

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ У ВІТЧИЗНЯНУ ПРАКТИКУ

FOREIGN EXPERIENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE POSSIBILITY OF ITS IMPLEMENTATION IN DOMESTIC PRACTICE

У статті здійснено аналіз зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу в контексті забезпечення сталого розвитку. Акцентовано, що корпоративна соціальна відповідальність є характерною рисою успішних компаній, важливим чинником конкурентної боротьби та питанням економічного виживання. Визначено ключові напрями та передумови застосування досвіду країн ЄС у сфері соціальної відповідальності в Україні. Досліджено особливості процесу реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в провідних західних компаніях. Окреслено основні напрями реалізації інституційної підтримки соціальної відповідальності бізнесу. Враховуючи зарубіжний досвід у сфері КСВ, запропоновано пріоритетні вектори розроблення та реалізації Національної стратегії розвитку КСВ вітчизняних компаній. Наголошено, що поширення практики реалізації принципів соціальної відповідальності необхідно розглядати як додатковий важіль стимулювання інноваційного розвитку вітчизняного бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, зарубіжний досвід, сталий розвиток, державне регулювання.

В статтю осуществлен анализ зарубежного опыта социальной ответственности

бизнеса в контексте обеспечения устойчивого развития. Акцентировано, что корпоративная социальная ответственность является характерной чертой успешных компаний, важным фактором конкурентной борьбы и вопросом экономического выживания. Определены ключевые направления и предпосылки применения опыта стран ЕС в сфере социальной ответственности в Украине. Исследованы особенности процесса реализации программ корпоративной социальной ответственности (КСО) в ведущих западных компаниях. Определены основные направления реализации институциональной поддержки социальной ответственности бизнеса. Учитывая зарубежный опыт в сфере КСО, предложены приоритетные векторы разработки и реализации Национальной стратегии развития КСО отечественных компаний. Отмечено, что распространение практики реализации принципов социальной ответственности необходимо рассматривать как дополнительный рычаг стимулирования инновационного развития отечественного бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, зарубежный опыт, устойчивое развитие, государственное регулирование.

УДК 331.101

<https://doi.org/10.32843/infrastruct34-11>

Білан О.С.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет

The article analyses the foreign experience in corporate social responsibility in the context of sustainable development. It is emphasized that corporate social responsibility is a feature of successful companies, an important factor of competition, and an issue of economic survival. The key directions and prerequisites for applying the EU experience in corporate social responsibility in Ukraine are identified. The characteristic features of the process of implementation of corporate social responsibility (CSR) programs in leading Western companies are investigated. It is summarized that the institutional support for corporate social responsibility in Ukraine needs to be implemented in the following three areas: state authorities, research centres, business circles. It is argued that in order to promote CSR activities, the state should increase the use of various forms of social recognition of the CSR achievements of companies. Features of the European CSR model are studied and it is determined that it is characterized by the key role of the state in socio-economic processes; its main task is not to make a profit but to form a responsible attitude to workers and local communities. Herewith, the state influence extends to the labour conditions and protection, the level of wages, outputs and services, ecology, employment, social guarantees. Based on the study of EU countries' experience, it is summarized that the effectiveness of promoting socially responsible corporate behaviour depends to a large extent on effective state regulation, one of the most important instruments of which is incentives (tax breaks, compensation for greening and energy efficiency of production, improved product quality and safety, promoting social protection for personnel, etc.). Taking into account EU experience in the CSR sphere, priority vectors for development and implementation of the National CSR Development Strategy of domestic companies are proposed. It is emphasized that the spread of the practice of implementation of the principles of social responsibility should be considered as an additional lever to stimulate innovative development of domestic business.

Key words: corporate social responsibility, foreign experience, sustainable development, state regulation.

