

**Воржакова Ю. П.,**  
*канд. економ. наук, асистент кафедри менеджменту*  
*ORCID ID: 0000-0002-0521-3318*  
**Лис А. С.**  
*студент*  
*ORCID ID: 0000-0002-0323-2013*  
*Національний технічний університет України*  
*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## **ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЯХ**

**Анотація.** Для сучасних компаній все більш нагальною стає проблема оптимізації корпоративної соціальної політики і підвищення продуктивності соціальних інвестицій. У статті розглянуто проблеми при впровадженні корпоративної соціальної відповідальності як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємства та складової формування соціально-орієнтованої економіки. Обґрунтовано необхідність впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу у практику господарювання підприємствами. Указано на необхідність побудови загальнонаціональної моделі соціальної відповідальності бізнесу.

В процесі вивчення матеріалу різних методологічних підходів, розкрито сутність концепції соціальної відповідальності бізнесу та наведено рекомендації, які можуть використовуватись під час роботи та оцінювання діяльності підприємства. У статті визначено поняття «соціальної відповідальності підприємства» як комплексу заходів щодо формування позиції підприємства, яке дотримується соціальної відповідальності в якості ключового принципу своєї діяльності. Визначено основні елементи підходу до управління і їх взаємозв'язок.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, проблеми корпоративної відповідальності, конкурентоспроможність, працівники

**Vorzhakova Y., Lys A.**

## **PROBLEMS OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FORMATION IN UKRAINIAN COMPANIES**

**Abstract.** For top companies, there is an increasing problem of optimizing corporate social policy and productivity of social investment. The article deals with problems with corporate social security as a factor in the competitiveness of the business and warehouse form of economy. There is need in making out principles of social corporate responsibility of business. It is pointed on the need to encourage an internationally recognized model of social security.

In the process of increasing, the number of different methodological approaches and concepts of social and economic recommendations allowed companies to work more than once. The statute has the concept of "social responsibility" as a complex with a better form of business, as well as social responsibility in terms of the key principle. The main element of the approach is to control and interchange process on every stage of implementation..

**Keywords:** corporate social responsibility, problems of corporate business, competitiveness, staff.

**Воржакова Ю. П., Лис А. С.**

## **ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УКРАИНСКОМ КОМПАНИЯХ**

**Аннотация.** Для современных компаний все более насущной становится проблема оптимизации корпоративной социальной политики и повышение производительности социальных инвестиций. В статье рассмотрены проблемы при внедрении корпоративной социальной ответственности как фактора повышения конкурентоспособности предприятия и составляющей формирования социально-

ориєнтованої економіки. Обоснована необхідність впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу в практику господарювання підприємствами. Указано на необхідність побудови общенациональної моделі соціальної відповідальності бізнесу.

В процесі вивчення матеріала різних методологічних підходів, розкрито сутність концепції соціальної відповідальності бізнесу і приведені рекомендації, які можуть використовуватися при роботі і оцінці діяльності підприємства. В статті визначено поняття «соціальної відповідальності підприємства» як комплексу заходів по формуванню позиції підприємства, дотримується соціальної відповідальності в якості ключового принципу своєї діяльності. визначено основні елементи підходу до управління і їх взаємозв'язок.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, проблеми корпоративної відповідальності, конкурентоспроможність, працівники

**Постановка проблеми та актуальність дослідження.** Головними перешкодами на шляху України до сталого розвитку є обмеженість ресурсів, застаріле технічне оснащення, мінливе соціально-політичне становище, економічна нестабільність. До складу цих проблем також слід віднести і перепони на шляху соціально-економічному розвитку України є брак соціальної відповідальності з боку державної влади, бізнесу та суспільства. Організації, які мають у своїй стратегії соціальну відповідальність, можуть розраховувати на більшу прихильність майбутніх партнерів, довіру споживачів, органів влади та місцевого самоврядування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку сучасної корпоративної відповідальності знайшли своє відображення в чисельних працях вітчизняних та зарубіжних дослідників. Серед вітчизняних науковців відомі праці Ю. Баса, Д. Баюра, Г. Єлистратова, А. Зарецького, П. Калити, Б. Новікова, А. Харламова

та ін. Серед зарубіжних вчених значний інтерес становлять праці А. Керролла, М. Портера, Ф. Котлера, М. Креймера та інших.

