

но чи пізно, припинить фінансування країни з непередбачуваною борговою динамікою, як це сталося з Аргентиною (а також з Росією у 1998 році).

Зрештою, слід наголосити, що загальні напрями оптимізації державної зовнішньої заборгованості України обумовлені специфікою як взаємин з міжнародними фінансово-кредитними установами, так і внутрішньою логікою здійснення економічних реформ в Україні. Навіть за умов економічної кризи Україна повинна послідовно розвивати таку систему відносин із зовнішнім світом, яка б дозволила використовувати все позитивне, що накопичено в світі, але при цьому не ігнорувала й інтереси національної економічної і політичної безпеки [9].

Отже, поточний рівень економічної безпеки в Україні в зв'язку із тенденцією до швидкого зростання обсягу зовнішньої і внутрішньої заборгованості є недостатнім. З огляду на це, пріоритетними завданнями, спрямованими на підвищення ефективності управління державним боргом мають стати:

- недопущення подальшого зростання дефіциту Державного бюджету;
- розробка узгодженої державної стратегії щодо зовнішніх запозичень і шляхів їх поетапного зменшення, а також прийняття закону "Про державний борг України", який повинен удосконалити процес управління державним боргом;
- оптимізація структури боргу шляхом продовження середнього терміну погашення кредитів і зменшення вартості обслуговування на базі нової методики оцінки ризиків та інструментів їх мінімізації [11];
- зменшення обсягів іноземних кредитів, гарантованих урядом, забезпечення умов і сприяння самостійному виходу вітчизняних підприємств на міжнародні фінансові ринки для залучення інвестицій [12];
- підвищення ефективності використання запозичених коштів, а також забезпечення розвитку альтернативних непозичкових інструментів фінансування бюджетних видатків (шляхом створення більш сприятливих умов для залучення приватного капіталу) [13];

УДК 330.012

Н. Марущак, асп. (Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка)

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

Висвітлюється поняття корпоративної соціальної відповідальності як загальноприйнятої світової практики. Зазначено форми, принципи та моделі соціальної відповідальності бізнесу. Розглянуто питання розвитку концепції соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, стейкхолдери, сталий розвиток, міжнародна практика.

Рассматривается понятие корпоративной социальной ответственности компаний как всеобщее принятой мировой практики. Отмечены формы, принципы и модели социальной ответственности бизнеса. Рассматривается также вопрос развития корпоративной социальной ответственности в Украине.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, стейкхолдеры, устойчивое развитие, международная практика.

The question of Corporate Social Responsibility as commonly accepted international practice is highlighted. Corporate Social Responsibility forms, principles and models are mentioned. Also considered the problem of Social Responsibility of Business in Ukraine.

Keywords: social responsibility, business, stakeholder, sustainable development, world practice.

Протягом більш ніж півтора десятиріччя з настання незалежності поняття корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility, CSR) було чужим для української економічної політики. Нинішньому етапу розвитку української економіки характерні протиріччя між необхідністю побудови сучасної соціально-економічної системи і відсутністю належних соціально-економічних умов; між потребами в значних фінансових ресурсах і реальними можливостями держави по фінансуванню цієї сфери; між старими організаційними формами, новими завданнями економічної реформи і негативними явищами у суспільстві. За останні роки

- зосередження на розробці довгострокових бюджетних програм, що підвищать довіру кредиторів, включаючи реформу пенсійної системи та охорони здоров'я.