Постановка проблеми. У розвинутих країнах соціальну відповідальність бізнесу розглядають як ключовий чинник підвищення конкурентоспроможності компаній та підвищення життєвих стандартів громадян і суспільства загалом. Відповідно, є чітке розуміння того, що реалізація принципів соціальної відповідальності бізнесу – стратегічний пріоритет кожного підприємства та основа їхнього сталого розвитку. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження передового міжнародного досвіду у сфері соціальної відповідальності з метою визначення ключових напрямів та передумов його застосування в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблематики корпоративної соціальної відповідальності зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як З. Бурик, Х. Гальчак, С. Гончарова, Л. Грицина, І. Дегтярьова, П. Калита, Е. Карнегі, Н. Кирилюк, А. Колосок, Ф. Котлер, А. Кравченко, О. Олійник, М. Портер та ін. Проте в сучасних умовах питання підвищення ефективності соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу за допомогою впровадження передового міжнародного досвіду залишаються не досить розробленими, що зумовлює необхідність детальніших досліджень.

Постановка завдання. Метою написання статті є дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу та можливості його імплементації у вітчизняну практику

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародний досвід свідчить, що сталий гармонійний розвиток можливий лише за умови належного рівня соціальної відповідальності головних його суб'єктів, насамперед бізнесу, враховуючи його провідну роль в суспільстві.

Варто зазначити, що особливої актуальності поняття корпоративної соціальної відповідальності набуло в другій половині ХХ ст. Це пов'язано з прискоренням процесу глобалізації, зростанням ролі транснаціональних корпорацій, залученням величезних територій і всього населення планети в процес активного видобутку і використання природних ресурсів, що призвело до негативних соціально-економічних наслідків, незворотних змін у навколишньому середовищі і кліматі планети, порушення екологічної рівноваги.

У зв'язку з цим провідні світові корпорації розробляють і реалізують ініціативи, що враховують потреби суспільства та навколишнього середовища. Так, наприклад, у середині 90-х рр. фармацевтична компанія *Betapharm* стала однією з перших німецьких фірм, яка успішно використала свою ініціативу в межах КСВ для вирішення проблем, пов'язаних зі зниженням обсягів продажу. *Betapharm* виступила зі стратегічної соціальною ініціативою на користь сімей із хронічно хворими дітьми. У результаті компанія отримала стратегічну перевагу перед конкурентами і збільшила свій оборот на ринку, який був перенасиченим продукцією інших фірм.

Сьогодні практично кожне велике європейське підприємство прагне довести, що воно несе відповідальність за свої дії як перед своїми працівниками, так і перед суспільством загалом. Корпоративна соціальна відповідальність є характерною рисою успішних компаній, важливим чинником конкурентної боротьби і навіть питанням економічного виживання. КСВ сприяє формуванню позитивного іміджу компанії не лише у споживачів, але і у своїх працівників. Це сприяє залученню кваліфікованих працівників та їх мотивації до продуктивної праці, закріпленню наявного штату на цьому підприємстві.

Як показують дослідження, соціальна відповідальність західних бізнесменів має давню традицію. Ще в ХІХ ст. підприємці, виховані на християнських цінностях, вважали своїм обов'язком не тільки виплачувати заробітну платню своїм працівникам, а й нараховувати їм пенсії.

Досліджуючи діяльність компаній у різних країнах, варто зазначити, що умови праці в Німеччині – одні з найкращих у світі. Працівники німецьких компаній найбільш захищені, тут успішно

реалізуються принципи охорони праці, правила і підходи, які дозволяють працівникам комфортно почувати себе на робочому місці. Відповідно, безпечні та комфортні умови праці, відповідний психологічний клімат сприяють підвищенню продуктивності праці. При цьому варто зазначити, що соціально відповідальні компанії цінують і дбають про літніх співробітників.

Окрім того, ключовою тезою соціальної відповідальності німецького бізнесу є відповідальність не тільки перед співробітниками, але і перед суспільством загалом. КСВ є одним із найважливіших компонентів німецької концепції управління стійкістю («*das Nachhaltigkeitsmanagement*»). Корпоративна соціальна відповідальність описує зобов'язання компаній працювати в напрямі сталого розвитку, діючи добровільно, виходячи за межі своїх юридичних зобов'язань з екологічних, соціальних та економічних питань у всьому світі. Сьогодні прихильність до суспільства є обов'язковою складовою частиною німецької бізнес-культури [11].

