджету.

6 – Відсутність інституційної підтримки. Україна не має ані урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики СВБ, ані розвинутої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати діяльність із СВБ.

7 – Трудове законодавство. Україна має досить розвинене трудове законодавство, проте для України характерні високий рівень безробіття, незахищений ринок праці, низька зайнятість жінок на ринку праці тощо.

За опитуванням головною перешкодою у здійсненні заходів із соціальної відповідальності для 72% українських компаній є брак коштів, для третини підприємств (33%) – податковий тиск, для 31% – недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла впровадженню програм із соціальної відповідальності. Для 28% українських підприємств основними перешкодами є недостатність інформації (38,5%) і досвіду (28%) впровадження соціальної відповідальності, відсутність підтримки з боку державних та недержавних організацій (18%) [20] (рис. 1).

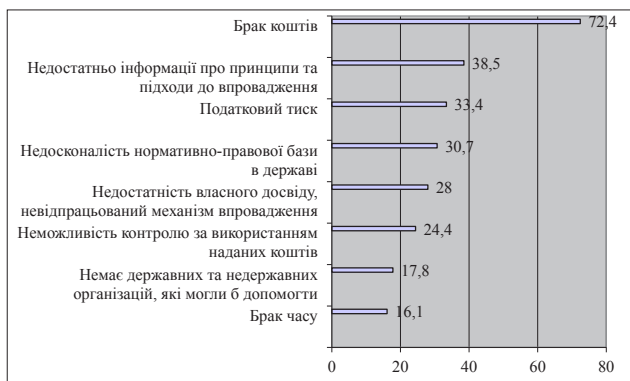


Рис. 1. Перешкоди розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств у 2011 р., % [20]

Найпопулярнішим аспектом соціальної відповідальності в Україні виступає благодійна діяльність і участь у реалізації регіональних соціальних програм. Так, у січні 2014 року за оцінкою міжнародних експертів у сфері КСВ у межах Національного конкурсу бізнес-кейсів, проведеного центром «Розвиток КСВ», компанія ДТЕК здобула Гран-прі в номінації «Розвиток регіонів». Гран-прі присуджено за кейс зі створення на територіях діяльності компанії Агентств місцевого розвитку. Цей кейс також посів перше місце в номінації «Найкращий внесок у розвиток країни» на думку редакторів українських ділових видань [21].

Лідери КСВ в Україні виокремлюють такі основні напрями соціальної діяльності як соціальне партнерство, охорона праці, охорона довкілля, утримання об'єктів соціальної сфери й розвиток співробітників.

Проте, незважаючи на активність деяких компаній, значна кількість аспектів концепції КСВ залишається неусвідомленою українським бізнесом в цілому: соціальна відповідальність ще не стала частиною корпоративного управління компаній; поза увагою українського бізнесу поки що залишається практика соціально відповідального інвестування, поліпшення освітніх можливостей працівників та збереження культурних цінностей тощо.

На нашу думку, першочерговою задачею має стати роз'яснення представникам власне українських компанії основних принципів, положень та норм соціально відповідального ведення бізнесу. Важливим аспектом, який може захопити вітчизняні підприємства імплементувати концепцію КСВ до своєї діяльності, є наголошення переваг, які підприємства можуть отримати від реалізації концепції.

Згідно зі Міжнародним стандартом ISO 26000 [22], соціальна відповідальність може дати організації такі переваги:

– забезпечення більш інформованого прийняття рішень на

основі кращого розуміння очікувань суспільства, управління юридичними ризиками;

– поліпшення практики організації з управління ризиками;

– поліпшення репутації організації та забезпечення довіри суспільства;

– підтримка громадського дозволу на здійснення діяльності;

– генерування інновацій;

– поліпшення конкурентоспроможності організації, включаючи доступ до фінансів і статус привілейованого партнера;

– поліпшення відносин організації із зацікавленими сторонами, що відкриває організації доступ до нових перспектив і контакту з широким спектром різноманітних зацікавлених сторін;