**Формування цілей статті (постановка завдання).** Метою роботи є аналізу діяльності корпоративної відповідальності українських компаній, виявлення проблем при реалізації механізму корпоративної відповідальності, що перешкоджають її реалізації.

**Методологія.** Під час проведення дослідження було використано публікації відомих навчальних матеріалів, нормативно-правова література, методи логічного аналізу та синтезу, аналогій, методи статистичних досліджень.

**Викладення основного матеріалу.** Світовий досвід свідчить, що сталий збалансований розвиток можливий лише за наявності належного рівня соціальної відповідальності бізнесу, враховуючи його визначну роль у суспільстві [1]. Незважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, подальший розвиток національних суб'єктів господарювання усіх форм власності напряму залежить від використання принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Найпоширеніші практики впровадження КСВ у компаніях в Україні реалізуються у таких напрямках: трудові відносини (перегляди рівнів зарплати, преміювання, можливість працювати за гнучким графіком або віддалено, програми з підвищення кваліфікації); екологічна відповідальність (застосування енергозберігаючих технологій, екологічно чистих товарів, сортування й утилізації відходів); відносини зі споживачами (якісна продукція компанії, достовірна інформація та реклама, проведення тренінгів для персоналу з питань правильного обслуговування споживачів, налаштування системи управління скаргами, контакт-центру для споживачів); розвиток регіонів (активна участь у благодійних заходах, допомога щодо благоустрою місцевості); антикорупційні практики (розв'язання бізнес-проблем) [2].

За таких умов корпоративна соціальна відповідальність є вагомим фактором стратегічного розвитку та допомагає укріпити репутацію та конкурентоспроможність

вітчизняних підприємств. Корпоративна соціальна відповідальність – це реалізація стратегії довгострокового розвитку компанії.

Не дивлячись на велику частку компаній, ознайомих із соціальною відповідальністю, дані аналізу за 2019р. (рис. 1.1), показують, що більше третини організацій рівні "нижче середнього", на "середньому" рівні – майже кожна п'ята, а кожна десята організація – на "дуже низькому" рівні. Тільки 6% організацій вважають, що розвиток соціальної відповідальності в їх регіоні знаходиться на "високому" та "вище середнього" рівнях [2, с. 53].

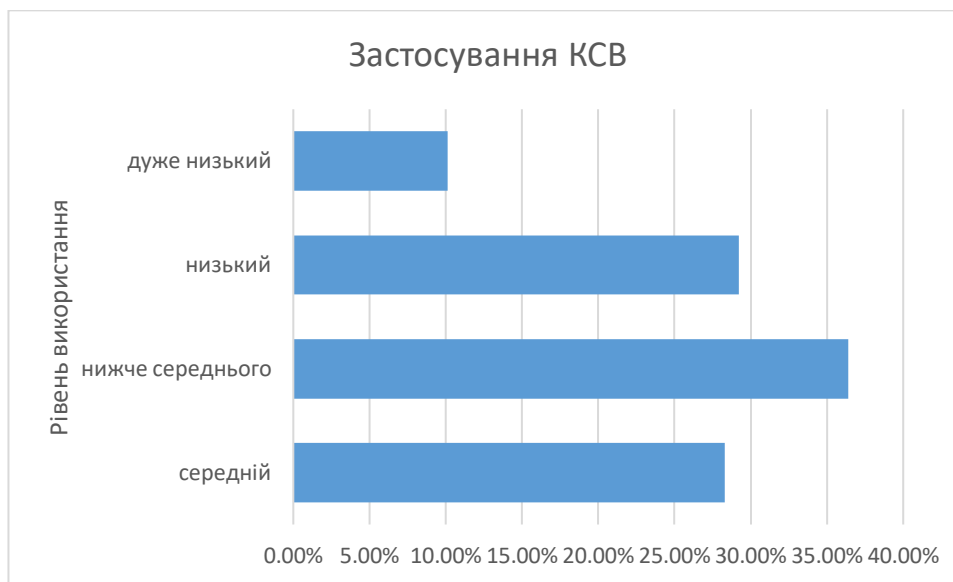


Рис. 1. Рівні застосування КСВ у компаніях у 2019 р.