Від соціальної відповідальності компанії безпосередньо залежить її успіх на ринку та розмір прибутку. Характерними особливостями процесу реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності західними компаніями є:

- реалізація проектів КСВ, яку здебільшого ініціюють державні органи влади;
- орієнтація на екологічну безпеку в країні;
- реалізація проектів КСВ, спрямована на комерційний результат;
- реалізація проектів КСВ на території інших країн тощо.

Варто зазначити, що західні компанії беруть активну участь у вирішенні важливих суспільних проблем, особливо в країнах, що розвиваються. При цьому більшість провідних європейських компаній планують реалізацію заходів соціальної відповідальності на довгострокову перспективу. Так, наприклад, компанія з виробництва засобів догляду за шкірою *Beiersdorf* розробила в 2015 р. проект, метою реалізації якого було зниження впливу на екологію і збільшення екологічно чистих інгредієнтів у своїй продукції [9].

Виробник автомобілів *BMW Group* також має екологічну спрямованість. Діяльність фірми орієнтована на зменшення негативного впливу власних транспортних засобів на навколишнє середовище шляхом використання електроенергії з відновлюваних джерел. Натепер частка електроенергії з відновлюваних джерел в *BMW Group* становить 58% [10].

Використання перероблених (та отриманих у результаті рециклінгу) матеріалів дозволяє заощадити ресурси. Основні приклади в *BMW Group* – це використання оливкової олії в ролі дубильної речовини для шкіри, гібіскусових волокон і ПЕТ матеріалів – для оздоблення салону. Крім того,

концерн BMW Group до 2020 р. планує зменшити кількість води, електроенергії, розчинників і відходів на кожен виготовлений автомобіль на 45% [10].

Варто зазначити, що серед світових автовиробників BMW є лідером за рівнем реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності – ще в 1973 р. на виробничих потужностях компанії була запроваджена посада Environmental Officer (співробітника, що стежить за дотриманням екологічних норм). Компанія активно взаємодіє не тільки зі своїми споживачами, але і з суспільством в цілому: фахівці BMW розробляють освітні програми, що підвищують рівень обізнаності про соціальні та екологічні загрози, питання безпеки дорожнього руху тощо. Активна взаємодія з підростаючим поколінням, турбота про захист навколишнього середовища і прозоре управління посприяли становленню BMW як однієї з найбільш шанованих і успішних автомобільних компаній сучасності.

Ще одним успішним прикладом реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності є діяльність Deutsche Post DHL або DHL – міжнародної логістичної компанії, яка налічує біля 510,000 працівників у більш ніж 220 країнах світу з доходом більше 58 млрд. євро в 2017 році. Компанія реалізує три внутрішні програми в межах корпоративної соціальної відповідальності компанії, а саме:

1. Go Green – включає в себе широкий спектр заходів та ініціатив: від ведення аудиту викидів парникових газів до складання та оприлюднення звіту про рівень цих викидів; внутрішнього природоохоронного менеджменту та дій щодо ощадливого використання природних ресурсів, просвітницької роботи із інформування і створення екоощадливої культури праці робітників та інше.

2. Go Teach – передбачає соціальні ініціативи компанії щодо навчання та працевлаштування молоді (в тому числі тієї, яка перебуває на низькому соціально-економічному рівні). На сайті DHL зазначено: «У сучасному світі, який швидко змінюється, освіта сприяє підвищенню стабільності та процвітання – як для людей, так і для суспільства та ринків».

3. Go Help – передбачає дії із ліквідації наслідків стихійних лих. Володіючи знаннями про інфраструктуру більшості регіонів, маршрути та особливості транспортних систем у світі, компанія бере на себе відповідальність допомогти населенню і своїм працівникам у випадку виникнення стихійного лиха.

Отже, європейські компанії є одним із прикладів реалізації корпоративної соціальної відповідальності, чії програми орієнтовані на майбутнє.

