

# ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-4-68-103>

УДК 338.242:316.66(477)

Бобко Л.О., Беднарчук В.В., Тишковець М.М.  
Львівський національний університет імені Івана Франка

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

**Анотація.** В статті визначено сутність та особливості корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Проаналізовано основні напрямки реалізації вітчизняних практик цієї стратегії, окреслено вигоди від їх реалізації. Зосереджено увагу на прикладах соціальної поведінки провідних компаній нашої держави та проілюстровано практичний досвід реалізації соціально орієнтованих програм у різних галузях господарської діяльності. Встановлено основні причини обмеженого поширення та гальмування впровадження КСВ у практики вітчизняних підприємств, визначено проблеми належного сприйняття бізнес-структурами усіх аспектів ведення цієї прогресивної стратегії. Запропоновано дієві державні заходи щодо підвищення рівня зацікавленості бізнесу в упровадженні корпоративної соціальної відповідальності.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, бізнес-кейси, ділова репутація, корпорації, соціальні інвестиції.

Bobko Larysa, Bednarchuk Victoria, Tyshkovets Mykola  
Ivan Franko National University of Lviv

## CURRENT TRENDS AND PROBLEMS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINIAN BUSINESS

**Summary.** In this article an essence and features of corporate social responsibility of business in Ukraine are determined. It is proved that the quality of life of the population and social stability in the country largely depends on the effectiveness of the formation of a system of partnership relations between private entrepreneurship, government and civil society in the social sphere. Main directions of realization of domestic practices of this strategy are analyzed and benefits from their implementation are outlined, since organizations that incorporate social responsibility into their strategy can count on greater commitment of investors, trust from the population, authorities and local self-government. Internal social programs of such companies are the powerful factor in motivating and loyal attitude towards their employees. Attention is focused on examples of social behavior of leading companies of our state and illustrated practical experience of implementing socially oriented programs in various fields of economic activity. Main reasons for the limited dissemination and inhibition of CSR implementation in practice of domestic enterprises are established, problems of proper perception by business structures of all aspects of this progressive strategy are determined. Some effective state measures to increase the level of business interest in the implementation of corporate social responsibility are proposed, including the introduction of preferential taxation and reduction of administrative pressure. In addition, at the state level, a regulatory framework should be developed to promote this activity, raise awareness of responsible business behavior (implementing of educational programs, conducting of training courses). It will be helped by the adoption of the National Strategy for Corporate Social Responsibility, which contains benchmarks and prospects for support and recognition by the state. It is proposed to periodically carry out an awareness-raising campaign on social responsibility issues; to announce new projects, positive results from its implementation; to stimulate enterprises by creating an enabling environment for their activities, to intensify investment and innovation processes, to formulate appropriate legislative and institutional support for CSR issues, to introduce mandatory reporting of non-financial reporting, to create an effective system of social dialogue taking into account the interests of all parties.

**Keywords:** corporate social responsibility, social responsibility of business, business cases, business reputation, corporations, social investments.

**Постановка проблеми.** Формування ефективною ринковою економічною моделлю зумовлює нову сутність взаємодії суспільства і бізнесу. Одним із найголовніших її складників є соціальна відповідальність ділового співтовариства, компаній і представників бізнесу, яка перетворюється у додатковий засіб підвищення іміджу підприємницьких структур. Досвід економічно розвинутих держав свідчить, що від ефективності формування системи партнерських відносин приватного підприємництва, влади і громадянського суспільства в соціальній сфері багато в чому залежать якість життя населення і соціальна стабільність у країні.

Процес глобалізації, притаманний сучасному бізнесу, визначив формування стандартів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та етичних правил підприємництва, започаткованих міжнародними організаціями. Підприємницькі бізнес-структури, які працюють в Україні, протягом останніх років усе більшою мірою рухаються шляхом розвитку корпоративної прозорості, соціальної відповідальності та ефективності. Концепція КСВ сприяє зростанню капіталізації та зміцненню стійкості бізнесу, виступає засобом соціального позиціонування і формування іміджу сучасної соціально орієнтованої компанії.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу стали предметом широкого обговорення в науковій літературі. Концептуальні підходи до розвитку корпоративної соціальної відповідальності закладені такими ученими, як А. Керолл, А. Колот, Д. Свансон, В. Фредерік, М. Фрідман та ін. Актуальні питання соціально-відповідального розвитку бізнесу в Україні досліджували Ю. Бегма, М. Бутко, Л. Денисюк, Р. Колиско, І. Комарницький, Р. Краплич, Є. Кубко, О. Лазаренко, Л. Лаптева, В. Мазуренко, М. Мурашко, М. Стародубська, О. Чарановська, В. Шаповал, П. Яницький та інші.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Високо оцінюючи науковий доробок провідних науковців, слід констатувати, що питання включення соціальної відповідальності в стратегію розвитку бізнесу українських підприємств вивчене не повністю і, з огляду на зростання значущості соціальних аспектів їх діяльності, потребує подальшого розгляду та аналізу.