– підвищення лояльності, прихильності й участі працівників;

– підвищення безпеки та здоров'я трудящих – і жінок, і чоловіків;

– позитивний вплив на можливість організації залучати, мотивувати й утримувати працівників;

– забезпечення економії, пов'язаної з більш високою продуктивністю та ресурсоефективністю, більш низьким споживанням енергії та води, зменшенням утворення відходів і використанням цінних побічних продуктів;

– підвищення надійності транзакцій шляхом відповідального залучення до політики добросовісної конкуренції та відсутності корупції;

– запобігання або ослаблення потенційних конфліктів зі споживачами.

Беззаперечним є той факт, що суспільство також отримує переваги від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності [23]. До переваг, які отримує суспільство, відносимо такі:

1. Визначення факторів, що можуть призвести до змін: як поєднання підвищеного тиску з боку груп впливу та зміни у зовнішньому середовищі можуть вплинути на компанію/бізнес.
2. Наповнення змістом: як провести оцінку впливу вищезгаданих факторів на стратегії ведення бізнесу та покращити ці стратегії.
3. Визначення умов доцільності: як вибудувати умови доцільності для покращених стратегій, зважаючи на організаційну структуру, мету ведення бізнесу та інші організаційні питання.
4. Зобов'язання до дії: визначити, як покращені стратегії співвідносяться із структурою управління, стилем лідерства та цінностями організації.
5. Інтеграція та пошук ресурсів: як інтегрувати різні аспекти СВБ та операційні вимоги із попередніх кроків, визначити необхідні ресурси.
6. Залучення груп впливу: яким чином залучити групи впливу до визначення та впровадження покращених стратегій ведення справ.
7. Вимірювання та звітування: як оцінювати та звітувати про питання, визначені у попередніх етапах/кроках, та як вимірювати прогрес.

Рис. 2. Сім кроків перетворення корпоративної соціальної відповідальності на корпоративну соціальну вигоду [24]

- можливість встановлення партнерських відносин між усіма суб'єктами;
- можливість надання адресної допомоги громадянам, які її потребують;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проєктів, використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни та регіону.

Формування соціально-відповідального бізнесу відбувається під впливом різноманітних факторів, які стосуються різних суб'єктів, об'єктів і сфер. Розширюючи сферу застосування соціальної відповідальності, компанії перетворюють корпоративну соціальну відповідальність на корпоративну соціальну вигоду. У своїй публікації Д. Грейсон [24] визначив сім кроків для такого перетворення, які наведено на рисунку 2.

Таким чином, аналіз досвіду провідних компаній свідчить про доцільність впровадження соціально-орієнтованих змін та їх ефективність, незважаючи на ймовірне збільшення витрат для їх імплементації.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки. Для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідне перш за все роз'яснення суті даного поняття суспільству, зокрема представникам державної влади, підприємцям бізнесу та населенню країни. Наступним кроком має стати об'єднання зусиль бізнесу та держави шляхом створення спільних соціальних програм задля вирішення негайних потреб суспільства та попередження виникнення нових кризових ситуацій.

З боку держави це означає створення сприятливого інвестиційного клімату, передбачуваність і стабільність «правил гри», відкритість інформації, створення механізму цивілізованого лобювання інтересів бізнесу і відкритого діалогу з ним з питань розвитку країни.

Соціально відповідальна компанія повинна відповідати таким критеріям: як цивільна особа вона повинна дотримуватися законів, норм громадянського життя; як виробник – виробляти безпечні, надійні товари, встановлювати справедливі ціни; як роботодавець – піклуватися про матеріальне становище працівників, недопущення їх дискримінації; як суб'єкт управління ресурсами – ефективно використовувати ресурси і опікуватися тими земельними ділянками, на яких розташовано підприємство; як об'єкт інвестування – захищати інтереси інвесторів і надавати правдиву інформацію про своє положення; як учасник соціального розвитку – стимулювати і підтримувати інновації і визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих; як конкурент – не повинна брати участь у нечесній конкуренції і необґрунтованому обмеженні конкуренції [25, с. 49].