1. Модели посткризисного развития: глобальная война или новый консенсус Доклад. Международное исследование. [Електронний ресурс] // Институт посткризисного мира: [сайт]. – Режим доступу: http://www.postcrisisworld.org/files/financial_report_ru_2010_ok.pdf.
- Назва з екрана. 2. Nouriel Roubini. States of Risk [Електронний ресурс] / N. Roubini. – Режим доступу: <http://www.roubini.com/topic/banks-and-risk-management.php>. – Назва з екрана. 3. The World Factbook 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>. – Назва з екрана. 4. World economic outlook 2010 [Електронний ресурс] // International Monetary Fund: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/>. – Назва з екрана. 5. Global Development Finance 2010 [Електронний ресурс] // International Bank for Reconstruction and Development, The World Bank. – Режим доступу: <http://siteresources.worldbank.org/NEWS/Resources/gdf2010.pdf>. – Назва з екрана. 6. C. Cottarelli C. Long-Term Trends in Public Finances in the G-7 Economies [Електронний ресурс] / C. Cottarelli, A.Schaechter // IMF Working Paper. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/spn/2010/spn1013.pdf>. – Назва з екрана. 7. Текущее состояние и ретроспектива государственного и гарантированного государством долга [Електронний ресурс] // Доклад Сбербанка России. 2010. – Сентябрь. – Режим доступу: <http://www.sbrf.ru/moscow/ru/analytics/cmei/thematicreviews/>. – Назва з екрана. 8. Непомірні кредитні апетити Уряду є шляхом до боргової ями [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України Віктора Януковича (Головна служба соціальної політики): [сайт]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news/14823.html>. – Назва з екрана. 9. Національні фінансові системи в умовах глобалізації [Текст]: [монографія] / [Лютий І.О., Павленко А.Ф., Оболенська Т.Є. та ін.]; за заг. ред. І.О. Лютого. – Івано-Франківськ: Галицька Академія, 2008. – 308 с. 10. Статистичні матеріали щодо стану державного боргу України на 31.12.2010 р. [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України: [сайт]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=240945. – Назва з екрана. 11. Висоцький В. Управління ризиками державного боргу: від теоретичних концепцій до практичних кроків в Україні [Текст] / В. Висоцький, В. Калитчук, Ю. Драчук, Т. Котович // Світ фінансів. – 2008. – № 14. – С. 47–48. 12. Мазур І.І. Причини фінансової кризи в умовах глобалізації [Текст] / І.І. Мазур, Ю.М. Сапачук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2009. – Вип. 109. – С. 9–13. 13. Рожко О.Д. Визначення кількісних критеріїв оцінки ефективності використання державних запозичень [Текст] / Рожко О.Д. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2010. – Вип. 119. – С. 7–10.

Надійшло до редколегії 16.01.12

темі соціальної відповідальності бізнесу в Україні приділяється все більше уваги з боку бізнесових структур, влади та суспільства. На місце традиційного розуміння бізнесу як діяльності, спрямованої на отримання прибутку від виробництва, реалізації товарів, послуг та його розподілу між учасниками, виходить уявлення про бізнес як джерело росту суспільного благополуччя, яке досягається шляхом виробництва та реалізації товарів та послуг. В рамках стратегії корпоративної відповідальності бізнес реалізує корпоративні програми, спрямовані на розвиток кадрового потенціалу, підтримку місцевої спільноти, збереження природних ресурсів. Від

його діяльності залежить досягнення цілей, в яких, в кінцевому результаті, зацікавлено все суспільство та держава: соціально-економічна стабільність, благополуччя суспільства та рівень життя громадян. Сутність соціальної відповідальності проявляється у переконанні, що сучасні бізнес структури несуть відповідальність перед суспільством і ця відповідальність лежить поза межами зобов'язань щодо створення та примноження прибутків акціонерів та інвесторів компанії, це відповідальність перед зацікавленими сторонами (стейкхолдерами): працівниками компанії, споживачами, суспільством в цілому, урядом та навколишнім середовищем.

Проблема соціальної відповідальності бізнесу досліджувалась як у розвинених країнах, так і в країнах з трансформаційною економікою. Концептуальні підходи, присвячені проблемам формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу містяться в фундаментальних роботах зарубіжних авторів Х. Боуена, Г. Ганта, М. Фрідмена, Е. Карнегі, О. Тіда та ін. Також прибічниками концепції корпоративної соціальної відповідальності є такі зарубіжні дослідники як Г. Беккер, М. Блауг, В. Вейсборд. В Росії ці питання досліджувались Е. Сільвестровим, С. Губановим, О. Каширіною та іншими дослідниками. В Україні опублікована монографія вчених І. Булеєва, Н. Брюховецького, С. Черних, по теорії та практиці соціальної відповідальності бізнесу. Проте зазначена проблема потребує подальшого поглибленого вивчення.