Впровадження принципів сталого розвитку забезпечує збалансований економічний, екологічний та соціальний розвиток країни. Позитив-

ний приклад державного регулювання зі встановлення балансу економічного інтенсивного зростання та забезпечення високого рівня соціальних показників демонструє Німеччина. У Національній стратегії сталого розвитку Німеччини (Nachhaltigkeits-strategie für Deutschland) зазначено, що ідея сталого розвитку передбачає відповідальність як за сьогоднішній день, так і за майбутні покоління у масштабах країни та на міжнародній арені [11].

Концепція управління сталим розвитком включає управлінські правила, а також цілі й індикатори, що утворюють основу безперервного моніторингу. Німеччина користується гарною репутацією за видатні досягнення в галузі виробництва якісної продукції. Підтвердженням цієї тези є реалізація проекту німецького уряду «CSR – Made in Germany» (КСВ «Зроблено в Німеччині») у 2016 році. Головна ідея проекту полягає в тому, щоб в очах споживачів продукт чи послуга були виготовлені з врахуванням ініціатив корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, у Німеччині корпоративна соціальна відповідальність набуває статусу не просто державного і корпоративного масштабу, а вже національного. Це і є повноцінним проявом стратегічної моделі корпоративної соціальної відповідальності в сучасній економіці.

Тепер у межах нової ініціативи продукція сертифікується як «Зроблено в Німеччині», що є гарантією високих стандартів КСВ щодо виробничого ланцюга. Проект Ініціативи Deutschlandsiegel охоплює продукти, які виробляються в Німеччині на постійній основі. У результаті ця ініціатива заручилася підтримкою вже більш ніж 60 відомих компаній, які зареєстрували 156 продуктів для сертифікації.

Щоби претендувати на «етикетку», рівень виробництва продукту в країні повинен становити не менше 55% та відповідати конкретним підходам стійкості, які реалізуються на відповідних етапах виробництва. Охоплюється широкий спектр питань КСВ, включаючи такі, як видобуток сировини, викиди парникових газів, біологічне різноманіття, раціональне використання енергії, споживання води, утилізація тощо.

Актуальність теми соціальної відповідальності зумовила виникнення компаній, які надають консультації німецьким підприємствам з питань етики і моралі. Є навіть спеціальна нагорода для найбільш соціально-відповідального підприємства. Переможця нагороджують престижною премією Arbeit Plus («Робота плюс»). Наслідуючи приклад США, німецькі підприємці відкривають в своїх офісах відділи, які стежать за дотриманням моральних, етичних і екологічних норм.

Як уже зазначалося, в Німеччині власники бізнесу є ініціаторами запровадження і розвитку практики корпоративної соціальної відповідальності.

У свою чергу державні органи влади країн ЄС реалізують певний набір ефективних засобів і методів підтримки соціальної відповідальності бізнесу, а саме:

– проведення соціальних форумів у регіонах та запрошення бізнесу для участі в найважливіших заходах, організованих місцевою владою;

– реалізація спеціальних цільових програм і соціальних інвестицій шляхом залученням до їх фінансування бізнесу;

– участь представників місцевих органів влади в так званих соціальних діалогах із бізнесом для вироблення конкретних рекомендацій щодо розвитку своїх громадських програм;

– проведення спеціальних заходів для розвитку соціального партнерства за участю всіх його сторін: влади, бізнесу та суспільства.

Завдяки своїй діяльності з корпоративної соціальної відповідальності компанії можуть зробити важливий внесок у сталий розвиток у партнерстві з іншими гравцями в суспільстві. У цьому контексті необхідно чітко розмежувати розподіл ролей між урядами та компаніями.

Ключовою тезою соціальної відповідальності німецького бізнесу є відповідальність не тільки перед співробітниками, але і перед суспільством загалом. У Німеччині від соціальної відповідальності (або безвідповідальності) компанії безпосередньо залежить фактор її успіху на ринку і розмір прибутку.

Варто зазначити, що в Німеччині власники бізнесу є ініціаторами запровадження і розвитку практики корпоративної соціальної відповідальності, а державні органи влади Німеччини реалізують певний набір ефективних засобів і методів підтримки соціальної відповідальності бізнесу.