**Формування цілей статті.** Головною метою дослідження є визначення шляхів впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу в стратегію розвитку українських підприємств з урахуванням міжнародних ініціатив.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному бізнес-середовищі не існує єдиного підходу до трактування сутності терміну «корпоративна соціальна відповідальність», оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми. Незважаючи на багатозначність тлумачень та визначень, більшість дослідників КСВ дотримуються думки, що, відповідно до Міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати як відповідаль-

ність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозорість та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, що включає здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки [1].

Ми поділяємо думку науковців, що розглядають корпоративну соціальну відповідальність як довгострокову стратегію діяльності організації, що базується на гуманістичних цінностях, визначається принципами сталого розвитку, підзвітності та прозорості і характеризується високими стандартами операційної та виробничої діяльності [2].

Організації, які включають до своєї стратегії соціальну відповідальність, можуть розраховувати на більшу прихильність інвесторів, довіру з боку населення, органів влади та місцевого самоврядування. Внутрішні соціальні програми таких компаній виступають потужним фактором мотивації та лояльного ставлення до їх працівників. Результатом впровадження програм КСВ є низка вигод як для власників фірм, так і для працівників, споживачів товарів і послуг, ділових партнерів, державних інститутів та суспільства загалом (рис. 1). Поєднання інтересів усіх цих сторін відображає необхідність корпоративної соціальної відповідальності, яка спрямована на досягнення соціальної злагоди.

Міжнародний досвід впровадження КСВ переконує, що корпоративна соціальна відповідальність допомагає компаніям підвищувати ділову репутацію, встановлювати довірчі відносини з державою і суспільством.

Найпоширеніші практики впровадження КСВ у компаніях в Україні реалізуються у таких напрямках:

– трудові відносини (підвищення зарплати, виплата премій, надання працівникам можливості



Рис. 1. Вигоди від впровадження програм КСВ

Джерело: [2]

працювати за гнучким графіком, реалізація програми з підвищення професійного зростання);

– екологічна відповідальність (впровадження енергозберігаючих технологій та програми сортування й утилізації відходів);

– відносини зі споживачами (підтримка якості продукту компанії, надання правдивої інформації та реклами, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів, розроблена система управління скаргами та «гаряча лінія» (контакт-центр) для споживачів);

– розвиток регіонів (виділення коштів на благодійність, допомога щодо благоустрою території);

– антикорупційні практики (відмова від хабарів за розв'язання бізнес-проблем).

Згідно з опитуванням, проведеним серед 400 респондентів у 2018 р. на замовлення Центру «Розвиток КСВ» в рамках проекту «Розбудова потенціалу Національного контактного пункту з відповідальної бізнес-поведінки» за підтримки Посольства Королівства Нідерландів в Україні, 76% респондентів КСВ реалізують через політику розвитку та поліпшення умов персоналу, 51% благодійну допомогу, 30% допомогу воїнам АТО. Згідно з результатами дослідження 2010 р. частка компаній, які мають стратегію та бюджет з КСВ, істотно не змінилась (майже 40% опитаних компаній мали стратегію соціальної відповідальності, а 17% – бюджет). Проте значно збільшилась частка компаній, у яких збільшився бюджет на програми соціальної відповідальності (у 2010 р. зростання бюджету було зафіксоване у 4% компаній, а у 2018 р. про це заявили 35% компаній) [3].

Як свідчать дані наукових досліджень, прикладів успішної реалізації проектів корпоративної соціальної відповідальності підприємствами виробничої сфери є небагато, адже лише великі підприємства (переважно ті, що мають іноземні інвестиції) практично втілюють проекти соціальної відповідальності. Серед найбільш масштабних слід виділити проект ТОВ «Монсанто Україна», що у 2019 р. планує виділити близько 400 тис. грн. на підтримку двох соціальних програм: 1) проект Міжнародної благодійної організації «Надія в дії», що передбачає навчання сільських сімейних лікарів для поліпшення практичних навичок, а також надання сучасного медичного обладнання (в селах Волинської, Дніпропетровської, Луганської, Львівської, Рівненської та Тернопільської областей); 2) проект Громадської організації «КРОНА.ЮА», що планує встановлення інноваційного енергоефективного освітлення вулиць у с. Чернобаївка (Білозерський район Херсонської області), а саме, має на меті розмістити 10 автономних систем із сонячними батареями, що забезпечать зменшення впливу на довкілля та заощадять громаді значні кошти. Щодо фінансування регіонального розвитку, то в цьому напрямі найбільш активними є багатонаціональні компанії. Зокрема, 10 з 13 багатонаціональних компаній, що брали участь в опитуванні, здійснювали соціальні інвестиції в розвиток регіону присутності компанії, у 5 компаній рівень інвестицій за останні роки збільшився. Багатонаціональні компанії здебільшого спрямовують кошти на благодійність (8 з 13 компаній), сприяють проведенню екологічних проектів у регіонах (4 компанії), шефствують