Метою статті є характеристика корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначення її особливостей в контексті світового досвіду.

У сучасному бізнесовому середовищі не існує єдиного підходу щодо трактування корпоративної соціальної відповідальності (частіше відомого як CSR: corporate social responsibility або корпоративної соціальної відповідальності). З погляду відомого економіста М. Фрідмена, соціальна відповідальність підприємства полягає у зростанні і максимізації прибутку [3, ст.122-126]. За іншим визначенням, соціальна відповідальність підприємства – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [11]. Організація "Бізнес за соціальну відповідальність" (Business for Social Responsibility) визначає корпоративну соціальну відповідальність як "таке ведення бізнесу, що задовольняє ці переважує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом" [8]. Це визначення дещо ширше, оскільки охоплює прийняття ділових рішень, які б відображали "етичні цінності, юридичні вимоги, а також повагу до людей, громад та довкілля". Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development) визначає соціальну корпоративну відповідальність як "зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя" [8].

Згідно з Меморандумом про соціальну відповідальність бізнесу в Україні під визначенням "соціальна відповідальність бізнесу" слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [12].

У світі існує декілька усталених моделей КСВ, кожна з яких відображає певні особливості суспільно-економічного ладу та побудови суспільства. Аналіз існуючих моделей КСВ (американська, європейська), вказує на те, що участь бізнесу у житті суспільства може бути як регульованим (діючим законодавством), так і

здійснюватися самостійно під впливом спеціально створених стимулів та пільг [5]. Американська модель КСВ ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність компаній у визначенні свого суспільного внеску, але законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги, при цьому державне регулювання виявляється незначним [14, с.64-65].

Модель корпоративної відповідальності Європи можна охарактеризувати наявністю державного регулювання даної сфери. Законодавці Європи надають великого значення підтримці різноманітних ініціатив в сфері КСВ. Можна сказати, що європейська модель КСВ, в більшій мірі, представляє собою систему заходів державного регулювання [12].

Більшість дослідників та практиків КСВ сходяться до єдиної думки, що сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому що КСВ виступає в якості добровільної діяльності компаній приватного і державного секторів, спрямованої на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Відома також як Корпоративне громадянство (Corporate Citizenship), Корпоративна відповідальність (Corporate Responsibility), Сталий відповідальний бізнес (Sustainable Responsible Business, SRB) та Корпоративна соціальна діяльність (Corporate Social Performance, CSP) корпоративна соціальна відповідальність це добровільна ініціатива компанії, що інтегрується в стратегічну модель ведення бізнесу у вигляді механізмів, які дають змогу контролювати та забезпечувати дотримання етичних стандартів, законів та міжнародних норм.

Трактування поняття корпоративної соціальної відповідальності може варіюватися в залежності від розмірів компанії, сфери ведення бізнесу та історичних умов, але загалом, можна сказати, що КСВ здійснюється у так основних формах:

- виробництво якісних продуктів та послуг для споживачів;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат та інвестиції в розвиток людського капіталу;
- беззаперечне виконання вимог законодавства;
- побудова добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтованого на створення доданої економічної вартості та ріст добробуту акціонерів;
- врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм в практиці ведення справ;
- внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевої спільноти.

Якщо говорити про основні принципи корпоративної соціальної відповідальності, то варто зазначити, що існує три базові принципи, які разом формують базу для всіх форм корпоративної соціальної відповідальності. Такими принципами є:

- сталий розвиток;
- підзвітність;
- прозорість.

Сталий розвиток – це такий шлях розвитку, що відповідає потребам теперішнього часу і забезпечує майбут-

нім поколінням можливість задовольнити їх власні потреби. Питання сталого розвитку звертається до того, що суспільство не повинно використовувати ресурсів більше, аніж природа може виробити. Концепція корпоративної сталості розглядається як модель управління корпорацією, яка охоплює її економічну, соціальну та екологічну діяльність, оптимізує ризики та використовує можливості в цих трьох сферах свого розвитку.