Європейська модель КСВ характеризується ключовою роллю держави в соціально-економічних процесах. Головним її завданням є не прибутковість, а формування відповідального ставлення до працівників і місцевих громад. Відповідно, державний вплив поширюється на умови та охорону праці, рівень заробітної плати, обсяги випуску продукції й надання послуг, екологію, зайнятість, соціальні гарантії. Важливою рисою європейської моделі КСВ є перерозподіл обсягів ВВП через державний бюджет (понад 45%), що забезпечує потужну систему соціального захисту населення за рахунок залучення коштів державного та приватного капіталів.

Уряди країн ЄС подають приклад соціально-відповідального підходу та заохочують до цієї практики приватні структури. Наприклад, у Нідерландах встановлено, що 2% всіх товарів, придбаних державними організаціями, повинні бути екологічно чистими. Така ініціатива заохочує приватні підприємства інвестувати кошти в цей напрям [5].

Перехід України до сталого розвитку, її інтеграція в європейське та світове співтовариство вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, що сприятиме посиленню взаємної відповідальності усіх учасників суспільного життя, створенню умов для подальшого стабільного розвитку суспільства.

Необхідність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена низкою таких чинників, як:

1) низький рівень корпоративної культури в Україні;

2) деформація правової свідомості, прагнення оминати закон, а не дотримуватися його;

3) нерозуміння бізнесом та суспільством основних завдань і механізмів реалізації соціальної відповідальності бізнесу;

5) закритість більшості українських суб'єктів господарювання від широкої громадськості;

6) дисбаланс складників реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями.

У сучасному світі соціально відповідальна поведінка бізнесу є загальноприйнятною нормою, якої дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих підприємств. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну значущість, що містить у собі соціальна відповідальність, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів соціальної відповідальності і заходів зі стимулювання бізнесу до такої відповідальності.

У більшості країн ЄС розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціальної відповідальності бізнесу, в яких держава визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності [7].

Враховуючи досвід європейських компаній у сфері КСВ, необхідно реалізувати коригувальні заходи щодо вдосконалення та підвищення ефективності української моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Насамперед національне законодавство необхідно привести у відповідність з нормами та правилами міжнародних стандартів, а саме: ISO 26000, Глобальний договір ООН, Багатосторонній форум з питань КСВ та ЄС тощо. Розширення сфери реалізації соціально-орієнтованих проектів в Україні принесе користь суспільству, забезпечить чистоту навколишнього середовища, збереження ресурсів та покращення життя.

З метою стимулювання діяльності у сфері КСВ держава повинна розширити використання різних

форм соціального визнання досягнень компанії у сфері КСВ: громадське визнання, різні форми соціальних ініціатив. Переорієнтація на бізнес-критерії компанії, включаючи вартість бренду, інвестиційну привабливість та конкурентні переваги, сприятиме реалізації програм КСВ в українських компаніях. Прийняття відповідних положень на державному рівні стимулюватиме діяльність корпорацій з розвитку КСВ.

Варто зазначити, що запорукою швидкого поширення практик соціальної відповідальності бізнесу є дієве інституційне забезпечення. Саме завдяки спільним зусиллям державних органів, громадських та наукових кіл, а також бізнесу, вдалося асимілювати соціальну відповідальність у бізнес-практику країн ЄС.

Досвід європейських країн у напрямі формування інституційної підтримки корпоративної соціальної відповідальності може стати корисним для України. Уряди країн ЄС спільно з представниками бізнесу та громадськості реалізують навчальні програми, які передбачають зустрічі урядовців та представників компаній з метою підвищення їхньої обізнаності щодо КСВ. Також уряди впроваджують багато проектів у сфері екології та справедливої торгівлі.

Урядом Німеччини започаткований Круглий стіл із питань корпоративних кодексів поведінки з представників міністерств, соціальних партнерів, компаній та неурядових організацій. Круглий стіл в основному працює в напрямі покращення соціальних умов та умов праці в країнах, що розвиваються.

Яскравим прикладом реалізації соціальних проектів дослідницькими центрами ЄС є інформаційна компанія «Місцеві альянси заради родини», що має на меті забезпечення балансу "життя – робота" та створення гнучких можливостей для піклування про дітей працівників компанії.