над дитячим будинком, школою або спортивним клубом (4 компанії), допомагають освітнім ініціативам (4 компанії). Прикладом підтримки розвитку регіонів став проект КСВ, реалізований ПрАТ «МХП»: у 2018 р. 45 переможців конкурсу від ПрАТ «МХП» отримали від підприємства сертифікати на фінансування свого проекту в розмірі до 40 000 грн., більшість проектів передбачає надання робочих місць жителям сіл. Загалом ПрАТ «МХП» інвестував у різноманітні бізнес-проекти до 1 млн. 950 тис. грн.

Позитивним фактом впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу вважаємо створення останніми роками таких відповідних інституцій на державному рівні: 1) Національний контактний пункт з питань сприяння наданню рекомендацій (керівних принципів) для багатонаціональних підприємств у рамках Декларації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) про міжнародне інвестування та багатонаціональні підприємства в Україні, який створено у 2017 р. при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі; 2) Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», що є експертною організацією в Україні з відповідального ведення бізнесу та розвитку корпоративної соціальної відповідальності; серед основних досягнень Центру слід назвати щорічний Конкурс кейсів з Цілей сталою розвитку, Пакт заради молоді, Карту професій та спільноту «Кар'єра мрії», щорічний Форум «Бізнес і університети», проект «Дівчата STEM».

За результатами Національного Конкурсу бізнес-кейсів з КСВ, проведеного Центром та міжнародними експертами у квітні 2018 року в рамках конференції «Бізнес, що змінює країну», переможцями стали кейси таких компаній:

Кращий кейс з впровадження Цілі 3 «Міцне здоров'я»: **WATSONS УКРАЇНА** за проект закупівлі оклюдерів (дитячих очних пластирів) для дитячих сердець.

Кращий кейс з впровадження Цілі 4 «Якісна освіта»: **ELEKS** за проект просвіти дітей, які не бачать, і **ЕНЕРГОАТОМ** за програму роботи зі школярами і студентами.

Кращий кейс з впровадження Цілі 5 «Гендерна рівність»: **L'ORÉAL TALENT** за проект, спрямований на навчання жінок, які постраждали від домашнього насильства, новій професії перукаря і надання їм економічних повноважень.

Кращий кейс з впровадження Цілі 8 «Гідна праця і економічне зростання»: **KREDOBANK** за програму роботи зі студентами.

Кращий кейс з впровадження Цілі 10 «Зменшення нерівності»: **КОНЦЕРН ГАЛНАФТОГАЗ** за встановлення контейнерів для речей, які розпосуджуються серед малозабезпечених сімей.

Кращий кейс з впровадження Цілі 11 «Сталий розвиток міст та спільнот»: **МХП** (Миронівський хлібопродукт) за програму розвитку підприємства в селах

Кращий кейс з впровадження Цілі 12 «Відповідальне споживання»: **ДТЕК** (найбільший приватний енергохолдинг України) за проект просування енергоефективності в школах.

Кращий кейс з впровадження Цілі 13 «Боротьба зі зміною клімату»: **INTECRACY GROUP** за просування електронного документообігу.

Кращий кейс з впровадження Цілі 16 «Мир та справедливість»: **ПРИКАРПАТТЯОБЛЕНЕРГО** за роботу зі співробітниками, які повернулись із АТО, і **ПРАВОВИЙ АЛЬЯНС** за вшанування пам'яті загиблих в АТО.

Кращі ProVono зусилля (для юридичних компаній): **ПРАВОВИЙ АЛЬЯНС** за більш ніж 400 proVono годин за вшанування пам'яті загиблих в АТО.

Також окрема нагорода «За просування принципів Зеленої економіки» була вручена від Платформи зростання зеленої економіки компанії **АШАН** за кейс з працевлаштування дітей із синдромом Дауна.

Нагорода від молоді «Бізнес, що змінює країну» була вручена компанії **АСТАРТА** за розвиток регіонів і розбудову системного підходу до залучення громад [4].

Конкурс кейсів з КСВ впроваджується дев'ятий рік поспіль, за цей час він перетворився в єдину національну премію відзначення проєктів соціальної відповідальності компаній.