*Джерело: складено авторами на основі [3]*

При впровадженні соціальних проектів серед основних проблем, з якими компанії зустрічаються найчастіше є такі (рис 1.2):



Рис. 2. Проблеми реалізації КСВ у 2019 р.

*Джерело: складено авторами [2]*

Отже, найбільш поширеною відповіддю щодо перешкод реалізації заходів КСВ є дефіцит фінансових ресурсів - 45% компаній та відсутність законодавства, коли у 2014 р. 61,4% мали таку ж проблему у впровадженні соціальної відповідальності. Також гальмуючими чинниками при запровадженні соціальної відповідальності можуть бути проблеми із контролем за цільовим використанням направлених коштів, недостатність підтримки з боку державних та недержавних організацій та брак інформації про потреби суспільства. Загального визнання серед малого і середнього бізнесу України набуло твердження про те, що передумовою застосування практики соціальної відповідальності має бути дотримання законодавства про працю і охорону навколишнього середовища.

Відтак, для швидкого поширення та застосування КСВ, програма має бути врегульована на законодавчому рівні. Високий рейтинг серед запропонованих заходів КСВ також є звернення особливої уваги до захисту навколишнього середовища. Виявлено, що 16% компаній не мають у планах використовувати соціальну відповідальність.

За регіонами брак фінансів найчастіше зустрічається у Харкові (78,4%) та Львові (71,2%). Недостатній розвиток законодавства є найбільшою перешкодою для

підприємств Дніпропетровська (52,4%). На брак інформації про потреби громадськості у вирішенні питань, пов'язаних із проведенням заходів з СВБ, скаржилось 41% фірм у Львові. У Києві та Донецьку тільки четверта частина компаній відмітила недостатню наявність організацій, що могли б допомогти у здійсненні цих програм [7, с. 15].

Такими є підприємства фінансової та промислової сфери, компаній, які надають побутові та комунальні послуги та компанії державної форми власності. Кожна десята компанія (11 %) з тих, хто зазначив, про відсутність заходів із соціальної відповідальності, вважає, що це має бути функція держави, а не бізнесу.

Аналіз факторів, що спонукають до впровадження соціальної відповідальності у 2019 році майже не змінились у порівнянні з 2014 роком (рис.2.13).

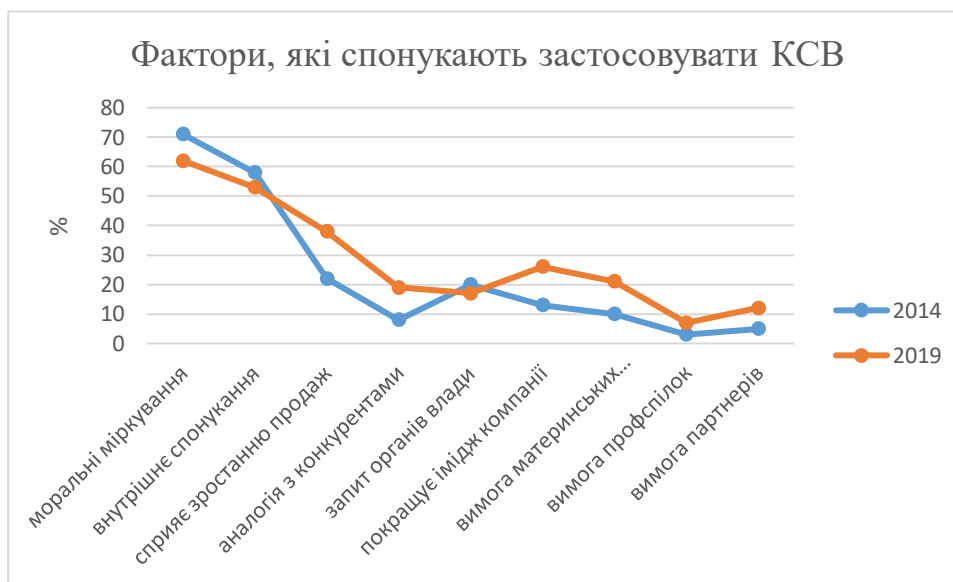


Рис. 3. Фактори, які спонукають застосовувати КСВ

*Джерело: складено авторами [7]*

Більшість компаній основним мотивом виділили моральні міркування, як базовий принцип та внутрішнє спонукання для компанії виділяють 52,1% компаній.