Постійна еволюція інституційного середовища розвитку КСВ Німеччини зумовлена міцним законодавчим підґрунтям. Крім загальних норм, у Німеччині діють внутрішні нормативно-правові акти, які є жорсткішими та точнішими порівняно із загальноєвропейськими. Одним з них є Федеральний закон «Про досягнення рівного ставлення до інвалідів». Міністерство громадського здоров'я та соціальної безпеки реалізує проект «Робота без перешкод» для підвищення професійних можливостей інвалідів (навчання, сприяння кар'єрному просуванню, заходи з охорони здоров'я).

Підсумовуючи вищесказане, вважаємо, що інституційну підтримку КСВ в Україні необхідно реалізувати за такими трьома напрямками:

1) державні органи влади:

– організація навчальних програм з КСВ;

– впровадження проектів у сфері екології та справедливої торгівлі;

– реалізація проекту «Робота без перешкод»;

– організація круглих столів з питань корпоративних кодексів поведінки.

2) науково-дослідні центри:

– проведення інформаційних компаній;

– консалтингова підтримка розроблення та реалізації соціальних проектів.

3) ділові кола:

– підвищення рівня обізнаності та посилення розвитку КСВ;

– розроблення корпоративних кодексів.

Як показує досвід ЄС, ефективність поширення соціально відповідальної поведінки компаній значною мірою залежить від дієвого державного регулювання, одним із найважливіших інструментів якого є стимули (податкові пільги для виконавців суспільно важливих проектів, компенсації за екологізацію та енергоефективність виробництва, підвищення якості та безпечності продукції, сприяння мотивації та соціальному захисту персоналу, підвищенню їхнього професійного рівня тощо). Такі стимули повинні бути чітко закріплені у законодавстві, а їхня дієвість залежить від прозорості та ефективності механізму впровадження. Впровадження соціально відповідальних ініціатив є загальнооздоровлюючим чинником розвитку підприємств, що зумовлює покращення його іміджу та посилення конкурентних позицій, а також сталий розвиток населення та довкілля.

Враховуючи зарубіжний досвід у сфері КСВ в межах розроблення та реалізації Національної стратегії розвитку КСВ вітчизняних компаній можна виділити такі основні пріоритетні напрями:

1. Розвиток галузевих і міжгалузевих партнерств та ініціатив. Ця практика допоможе представникам приватного бізнесу подолати бар'єр недовіри з боку різних груп стейкхолдерів і, об'єднавшись зі своїми партнерами з бізнесу, неурядовими організаціями, інвесторами, впровадити практику КСВ у внутрішню структуру власного бізнесу.

2. Побудова трикутника «бізнес – влада – суспільство». Прикладом може слугувати створення багатосторонньої ради з розроблення варіантів національної стратегії з КСВ.

3. Надання кваліфікованих консалтингових послуг у галузі КСВ зацікавленим представникам бізнесу. Компанії-першопрохідці в розвитку КСВ формують власні стратегії соціальної відповідальності й активно використовують інструментарій галузі, наприклад цільові програми, міжсекторальне партнерство, дискусійні зустрічі із зацікавленими особами, звітність з КСВ, створення інноваційних товарів і послуг соціальної або екологічної спрямованості.

4. Якісні зміни в системі освіти і підвищення якості людського капіталу країни. Внутрішні програми розвитку персоналу, співпраця компаній з вищими навчальними закладами та програми ста-

жувань підвищують загальний рівень компетенції працівників в країні.

5. Підвищення прозорості бізнесу. Активна позиція щодо КСВ сприятиме підвищенню прозорості бізнесу – суспільство матиме можливість отримати інформацію про структуру корпоративного управління, стратегії КСВ і напрями соціальних інвестицій компаній.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, поширення практики реалізації соціальної відповідальності може розглядатися як додатковий важіль стимулювання інноваційного розвитку вітчизняного бізнесу та сприятиме позитивному іміджу України у світовому економічному просторі.