Нарешті, для успішної інтеграції до світового співтовариства кожен мешканець України має дотримуватися принципів сталого розвитку. Невід'ємною частиною стратегії суб'єктів господарювання будь-якого розміру та форми власності в Україні має стати впровадження та дотримання засад стратегії корпоративної соціальної відповідальності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі / Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Амосов С.О. Проблеми розвитку соціально-відповідального бізнесу / С.О. Амосов // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 р. / За заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х. : Видво ХарPI НАДУ «Магістр», 2010. – С. 120-122.
3. Полякова О.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні / О.М. Полякова // Соціально-економічні питання. Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 44. – С. 279-283.
4. Ворончак І.О. Ієрархічні рівні соціальної відповідальності бізнесу: сутність та особливості управління / І.О. Ворончак // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – № 2 (12). – С. 190-202.
5. Зінченко О.І. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку / О.І. Зінченко, А.М. Хімченко // Бізнес Інформ, 2013. – № 4. – С. 281-286.
6. Плахотный А.Ф. Проблемы социальной ответственности / А.Ф. Плахотный. – Киев : Вища шк., 1981. – 191 с.
7. Степанова О.В. Економічні принципи соціальної відповідальності підприємств // Продовольчий комплекс України: проблеми теорії та практики : матеріали наукових читань (12 травня 2006 р.) / Рада по вивченню продуктивних сил України НАНУ, 2006. – С. 174-179.
8. Социальная ответственность как основа конкурентоспособности казахстанского бизнеса : сборник материалов международной конференции. – Алматы, 2007 г. – 126 с.
9. Соціальна програма компанії Shell в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.shell.ua/environment-society/safety-tpkg/shell-road-safety.html>.
10. Вернер К. Черная книга корпораций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://litfile.net/web/395252/322000-323000>.
11. Офіційний сайт компанії Nike [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nikeresponsibility.com/targets/present/waste>.
12. Ярова В. В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу / В. В. Ярова // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 5. – С. 185-196 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnu_ekon_2013_5_26.pdf.
13. Грунтковський В.Ю. Регіональні особливості соціальної відповідальності бізнесу в Україні / В.Ю. Грунтковський // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки [Текст]: Випуск 27: У трьох частинах / М-во освіти і науки України, Черкас. Держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2011. – Частина III. – С. 31-34.
14. Колот А. Соціальне партнерство на зламі двох тисячоліть: стан, виклики, тенденції розвитку (на прикладі країн Європейського союзу) / А. Колот // Соціальна політика: проблеми, коментарі, відповіді. – 2009 р. – № 1(23). – С. 26-28.
15. Офіційний сайт Глобального Договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unglobalcompact.org/Languages/Russian/index.html>.
16. Воробей В. Системність КСО в Україні [Електронний ресурс] / В. Воробей. – Режим доступу : www.svb.org.ua/blog/sistemnost-kso-v-ukraine.
17. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
18. Стратегія розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/national-csr-strategy>.
19. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження: Доповідь ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
20. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
21. Офіційний сайт компанії DITEC [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dtek.com/uk/media-centre/press-releases/details/dtek-vklav-1-5-mlrd-grn-u-proekti-zi-stalogo-rozvitku-v-pershomu-pivrichchi-2014-roku#VMDxBiuUdNk>.
22. Стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ksovok.com/doc/iso_fds_26000_rus.pdf.
23. Божкова В.В., Сагер Л.Ю. Соціально відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів

- господарювання / В.В. Божкова, Л.Ю. Сагер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vuzlib.com.ua/articles/book/13884-So%D1%81%D1%96alno_v%D1%96dprov%D1%96dalnij_b%EF%BF%BD/1.html.
24. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / [Електронний ресурс] : Журнал «Києво-Могилянська

- ська Бізнес Студія». – 2005. – № 10. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
25. Ващенко К.О. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В.М. Геєць, О.В. Кужель, Е.М. Лібанова та ін. // Держкомпідприємництво. – 2008. – 226 с.