Принцип підзвітності полягає у визнанні компанією впливу її діяльності на оточення та необхідності брати на себе відповідальність за цей вплив. Звітність, яку компанія має на меті оприлюднити має відповідати таким основним характеристикам:

- зрозумілість для всіх зацікавлених сторін;
- цільова спрямованість інформації ;
- достовірність оцінок, характеристик впливу, відсутність упередженості;
- порівнюваність наданих оцінок (можливість співвіднести отримані данні в часі та з іншими компаніями та організаціями).

Прозорість, як принцип, означає, що зовнішній вплив діяльності компанії може бути відкрито з'ясований через звітність, яку надає компанія, і що ніякі факти не будуть приховані. Таким чином, будь-яка інформація про результати діяльності компанії, в тому числі і будь-який вплив на внутрішні процеси компанії, мають бути доступні всі зацікавленим сторонам через усі механізми звітності. Принцип прозорості може розумітися як такий, що випливає з попередніх двох принципів, а може розумітися і як процес визнання компанією відповідальності за свої дії та надання зацікавленим сторонам ширшого кола можливостей впливу на дії компанії.

З точки зору економічного змісту соціальна відповідальність – це інвестиції бізнесу у співробітників компанії; споживачів, які вірно підтримують продукцію компанії, збільшуючи частку ринку та обсяги продажів; це інвестиційна привабливість компанії; добрі стосунки з партнерами; підтримка громади і держави; безкоштовні публікації та схвалення у ЗМІ та значний внесок у майбутнє компанії. Запроваджуючи практику корпоративної соціальної відповідальності, яка позитивно впливає на добробут суспільства, компанії, таким чином збільшують рівень довіри до своєї продукції та її сприйняття на ринку, а це, в свою чергу, забезпечує більший рівень прибутків та синергетичний ефект бізнес-діяльності.

Накопичений компаніями досвід дозволяє визначити переваги і нові можливості, що відкриваються завдяки впровадженню переваг, які пропонує соціальна відповідальність:

- закріплення лідируючих позицій компанії в питаннях розвитку загальних принципів загальної рівності з метою створення стійкої економіки;
- удосконалення методів корпоративного управління та систем управління репутацією та брендами, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва;
- управління фінансовими та не фінансовими ризиками за рахунок реалізації активної позиції бізнесу щодо найбільш нагальних соціальних проблем;
- збільшення можливості для залучення кваліфікованих та професійних кадрів та їх утримання за рахунок матеріальних та моральних стимулів, що впливає на продуктивність праці;
- формування позитивної думки інвесторів та фінансових інститутів;
- розширення можливостей по залученню нових споживачів та підвищення рівня їхньої лояльності в конкурентному середовищі;
- створення стійких партнерських відносин з урядовими структурами, органами регіональної та місцевої

влади, місцевою спільнотою, профсоюзам, інститутами громадянського суспільства, ЗМІ [14, с.61-65].

Інтеграція на добровільних засадах соціальної, екологічної відповідальності та урахування потреб зацікавлених груп (стейкхолдерів) у комерційній стратегії компанії, підприємства впроваджується вже багатьма західними комерційними підприємствами. У контексті світового досвіду Україна взяла на себе зобов'язання щодо забезпечення необхідних соціальних стандартів. Тому, перш за все, саме бізнес має допомогти державі вирішити ці питання, щоб не залишитися разом з нею на "узбіччі" глобалізаційних процесів.

Проблематика соціальної відповідальності бізнесу є надзвичайно актуальною сьогодні у зв'язку з низкою чинників, зокрема євроінтеграційними процесами, що відбуваються в Україні, збільшенням прозорості українських кордонів для іноземного капіталу та виходом українських виробників на зовнішні ринки. Для українських компаній, які прагнуть вийти на інші ринки, в першу чергу, європейський, виконання вимог корпоративної соціальної відповідальності є критичною для ділової співпраці з провідними глобальними компаніями і державами.

Бізнесові структури, що працюють в Україні, в повному обсязі ще не усвідомлюють свою роль і відповідальність у соціальному розвитку держави, а також свої стратегічні інтереси, тому в них виникає потреба у співпраці із державними та недержавними установами, організаціями у вирішенні соціальних проблем різного рівня. Нагальною проблемою, котра може бути частково розв'язана із впровадженням практик КСВ українським бізнес-середовищем є оптимізація інвестиційних можливостей та покращення інвестиційного клімату. Важливим стратегічним пріоритетом впровадження КСВ є розширення можливостей щодо залучення та мотивування співробітників компанії, що є особливо актуальним з огляду на тенденцію до постійного зниження як рівня продуктивності праці, так і економічної активності українського населення загалом [15]. Саме в межах стратегії КСВ існує можливість для оптимізації внутрішньої соціальної політики підприємств, що, зрештою, сприятиме формуванню та нарощуванню соціального капіталу компанії, стабілізації ринку зайнятості та зростанню ефективності мотивації трудових ресурсів.

В Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових добродійних проектів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності [12, с.60-64].

Розвиток СВБ в Україні консолідувався навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке в 2006 році започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій. Разом з тим в Україні все ще відсутні фахові бізнес-асоціації з СВБ, створені та керовані виключно бізнесом на прозорих та загальноприйнятих умовах, що було характерним етапом розвитку СВБ в інших європейських країнах [6].

Найактивніше декларують та залучаються у проекти СВБ компанії з приватним капіталом: як українським, так й іноземним. Позитивним фактом для України є наявність серед компаній, які практикують стратегічний підхід до СВБ, компаній з переважно українським капі-

талом (на відміну від інших східноєвропейських країн, де лідерами є майже виключно дочірні компанії транснаціональних компаній (ТНК). Серед транснаціональних корпорацій, які ведуть бізнес в Україні, з'явилися такі, що адаптують власну стратегію СВБ до національних умов та пріоритетів. Тому в Україні компанії-практики СВБ, частіше за все, – потужні фінансово-промислові групи. Це – XXI Століття, ЕВА, Надра банк, Оболонь, Тетра Пак, Київстар, МТС, ДТЕК тощо [12].

Основними чинники ведення українськими компаніями соціально відповідального бізнесу можна назвати:

- позитивна репутація – створення образу відповідальної української компанії (важливо для транснаціональних компаній в Україні та українських компаній, які розширюють діяльність на інші країни), маркетингові переваги, додаткова промоція.

- власні переконання – часто ініціативи СВБ походять від основних акціонерів та власників, базуючись на особистих переконаннях та преференціях.

- розширення ринків – залучення у проекти з іншими групами впливу дозволяє компаніям створювати нові продукти, надавати нові послуги або виходити на нові ринки, які без активної стратегії СВБ були б закриті для компанії. Деякі проекти у рамках СВБ націлені на створення ринків, наприклад створення потреб серед споживачів та населення загалом.

- можливість доступу до дешевших фінансових ресурсів – міжнародні фінансові інституції, зокрема Міжнародна Фінансова Корпорація, Європейський Банк Реконструкції та Розвитку тощо надають важливого значення питанням СВБ, ведення соціально відповідального бізнесу підвищує можливість компанії в отриманні відносно дешевих кредитних ресурсів для розвитку бізнесу, особливо від міжнародних фінансових інституцій.

- підвищення капіталізації – впровадження стратегії СВБ підвищує привабливість компанії перед інвесторами, зокрема перед або впродовж процесу виведення компанії на міжнародні фінансові ринки (IPO) [15, с.61-65].

В Україні налічується декілька організацій, які займаються розвитком корпоративної соціальної відповідальності та допомагають бізнесу розробляти стратегії з КСВ, налагоджувати діалог з владою, проводять тренінги для підвищення обізнаності про необхідність соціальної відповідальності.