Пропонується періодично проводити інформаційно-ознайомчу кампанію з питань соціальної відповідальності як для підприємців, так і для споживачів; повідомляти про нові проекти соціальної відповідальності; стимулювати підприємства шляхом створення сприятливого середовища для їхньої діяльності,

активізувати інвестиційні та інноваційні процеси, сформувавши відповідне законодавче та інституційне забезпечення з питань КСВ, запровадити обов'язкове подання не фінансової звітності, створити ефективну систему суспільного діалогу з урахуванням інтересів усіх сторін [6, с. 42]. Зазначені інструменти повинні допомогти у поширенні корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні на належний рівень.

**Висновки.** У статті проаналізовано основні проблеми в системі соціальної відповідальності, запропоновано інструменти, за допомогою яких можна підвищити рівень корпоративної відповідальності підприємства. До основних практик впровадження корпоративної відповідальності відносяться: трудові відносини, екологічна відповідальність, відносини зі споживачами, розвиток регіонів, антикорупційні практики. Проблемами при впровадженні соціальних, з якими стикаються компанії найчастіше бувають такі: фінансові проблеми, організаційні труднощі, бюрократія, тиск з боку органів влади, неможливість здійснювати контроль при розподіленні коштів та їх цільовому призначенні та корупція. Визначено, щоб підвищити рівень зацікавленості бізнесу в упровадженні КСВ, з боку держави необхідно розглянути пільгове оподаткування для компаній та прийняти Національну стратегію розвитку соціальної відповідальності, що допоможе ширшому запровадженню та реалізації КСВ у країні.

### **Література:**

1. Зінченко А. Г., Саприкіна М. А. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект. К. 2008. 60 с.
2. Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу URL: [http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/4 CSR%20among%20SMEs.pdf](http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/4%20CSR%20among%20SMEs.pdf) (дата звернення: 18.05.2020)
3. Новий курс: реформи в Україні. 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. К.: НВЦ НБУВ, 2010. 232 с.
4. Осецький В. Л., Марченко В.М. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності. *Економіка та держава*.



2007. №1. С. 9-12

5. Лазоренко О., Колишко Р. Посібник із корпоративної соціальної відповідальності. К.: Видавництво "Енергія", 2008. 96 с.

6. Саєнко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. К.: "Батискаф", 2002. 71 с.

7. Соціальна відповідальність українського бізнесу. Результати опитування Київ "KIT". 2005. 52с.

### **References:**

1. Zinchenko AG, Saprykina MA Social responsibility in Ukraine: Views of different stakeholders. Regional aspect. K. 2008. 60 p.

2. Corporate social responsibility of small and medium business URL: [http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/4 CSR% 20among% 20SMEs.pdf](http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/4%20CSR%20among%20SMEs.pdf) (access date: 18.05.2020)

3. New course: reforms in Ukraine. 2010-2015. National report / for general ed. VM Heitz [etc.]. K .: НВЦ НБУВ, 2010. 232 с.

4. Ossetsky VL, Marchenko VM Social responsibility of Ukrainian corporations as a factor in ensuring their competitiveness. Economy and state. 2007. №1. Pp. 9-12

5. Lazorenko O., Kolyshko R. Handbook on corporate social responsibility. K .: Energia Publishing House, 2008. 96 p.

6. Saenko Y. Social responsibility of business in Ukraine. K .: "Bathyscaphe", 2002. 71 p.

7. Social responsibility of Ukrainian business. Results of the Kyiv KIT survey. 2005. 52p.