Реалізація принципів соціально відповідального бізнесу вітчизняними компаніями забезпечить формування нової корпоративної культури, сприятиме зміцненню національної економіки, стимулюванню пошуку шляхів вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем та, відповідно, сталому розвитку суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дегтярєва І.Б. Економічні та фінансові інструменти забезпечення сталого регіонального розвитку: досвід ЄС. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_3_4 (дата звернення 10.07.2019).

2. Калита П. Сталий розвиток. Корпоративна соціальна відповідальність. Ділова досконалість. Стандартизація, сертифікація, якість. 2013. № 1. С. 31–36.

3. Кирилюк Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність: досвід європейських компаній. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17). С. 107–111. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=molv_2015_2%282%29_27. (дата звернення 15.08.2019).

4. Коваленко Є.В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності. URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_28/YEVHEN_V_KOVALENKOForeign_Experience_of_National_Corporate_Social_Responsibility_Models_Forming.pdf. (дата звернення 16.08.2019).

5. Колосок А. Зарубіжний досвід соціальної відповідальності бізнесу та перспективи його застосування в Україні. *Економічний часопис Східноєвропейського нац. універ. ім. Л. Українки. Економіка й управління національним господарством*. 2015. № 1. С. 15–19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2015_1_5 (дата звернення 18.08.2019).

6. Олійник О.Р. Міжнародний досвід розвитку соціальної відповідальності та можливість його застосування в Україні. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/inek_2015_4_7.pdf. (дата звернення 11.08.2019).

7. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. (дата звернення 11.08.2019).

8. Яншина А.М. Національна політика сталого зростання: досвід Німеччини та Японії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 18. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2013/12.pdf. (дата звернення 19.08.2019).

9. Beiersdorf. URL: <https://www.beiersdorf.de/?ga=2.176419238.289304045.1559631815-489612486.1559631815> (дата звернення 18.08.2019).

10. BMW Group. URL: <https://www.bmwgroup.com/en.html> (дата звернення 18.08.2019).

11. Nachhaltigkeits-strategie für Deutschland. URL: www.nationale-nachhaltigkeitsstrategie.de (дата звернення 20.08.2019).

REFERENCES:

1. Dehtiarova I.B. (2014) Ekonomichni ta finansovi instrumenty zabezpechennia staloho rehionalnoho rozvytku: dosvid ES [Economic and Financial Instruments for Ensuring Sustainable Regional Development: EU Experience]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_3_4. (accessed 10 July 2019).

2. Kalyta P. (2013) Stalyi rozvytok. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Dilova doskonalist [Sustainability. Corporate Social Responsibility. Business perfection]. Standardization, certification, quality, no. 1, pp. 31–36.

3. Kyryliuk N.V. (2015) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: dosvid yevropeyskykh kompanii [Corporate social responsibility: the experience of european companies]. *Molodyi vchenyi*. no. 2 (17), pp.107–111. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=molv_2015_2%282%29_27. (accessed 15 August 2019).

4. Kovalenko Y.V. (2018) Zarubizhnyi dosvid formuvannia natsionalnykh modelei korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [The organizational and economical mechanism of corporate social responsibility management]. Available at: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_28/YEVHEN_V_KOVALENKOForeign_Experience_of_National_Corporate_Social_Responsibility_Models_Forming.pdf. (accessed 16 August 2019).

5. Kolosok A. (2015) Zarubizhnyi dosvid sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu ta perspektyvy yoho zastosuvannia v Ukraini [Foreign Experience of Social Responsibility of Business and Prospect of his Application in Ukraine]. *Ekonomichniy chasopys Skhidnoievropeiskoho nats. univer. im. L. Ukrainky. Ekonomika y upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*. No. 1. pp.15–19. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2015_1 (accessed 18 August 2019).

6. Oliinyk O.R. (2015) Mizhnarodnyi dosvid rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti ta mozhlyvist yoho zastosuvannia v Ukraini [International experience of social responsibility and the possibility of its application in Ukraine]. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbuv/

cgjirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/inek_2015_4_7.pdf. (accessed 11 August 2019).

7. Stratehiia spriannia rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini na period do 2020 roku. Available at : http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. (accessed 11.08.2019).