Отже, можна сказати, що бізнес в нашій державі стоїть на правильному шляху. Підприємства, які працюють в нашій державі все більше усвідомлюють необхідність та виправданість соціальних інвестицій, підтримки сталого розвитку суспільства та громади, в якій вони діють.

Основними перешкодами для втілення концепції корпоративної соціальної відповідальності для компаній, що працюють в Україні є брак коштів, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази, на другому місці – недостатність інформації щодо позитивних прикладів впровадження соціальної відповідальності, організацій, які б змогли надати таку допомогу. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу обмежують такі фактори:

- відсутність сформованого та впливового сектору громадянського суспільства, котрий би просував ідеї соціальної відповідальності і спеціалістів, які професійно б займалися даною проблемою;

- відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проектів та програм;

- відсутність регіонального закону про благодійництво;

- відсутність системи інформування суспільства про соціальні та благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу;

- відсутність зацікавленості в даній сфері бізнес-структур, що пов'язано з роллю держави та з проблемами у законодавчій сфері;

- відсутність досвіду та успішних прикладів з соціального підприємництва;

- відсутність центру розвитку соціального підприємництва та донорських організацій, що постійно займаються даним напрямком.

Майбутнє корпоративної соціальної відповідальності в Україні залежить від важливості та нагальності соціальних питань для компаній. Відповідно до даних опитування проведеного Центром "Розвиток КСВ" серед 600 компаній в Україні, на думку двох третин українських компаній, найближчими роками для розвитку соціальної відповідальності необхідно здійснити такі кроки:

- розробити й ухвалити Національну стратегію розвитку соціальної відповідальності

- провести широку інформаційно-просвітницьку кампанію з питань соціальної відповідальності (73 %);

- провести окрему просвітницьку програму для споживачів (71 %);

- впровадити принципи соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування (69,7 %).

Половина українських підприємств вважає, що в найближчій перспективі потрібно запровадити проведення національного рейтингу соціально відповідальних компаній (56 %), активізувати участь бізнес-асоціацій у впровадженні принципів і практики соціальної відповідальності (50,5 %) та впровадити курси з КСВ у програми вищих навчальних закладів (53,4 %) [10, с. 35].

Краще і ширше впровадження СВБ українськими компаніями може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, допомогти вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ компаній з українським капіталом до міжнародних ринків, підвищити капіталізацію українських компаній та забезпечити сталий розвиток країни загалом.

1. 12 тез про корпоративну соціальну відповідальність. / Витяг з аналітичного звіту щодо результатів дослідження "Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005 – 2010: стан та перспективи розвитку". – www.csr-ukraine.org. 2. Corporate Social Responsibility. Winners and losers when a company embraces corporate social responsibility: Saint Louis Association for Philanthropy. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mapstl.org>. 3. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit // New York Times Magazine. – September, 13, 1970. – р.122-126. 4. Інтернет-сторінка, присвячена Глобальному Договору ООН – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unglobalcompact.org>. 5. Портал Спільноти СВБ [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.svb.org.ua. 6. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу/ Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org/ua/>. 7. Офіційний сайт організації "Бізнес за соціальною відповідальністю" (Business for Social Responsibility) [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.bsr.org. 8. Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development) [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.wbcsd.org. 9. Бандирська О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні // Актуальні проблеми економіки. Київ. 2009. – С.60-64. 10. Гуняєва Н. Міжнародні стандарти в області соціальної відповідальності/ Ніна Гуняєва // Стандарти та якість. – 2004. – № 10. – С. 61 – 65. 11. Европейские и американские нормы корпоративной социальной ответственности не скоро станут общепринятыми для российских компаний. Александр Острогорский. "Ведомости" №92. 12. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. – К.: Вид-во "Фарбований лист", 2010 – 56 с. 13. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с. 14. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, затв. рішенням громадського об'єднання "Форум соціально відповідального бізнесу України" 16 грудня 2005 року. 15. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – К.: Видавництво "Енергія", 2008 – 96 с.