УДК 330.356.2.4:39

Клокар О.О.
*доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів і кредиту
Білоцерківського інституту економіки та управління
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Визначено та обґрунтовано основні теоретичні та практичні аспекти дослідження соціального капіталу. Акцентовано на комплексному методологічному підході щодо вивчення вказаної проблеми, що створило умови для об'єктивної оцінки сучасного стану вивчення та розробленості досліджуваної проблеми й сприяє виокремленню найбільш вагомих її компонентів, які потребують поліпшення.

Ключові слова: соціальний капітал, економіка, соціальна сфера, працівник, методологія дослідження.

Клокар О.О. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Определено и обосновано основные теоретические и практические аспекты исследования социального капитала. Акцентировано на комплексном методологическом подходе относительно изучения вышеуказанной проблемы. Это создаст условия для объективной оценки современного состояния изучения и разработанности исследуемой проблемы и будет способствовать выделению наиболее весомых ее компонентов, которые нуждаются в улучшении.

Ключевые слова: социальный капитал, экономика, социальная сфера, работник, методология исследования.

Klokar O.O. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS FOR RESEARCH OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF SOCIAL CAPITAL

Theoretical and methodological aspects for research of formation and development of social capital are determined and analyzed. Special attention is focused on the complex methodological approach to the study of the above mentioned problems. This fact will create conditions for an objective assessment of the current state of the investigated problem and facilitate the release of the most important components that need improvement.

Keywords: social capital, economy, social, worker, research methodology.

Постановка проблеми. Розвиток ринкової економіки України, інтеграція в світовий економічний простір, ефективна реалізація соціально-економічних реформ у цьому напрямі та підвищення добробуту людей, можливі лише за умови якісного формування соціального капіталу. Проте відсутність дієвих реформ щодо розвитку цієї складової (низький рівень матеріального стимулювання людей, значний податковий тиск на платників податків, незначні інвестиції в нематеріальне виробництво, низький рівень культури громадян тощо) істотно гальмують її розвиток. Наприклад, провідний матеріальний стимул – оплата праці в Україні упродовж 2013 р. становила лише 80% рівня офіційно встановленого прожиткового мінімуму для працездатної особи та не забезпечувала навіть простого відтворення робочої сили. Водночас в окремих країнах СНД (Азербайджан, Білорусь, Казахстан і Російська Федерація) вона була в 1,5–3 рази вищою [9, с. 173].

Відсутність зацікавленості людей в результатах своєї праці та соціально-психологічна напруга в суспільстві провокує не лише внутрішню, але й зовнішню трудову міграцію. Упродовж усіх років незалежності України кількість мігрантів, серед яких переважають сільські жителі працездатного віку, за

оцінками вчених-економістів перевищила 8 млн. осіб [9, с. 9]. Це негативно відображається на економічній, демографічній та гендерній політиці держави, погіршує культурний рівень розвитку населення. Тому актуальним питанням на сучасному етапі розвитку економіки України є формування основних засад дослідження якості функціонування соціального капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням окресленої проблеми займалися такі науковці: А. Бузгалін, П. Бурд'є, М. Горожанкіна, А. Коньков, Д. Коулман, М. Курбатова, С. Левіна, Є. Каган, Є. Мішенін, Н. Олійник, П. Саблук, В. Тітов, Ф. Фукуяма тощо [1–8; 10–12]. Вчені визначили базові засади розвитку соціального капіталу в ринковій економіці. Проте аналіз провідних підходів до вивчення соціального капіталу в процесі розвитку багатовекторної економіки в Україні відображений науковцями недостатньо.

Мета статті. Враховуючи актуальність вказаної проблеми, головною метою статті є вивчення теоретичних і практичних аспектів дослідження соціального капіталу та його ефективного формування й розвитку. Для реалізації обраної мети сформовані такі основні завдання: