

Kizak Tarac / Кицак Тарас

Kovalenko Ivan / Коваленко Иван

INNOWACYJNY ROZWÓJ ORGANIZACJI W OPARCIU O SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION ON THE BASIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract: The article considers the concept of innovative development of an organization based on the active use of the policy of implementing socially responsible practices in the production and management environment. The idea is advanced that the paradigm of corporate social responsibility in modern conditions is the most important tool for implementing innovations in business organizations. Inasmuch as the main dominant of the new economy of the 21st century is the notion that the main capital is not natural resources, but human potential and trust in the company (brand). The study also focuses on the fact that the formation of socially responsible behavior in the entrepreneurial environment can be realized only if the state actively participates in its progressive policy to create an effective environment for promoting the popularization of socially responsible practices of business organizations. And the social orientation of business in the context of globalization and aggravation of competition becomes a driving factor in increasing the competitiveness of the company and the national economy of Ukraine.

Key words: corporate social responsibility, innovative development, social investments, human potential, competitiveness.

Анотация: В статье рассматривается концепция инновационного развития организации на основе активного использования политики имплементации социально ответственных практик в производственную и управленческую среду. Продвигается идея о том, что парадигма корпоративной социальной ответственности в современных условиях является наиболее важным инструментом имплементации инноваций в бизнес-организации. Поскольку главной доминантой новой экономики XXI века является понятие того, что главный капитал – не природные ресурсы, а человеческий потенциал и доверие к компании (бренду). Также в исследовании акцентируется внимание на том, что формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде может быть реализовано только при условии активного участия государства и его прогрессивной политики по формированию эффективной среды содействия популяризации социально ответственных практик бизнес-организаций. И социальная направленность бизнеса в условиях глобализации и обострения конкурентной борьбы становится движущим фактором повышения конкурентоспособности компании и национальной экономики Украины.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, инновационное развитие, социальные инвестиции, человеческий потенциал, конкурентоспособность.

Streszczenie: W artykule rozpatruje się koncepcję innowacyjnego rozwoju organizacji w oparciu o aktywne wykorzystanie polityki wdrażania praktyk odpowiedzialnych społecznie w środowisku produkcji i zarządzania. Na pierwszy plan wysuwa się idea, że paradygmat społecznej odpowiedzialności biznesu w nowoczesnych warunkach jest najważniejszym narzędziem wdrażania innowacji w organizacjach biznesowych. Główną dominantą nowej gospodarki XXI wieku jest przekonanie, że głównym kapitałem nie są zasoby naturalne, ale potencjał ludzki i zaufanie do przedsiębiorstwa (marki). Także w badaniach akcentuje się to, że kształtowanie odpowiedzialnych społecznie zachowań w sferze przedsiębiorczości może być realizowane tylko w przy aktywnym uczestnictwie państwa i jego progresywnej polityce kształtowania efektywnego środowiska dla popularyzowania społecznie odpowiedzialnych praktyk organizacji biznesowych. A społeczna orientacja biznesu w kontekście globalizacji i pogłębienia konkurencji staje się czynnikiem napędzającym podnoszenie konkurencyjności firmy i gospodarki narodowej Ukrainy.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, innowacyjny rozwój, inwestycje społeczne, potencjał ludzki, konkurencyjność.

JEL: M14, O31

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной рыночной экономики успешное позиционирование бизнеса недостижимо без организации сотрудничества на основании долговременных договорных взаимосвязей, планирования результатов совместной деятельности, новшеств, направленных на обслуживание социальных потребностей. Социальная политика может выступать действенным механизмом процесса накопления социального капитала организации, формирования имиджа и общественного признания.

Интеграция украинского бизнеса в глобальное экономическое пространство обуславливает формирование новых деловых практик отечественных компаний в соответствии общепринятым международным правилам и стандартам, которые в значительной степени продуцируют новые инструменты обеспечения конкурентоспособности и устойчивости экономической деятельности в условиях глобальных изменений, роста нестабильности и неопределенности. Новые вызовы для бизнес-организаций сопровождаются быстрыми изменениями внешней среды, доминантами которых является непостоянство и неустойчивость.

Причина столь глубинных экономических изменений кроется в фундаментальных инновационных открытиях. Новые технологии продуцируют новые возможности и способствуют развитию инноваций в бизнесе, а, следовательно, требуют применения новых подходов к успешному развитию бизнеса. Повышение скорости инновационных изменений внешней среды обуславливает необходимость использования и новых методов стратегического управления, которое позволяет выявлять источники конкурентных преимуществ организации и использовать эффективные механизмы их достижения.

В скором будущем экономические изменения будут происходить еще быстрее, поэтому компании должны научиться меняться с такой скоростью, с какой меняется их

бизнес-окружение. Традиционные методы достижения конкурентных преимуществ, такие как, например, изменение ценовой политики или повышение качества товаров и услуг требуют дополнения социальными инвестициями и генерацией этических норм в корпоративной поведении.

В качестве одного из эффективных способов достижения вышеуказанных целей современная наука рассматривают корпоративную социальную ответственность (КСО), основными ценностями которой является активное участие бизнеса в решении социальных, экологических и экономических проблем, гармонизации общественных отношений в направлении формирования базовых основ сбалансированного общественного развития. Корпоративную социальную ответственность можно определить как новую парадигму устойчивого инновационного развития предприятия (компании), представляющую собой признанную, разделяемую нормативно-ценностную парадигму, которая активно способствует развитию социально ориентированной модели поведения бизнес-организаций. Что в значительном отношении является востребованным со стороны главных стейкхолдеров организации.

Повсеместное распространение инноваций также требует кардинального изменения способов ведения бизнеса и разработки инновационной стратегии развития. Однако, основной проблемой является не сама стратегия, а ее реализация. Поэтому концепция корпоративной социальной ответственности в современных условиях является наиболее важным инструментом имплементации инноваций в бизнес-организации. Концепт КСВ является мощным фактором, способствующим к инновационному развитию организации, поскольку чтобы не было негативных последствий деятельности предприятия в экономическом, социальном и экологическом направлении нужно активное внедрение новых производственных и управленческих технологий.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В условиях новой экономики инновационные изменения способствуют развитию новых форм поведения экономических субъектов, выдвигают новые требования к деятельности человека и организации. Стремительное внедрение в экономическую жизнь новых технологий оказывает огромное влияние на деятельность предприятий и организаций в сфере КСО. Исследование всемирно научных школ убедительно доказывают идеи о том, что экологическая и социальная активность бизнес-субъектов существенно влияет на их деловую репутацию, формирует прогрессивный бренд работодателя, снижает риски финансового характера, улучшает отношения со стейкхолдерами. Результативные практики в сфере социальной ответственности способствуют привлечению новых инвестиций, поскольку любой портфельный инвестор, принимая решение по покупке пакетов акций той или иной компании, оценивает весь спектр

рисков, объединяя в своем фондовом анализе экономические, экологические и социальные показатели. Поэтому приобретает распространение тенденция, когда все больше инвесторов начинают рассматривать КСО в качестве главного критерия инновационной и ориентированной на прогрессивное развитие бизнес-организации. Важным доказательством актуальности социально ответственной деятельности для бизнеса является также и тот факт, что большинство мировых корпораций занимают лидирующие позиции в сфере КСО и влияют на становление и развитие базовых концептуальных основ социальной ответственности бизнеса.

Концепция КСО имеет полувековую историю становления и развития. Очень много было сделано иностранными исследователями для ее продвижения в экономическую среду. При этом не всегда качественные и рациональные идеи социального значения находили свое место в деловых практиках. На первых этапах деятельность компаний по направлению КСО носила сугубо добровольный характер. Но с течением времени в мир крупных корпораций и малого бизнеса пришло понимание того, что быть социально ответственными в современном мире необходимо, а главное, выгодно – растет капитализация, укрепляется устойчивость и привлекательность бизнеса. Поэтому разработке «Отчетов о корпоративной социальной ответственности» стало уделяться особое внимание, компании стали учиться друг у друга через разветвленную общемировую сеть сайтов, семинаров и конференций. Участие в этих мероприятиях приоритетно: на них компании присылают президентов и вице-президентов. Такие площадки передового опыта в области КСО всегда открыты для новых участников и не требуют специальных мероприятий организационного или подготовительного характера на национальном уровне. Требуется лишь заинтересованное участие компаний с презентацией конкретных проблем или достижений.

Главной доминантой новой экономики XXI века является понятие того, что главный капитал – не природные ресурсы, а человеческий потенциал и доверие к компании (бренду). Управление КСО как раз укрепляет и развивает именно эти два фактора. На волне общемировой кампании по «устойчивому развитию» и всемерному внедрению корпоративной социальной ответственности помимо различных социальных индексов 8 сентября 1999 года по инициативе бизнес-сообщества был введен мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index, DJSI).

Индекс устойчивого развития Доу-Джонса основывается на весьма объемном опроснике, который отслеживает показатели предприятия в 20 различных категориях, начиная с бизнес-деятельности и заканчивая экологической и социальной ответственностью. Эти данные проверяются специально уполномоченным аудитором – в настоящее время это PricewaterhouseCoopers. Рассчитанные и проверенные таким образом показатели затем группируются по трем направлениям: экономика компании,

экологичность и социальная деятельность. Около 60% показателей одинаковы для всех компаний независимо от их отраслевой принадлежности, а 40% различаются по секторам. Далее, после расчетов по специальной «взвешенной шкале» по этим показателям, определяются места компаний, концернов, финансовых институтов и корпораций в мировом табеле о рангах по «устойчивому развитию» с разбивкой по секторам (Шулимова, 2015, с. 456).

За последние 10-15 лет КСО как система управления устойчивым развитием в постоянном диалоге с обществом странах Европейского Союза стала ключевой идеологией бизнеса, основой социального партнерства с властями всех уровней и гражданским обществом. Международный опыт однозначно показывает, что работа и отчетность по КСО и устойчивому развитию дает компаниям эффективный результат как минимум в форме (Шулимова, 2015, с. 455):

- роста имиджа и деловой репутации;
- роста капитализации;
- укрепления сплоченности трудового коллектива;
- развития прозрачности компании для общественности;
- повышения инвестиционной привлекательности;
- социального вклада в устойчивое национальное развитие.

Деятельность в сфере КСО сопровождается существенными концептуально-стратегическими и организационными изменениями, разработками корпоративных планов «устойчивого развития» и корпоративных отчетов о социальной ответственности, а также проведения специальных PR-мероприятий: проведения переговоров и обмен опытом на общемировом, европейском и национальном уровнях, презентации компаний за рубежом. «Социальная ориентация» компаний влияет на работу менеджеров. Системная «социальная ориентация» появляется в компаниях, которые серьезно занимаются стратегиями. Им важно вовлечение всего коллектива, от высших менеджеров до обслуживающего персонала, в мероприятия социального и благотворительного характера. «Устойчивое развитие» компании – это не только отчетность, но и новая управленческая философия, когда любое управленческое решение принимается с учетом и экономического, и экологического, и социального эффекта (Черников, 2008, с. 75).

Рост капитализации и международного имиджа компании безусловно окупят эти вложения в случае успеха. Корпоративную социальную ответственность можно определить как новую парадигму устойчивого развития предприятия (корпорации), представляющую собой признанную, разделяемую нормативно-ценностную систему сотрудников, дающую социально ориентированную модель развития бизнеса. Данная

нормативно-ценностная система должна являть собой смысловое ядро корпоративного поведения в отношении стейкхолдеров компании. Это позволит инновационно развивающейся организации осуществлять определенное направление социально-ответственного поведения компании.

Устойчивое развитие бизнес-организаций тесно связано с социальным благополучием и сбалансированным развитием общества. В современных условиях социум интересуется не только в конечных результатах бизнес-деятельности, но также и проявляет интерес относительно того, какие технологические процессы задействует компания в производственной деятельности: как расходуются природные ресурсы, как используется труд персонала, как компания влияет на развитие территории своего присутствия. Поэтому важной научной проблемой является определение синергетического эффекта влияния социально ответственных практик бизнес-организаций на усиление собственной конкурентоспособности, инновационности и обеспечения сбалансированного общественного развития.

Исследованиям социальной ответственности бизнеса были посвящены фундаментальные труды таких зарубежных ученых-экономистов, как Дж. Акерлоф, Г. Боуэн, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Фридмен, Дж. Пост, Д. Сигель, С. Гончарова, Л. Грицына, В. Зубаревич, С. Ильяшенко, С. Литовченко, Е. Мишенин, Н. Балабанова, А. Шевчук и др. С течением времени эта идея приобретает новые формы и особенностей проявления. Общественные интересы меняются, к бизнесу начинают формироваться новые ожидания и требования. Поэтому осуществлять деятельность в рамках стандартных правил и процедур крайне недостаточно для поддержания имиджа, конкурентоспособности и стойкости бизнес процессов. Возникает необходимость адекватной реакции на запросы внешней среды и поиска эффективных ответов на вызовы и ожидания главных стейкхолдеров.

Руководитель известной в Украине научной школы по управлению персоналом и экономике труда А.М. Колот развивает идею о том, что бизнес-организации должны активно воплощать в управленческие процессы концептуальные основы социальной ответственности, которые по своей сути, по его мнению, в самом общем, «приземленном» толковании осознаются как система экономических, социальных, экологических мероприятий, а также этических норм и ценностей компании, в совокупности обеспечивают общественную полезность ее деятельности, реализуемой на основе постоянной взаимодействия с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и направлены на уменьшение нефинансовых рисков, долгосрочное улучшение имиджа и деловой репутации компании, а также на приобретение конкурентных преимуществ и стратегической устойчивости бизнес-структуры (Колот, 2015, с. 77).

Сочетаются с этими мыслями также идеи известного американского ученого Австрийского происхождения П.Ф. Друкера, который в своих многочисленных исследованиях пропагандирует идею о том, что всегда можно совместить экономический прогресс и социальную гармонию. Как он часто повторял (Друкер, 2, с. 95):

Не существует никакого внутреннего противоречия между прибылью и необходимостью для компании приносить выгоду для общества – более того, первое является необходимым для того, чтобы достигать следующего. Предприятие, которое не учитывает свое влияние на общество и свою ответственность перед ним, может получить справедливое недовольство со стороны общества... Протест против «общества потребления» и борьба за экологию – это не враги экономики, это симптомы того, что бизнес должен осознать свою широкую социальную роль.

Е. Фриман включал в понятие КСО обязанности перед стейкхолдерами, он был основателем теории заинтересованных сторон. Под последними он понимал группы людей, обладающих набором требований (интересов) к результатам деятельности организации. В соответствии с этим подходом при принятии управленческих решений организация должна определять какие категории заинтересованных лиц главнее и требуют повышенного внимания к себе и своим запросам (Друкер, 2012, с. 73).

Иэн Дэвис и Элизабет Стивенсон утверждают, что «в ближайшие годы корпоративный ландшафт будет определяться макроэкономическими факторами, общественными и экологическими проблемами, а также отраслевыми и корпоративными тенденциями» (Дэвис & Стивенсон, 2007, с. 150). Кроме того, реализация социальной политики способствует формированию особого вида капитала – репутационного. Репутация – это капитал, капитал отношений и мнений, результат восприятия, знания и имиджа фирмы, отношений потребительской лояльности, социальной ответственности. Практика западного бизнеса показывает, что репутационный капитал открытой компании учитывается наравне с интеллектуальными активами. Глобальное исследование компаний Interbrand и журнала BusinessWeek показало, что в среднем стоимость «неосязаемых ценностей» составляет от 10 до 25% их рыночной капитализации. Снижение индекса репутации компании на 1% ведёт к падению её рыночной стоимости на 3%. Репутационный капитал представляет собой своего рода мультипликатор устойчивого роста дохода. По данным бизнес-школы Гарвардского Университета за последние 11 лет компании по всему миру, целенаправленно работая со своей репутацией и ведя активную социальную деятельность, повысили доход на 685%, прибыль – на 756%, а численность сотрудников – на 284%. В то же время, компании, не уделяющие этим вопросам внимания, продемонстрировали результаты в 168%, 1% и 36% соответственно (Шулимова, 2015, с. 458).

Исследование всемирно известных ученых также убедительно подтверждают идею о том, что скорейшую окупаемость демонстрируют целенаправленные капиталовложения в социальные инновации, повышающие качество имеющихся производственных ресурсов до конкурентоспособного и перспективного уровня. Существенной практической значимостью обладает социальное обновление трудовых ресурсов как результат внедрения передовых управленческих разработок в сферу образования, здравоохранения, социальной защиты. Сущность социального новаторства компании заключается в креативном соединении социальной миссии бизнеса с высокими показателями экономической эффективности и предпринимательским подходом к формированию социального капитала фирмы. Менеджмент социально ответственной фирмы тесно связан с накоплением и производительным потреблением интеллектуального и человеческого капиталов. Проблема социальных инноваций трудовой сферы затрагивает следующие аспекты: инновационное развитие социальной инфраструктуры предприятия, внедрение прорывных социальных технологий организации производства и управления персоналом, закупка и внедрение машин и оборудования нового поколения, обеспечивающий повышенный уровень комфорта и удобства эксплуатации. Социальная сфера и социальная работа предприятия формируют условия накопления и возмещения инновационных нематериальных активов фирмы, в числе которых компоненты социального, человеческого и интеллектуального капиталов фирмы.

Основное экономическое направление КСВ – повышение эффективности социальных инвестиций и других мероприятий корпоративной социальной ответственности. В мировой бизнес-практике имеется немало случаев, когда принятие нестандартных решений на внутрифирменном уровне генерировало оптимальные способы разрешения противоречий экономического и социального развития. К примеру, увеличение социальных гарантий в ситуации экономической нестабильности противоречит логике максимизации прибыли, поскольку налагает на бизнес дополнительные обязательства, а значит, и издержки по их выполнению. В то же время бизнес приобретает встречные обязательства и экономит на конъюнктурных колебаниях, что косвенно содействует успеху компании. Такой стратегический взгляд на вопросы труда и заработной платы позволил компании Форд снизить организационные расходы, связанные с текучестью кадров и значительно повысить конкурентоспособность бизнеса. Применительно к данной ситуации и аналогичным социальным инновациям П. Друкер сформулировал тезис, что социальные проблемы предприятия при умелом руководстве обращаются в новые возможности бизнеса (Друкер, 2012, с. 92).

Следует отметить что крупнейшие международные корпорации активно развивают политику КСО. Осознание бизнесом своей социальной ответственности является одним

из ресурсов инновационного развития общества на Западе, недопущения его расслоения и внутренних конфликтов. Среди крупных международных корпораций растет число активных участников социальной деятельности, которая не является только благотворительностью, хотя и включает ее в себя. По приблизительным подсчетам, расходы на благотворительность составляют сегодня около 3% дохода предприятий. Влиятельный американский журнал «Fortune» при помощи британских консалтинговых фирм составил рейтинг самых социально ответственных компаний мира. Победителей оценивали по тому, как компания учитывает интересы акционеров, сотрудников и потребителей, как реагирует на критику, ответственны ли ее менеджеры и совет директоров, нанимает ли она внешнего контролера. Аутсайдерами же стали те, кто во главу угла ставит исключительно материальную выгоду (Черников, 2008, с. 84).

В Украине функционирует независимая экспертная организация по корпоративной социальной ответственности Центр «Развитие КСО» (<http://csr-ukraine.org>). Одним из направлений деятельности Центра является диагностика социально ответственной деятельности организаций с помощью индекса прозрачности и подотчетности компаний на основе международной методики, разработанной «Beyond Business» (Израиль) и Центром «Развитие КСО». Центр ежегодно проводит мониторинг отношения по КСО 100 крупнейших компаний Украины. На сегодняшний день, Индекс является единственным инструментом мониторинга развития корпоративной социальной ответственности в Украине с 2011 года. Это помогает видеть сильные и слабые стороны развития КСО в Украине, а также то, в каких направлениях это развитие нужно усиливать.

Объектом оценки является веб-сайт, который рассматривается как основной источник предоставления информации о корпоративной социальной ответственности. Сайты организаций оцениваются по четырем критериям:

- отчетность – наличие отчета о деятельности компании в экономической, социальной и экологической сфере;
- содержание – уровень раскрытия информации по ключевым сферам КСО;
- навигация – легкость доступа читателя к любой информации о социальной и экологической ответственности компании;
- доступность – потенциальная доступность веб-сайта по различным аспектам (речь, наличие контактной информации, адаптация для людей с ограниченными возможностями).

Таблица 1.

Лидеры Индекса прозрачности 2012-2016 гг.

2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
СКМ	ДТЭК	АрселорМиттал Кривой Рог	Арселор Миттал Кривой Рог	Арселор Миттал Кривой Рог
				ДТЭК
ДТЭК	АрселорМиттал Кривой Рог	ДТЭК	Оболонь	
Метинвест	СКМ	СКМ	ДТЭК	СКМ
АрселорМиттал Кривой Рог	Оболонь	Оболонь	Метинвест	Концерн Галнафтогаз
Киевстар	Метинвест	Метинвест	Группа компаний Фокстрот	Нафтогаз
Интерпайп Украина	Карлсберг Украина	Киевстар	Кэрнел Трейд	Кэрнел Трейд
Галнафтогаз	Киевстар	Карлсберг Украина	СКМ	Метинвест
Днепрспец-сталь	Интерпайп Украина	Концерн Галнафтогаз	Концерн Галнафтогаз	ПАТ «Мыроновский хлебопродукт»
МЕТРО Кэш энд Кери Украина	Днепрспецсталь	Днепрспецсталь	Днепрспецсталь	ООО «САВ- Дистрибушн» (Фокстрот)
МТС	Галнафтогаз	Монделис Украина/ Крафт Фудз Украина	Нестле Украина	ДП «НАЭК «Энергоатом»

Источник: (Презентовано шостий індекс..., 2017, с. 4).

Результаты Индекса прозрачности подтверждают идею о том что КСВ влияет на эффективное развитие бизнес-организации. Потому что все лидеры Индекса, это успешные предприятия, которые используют современные управленческие и производственные технологии, которые были введены в работу предприятий также при активном использовании концепту социальной ответственности бизнеса и понимании весомости этого элемента в механизме формирования конкурентоспособного развития.

Выводы

Современный бизнес, не используя практик социальной ответственности, не может иметь конкурентных преимуществ и инновационного развития. Социальная ответственность бизнеса также может и должна стать важным фактором гармонизации общества и усиления конкурентоспособности экономики.

Формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде может быть реализовано только при условии активного участия государства и его прогрессивной политики по формированию эффективной среды содействия популяризации социально ответственных практик бизнес-организаций. Бизнес должен

быть мотивирован не только к своевременной уплате налогов, но и к социальным инвестициям во внешней и внутренней среде. Активная популяризация идеи социальной ответственности бизнеса со стороны ученых, просветительская деятельность в этой области может и должна сочетаться с элементами прямого и косвенного влияния на деятельность бизнес-организаций со стороны государства, как социального института, который должен стимулировать деятельность компаний в интересах общества. Социальные инвестиции должны стать краеугольным камнем, вокруг которого будет формироваться имидж и репутация современного бизнеса, поскольку они являются эффективным инструментом решения социальных проблем и их направленность ориентирована на эффективное и инновационное социально-экономическое развитие. Обеспечение конкурентоспособности компаний и инновационного развития в будущем главным образом будет обусловлено качеством внутренних социальных инвестиций и вниманием к социальным потребностям и интересам персонала. Важным процессом обеспечения эффективности этих направлений должно стать привлечение сотрудников к социальным практикам компании, формирование эффективной корпоративной культуры, привлечение персонала к формированию стратегии развития организации, ее ценностей, философии, кодекса поведения. Важной потребностью будет осуществление анализа компетенций персонала, выявление знаний которые будут иметь актуальность в будущем. Бизнес организации также должны определять оптимальные возможности стимулирования и мотивации собственного персонала к производительному труду, способствовать реализации в будущем синергетического эффекта от социально ответственной политики управления персоналом что является качественной предпосылкой утверждения главных принципов устойчивого развития. Социальная направленность бизнеса в условиях глобализации и обострения конкурентной борьбы становится движущим фактором повышения конкурентоспособности компании и национальной экономики Украины. Будущее страны зависит от осознания отечественными предпринимателями важности участия их компаний в решении социальных вопросов. Моральные убеждения владельцев бизнеса, давление со стороны общественности, необходимость сертификации для освоения новых рынков – все эти факторы способствуют формированию украинской сущности социальной ответственности и индивидуальных стратегий для отдельных компаний.

ЛИТЕРАТУРА

- Друкер, П. (2012). *Менеджмент. Вызовы XXI века*. Москва: Манн, Иванов и Фербер.
Дэвис, И. & Стивенсон, Э. (2007). *Новые тенденции в управлении*. Москва: Альпина Бизнес Букс.
Колот, А.М. (2015). *Соціальна відповідальність*. Київ: КНЕУ.
Лидеры Индекса прозрачности 2012-2016 гг. Доступ 25.08.2017 с <http://csr-ukraine.org>.

- Презентовано шостий індекс прозорості і КСВ українських компаній, 2017. Доступ 10.09.2017 с http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2017/05/Transparency-Index-2016_final.doc.
- Черников, Г.П. (2008). Социальная ответственность очень крупных корпораций. Мировое и национальное хозяйство. *Издание МГИМО МИД России, № 4(7)*, 16-18. Доступ 15.08.2017 с <http://www.mirec.ru/2008-4/socialnaya-otvetstvennost-ochenkrupnyh-korporacij>.
- Шулимова, А.А. (2015). Инновационная парадигма развития социальной ответственности российского бизнеса: экономические и институциональные факторы. *Креативная Экономика, том 9, № 4*, 453-460. DOI: 10.18334/ce.9.4.203.