8. Yanshyna A. M.(2013) Natsionalna polityka staloho zrostannia: dosvid Nimechchyny ta Yaponii. [Sustainable growth policy: national practices of Ger-

many and Japan]. Investytsii: praktyka ta dosvid. [Investytsiyyi: praktyka ta dosvid] (VOL) 18. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2013/12.pdf. (accessed 19 August 2019).

9. Beiersdorf. Available at : https://www.beiersdorf.de/?_ga=2.176419238.289304045.1559631815-489612486.1559631815 (accessed 18 August 2019).

10. BMW Group. Available at : <https://www.bmwgroup.com/en.html> (accessed 18.08.2019).

11. Nachhaltigkeits-strategie für Deutschland. Available at : www.nationale-nachhaltigkeitsstrategie.de (accessed 20 August 2019).

Bilan Oksana

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics of Enterprises
and Corporations
Ternopil National Economic University

FOREIGN EXPERIENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE POSSIBILITY OF ITS IMPLEMENTATION IN DOMESTIC PRACTICE

Relevance. In developed countries, corporate social responsibility is seen as a key factor in improving the competitiveness of companies and improving the living standards of citizens and society as a whole. Accordingly, there is a clear understanding that the implementation of the principles of corporate social responsibility is a strategic priority of each enterprise and the basis of their sustainable development. In this context, there is a need to study the best international practices in the field of social responsibility in order to identify key areas and prerequisites for its application in Ukraine.

Purpose. The purpose of this article is to investigate the foreign experience in corporate social responsibility and the possibilities of its implementation in domestic practice.

Methodology. Research methods: logical and situational analysis, grouping, systematization, and generalization.

Results. International experience shows that sustainable harmonious development is possible only if the proper level of social responsibility of its main actors, first of all, business, is given, taking into account its leading role in society. Corporate social responsibility is a feature of successful companies, an important factor in competition, and the issue of economic survival.

European companies are one of the examples of the implementation of corporate social responsibility, which programs are forward-looking. The key directions and prerequisites for applying the EU experience in corporate social responsibility in Ukraine are identified. The characteristic features of the process of implementation of corporate social responsibility (CSR) programs in leading Western companies are investigated. Institutional support for CSR in Ukraine needs to be implemented in the following three areas: 1) state authorities (organization of CSR training programs; implementation of projects in the field of ecology and fair trade; implementation of the project "Work Without Obstacles"; organization of roundtables on corporate codes of conduct); 2) research centres (conducting information companies; consulting support for the development and implementation of social projects); 3) business circles (awareness-raising and CSR development improvement, development of corporate codes).

Based on the study of features of the European CSR model, it is determined that it is characterized by the key role of the state in socio-economic processes; its main task is not to make a profit but to form a responsible attitude to workers and local communities. Herewith, the state influence extends to the labour conditions and protection, the level of wages, outputs and services, ecology, employment, social guarantees. Accordingly, in order to promote CSR activities, the state should expand the use of various forms of social recognition of the CSR achievements of the company.

According to EU experience in the CSR sphere, the effectiveness of promoting socially responsible corporate behaviour depends to a large extent on effective state regulation, one of the most important instruments of which is incentives (tax breaks, compensation for greening and energy efficiency of production, improved product quality and safety, promoting social protection for personnel, etc.).

Based on foreign experience in CSR within the development and implementation of the National CSR Development Strategy of domestic companies, the following priority areas are identified: development of sectoral and cross-sectoral partnerships and initiatives; construction of the triangle "business-power-society"; providing qualified CSR consulting services to interested business representatives; qualitative changes in the education system and improving the quality of the country's human capital; increasing business transparency. An active position in relation to CSR will help to increase business transparency – society will have the opportunity to gain information on corporate governance structures, CSR strategies, and companies' social investment trends.

The spread of the practice of implementation of the principles of social responsibility should be considered as an additional lever to stimulate innovative development of domestic business.

Practical implications. The research results can be used in the formation of corporate social responsibility programs of domestic companies, the development of state support programs, and the dissemination of corporate social responsibility practices in Ukraine.