Однак, незважаючи на позитивний практичний досвід багатьох вітчизняних підприємств у сфері реалізації корпоративної соціальної відповідальності, її розвиток у нашій країні зазнає впливу таких негативних факторів, як: нерозуміння суті та важливості запровадження принципів соціально відповідальної поведінки, відсутність державної підтримки її стимулювання тощо.

Як справедливо зазначають О. Грیشнова та Г. Міщук, сьогодні в Україні немає цілеспрямованого ефективного управління соціальним розвитком; представники бізнесу не усвідомлюють себе суб'єктами управління людським капіталом, а тому не здатні системно вирішувати соціальні проблеми шляхом впровадження соціальних інновацій. [5]. Існують проблеми у належному сприйнятті бізнес-структурами усіх аспектів введення КСВ: соціальна відповідальність найчастіше не інтегрована в стратегію управління компанією, не береться до уваги соціально відповідальне інвестування, залишається поза увагою розробка галузевих стандартів соціальної відповідальності, залучення фахівців із КСВ, формування власної політики КСВ. Важливими проблемами також стали чесне ведення підприємницької діяльності, боротьба з корупцією та відмиванням грошей.

Основними причинами обмеженого поширення та гальмування впровадження КСВ в Україні більшість науковців називає такі: недостатнє законодавче забезпечення з питань КСВ, несприятливе бізнес-середовище, корупція, бюрократичні перешкоди, недостатність дій держави у встановленні інституту соціального партнерства, недостатнє усвідомлення місії біз-

несу та взаємопов'язаності економічної та соціальної складових економічного розвитку, недооцінення значення соціальних ресурсів у стійкому розвитку, нівелювання моральних цінностей керівництва компаній, неналежне опрацювання наукою прикладних засад впровадження КСВ у стратегію управління підприємства, викривлене розуміння КСВ як піару або процесу приховування прибутку [6, с. 11].

Щоб підвищити рівень зацікавленості бізнесу в упровадженні КСВ, державі необхідно, передусім, розглянути пільгове оподаткування для компаній, які реалізують стратегію корпоративної соціальної відповідальності та зменшити адміністративний тиск органів влади. Також українські підприємці наполягають на розробленні та прийнятті Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності, що допоможе ширшому запровадженню та реалізації КСВ у країні. Пропонується періодично проводити інформційно-ознайомчу кампанію з питань соціальної відповідальності як для споживачів, так і для самих підприємців; повідомляти про нові проєкти соціальної відповідальності, позитивні результати від її впровадження; стимулювати підприємства шляхом створення сприятливого середовища для їхньої діяльності, активізувати інвестиційні та інноваційні процеси, сформулювати 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 [7, с. 42].

Переконані, що всі ці інструменти повинні вивести розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні на належний рівень.

**Висновки з даного дослідження і перспективи.** Отже, проведене на базі світового та вітчизняного досвіду дослідження доводить, що в сучасних реаліях одним з найважливіших чинників економічного розвитку підприємства стає корпоративна соціальна відповідальність, яка сприяє не лише покращенню його іміджу, але й забезпечує економічне зростання та конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. Доведено, що важливим кроком на шляху виконання положень глобальних ініціатив є виконання Цілей сталого розвитку України, для чого необхідна популяризація концепції корпоративної соціальної відповідальності з одночасною розробкою соціальних, економічних та інституційних інструментів, способів, засобів для заохочення підприємства до виконання соціально відповідальної діяльності.

Предметом подальших наукових досліджень стануть питання оцінювання ефективності реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності в діяльності вітчизняних підприємств.

## Список літератури:

1. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності». URL: [http://www.ksovok.com/doc/iso\\_fdis\\_26000\\_rus.pdf](http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf)
2. Бобко Л.О. Сучасний стан та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Ефективність державного управління*. 2016. № 1(2). С. 41–47. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu\\_2016\\_1-2\(2\)\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2016_1-2(2)_7)
3. Зінченко А., Саприкіна М. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018. Київ : Юстон, 2017. 52 с. URL: [http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR\\_2017\\_research-1.pdf](http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf)
4. Центр «Розвиток КСВ» нагородив кращі кейси з корпоративної відповідальності. URL: <http://sdg.org.ua/ua/povnyu/329-2018-04-27-16-09-45>

5. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2013. № 2(20). С. 167–178.
6. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудова відносина : теорія та практика*. 2013. № 2(6). С. 6–16.
7. Ахновська І.О., Лепіхова О.Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1(21). С. 36–44.

## References:

1. Mizhnarodnyi standart ISO/FDIS 26000 «Kerivnytstvo z sotsialnoi vidpovidalnosti» [ISO 26000 Social responsibility standard].
2. Bobko L.O. (2016). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini [Current status and prospects for the development of corporate social responsibility in Ukraine]. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia*, vol. 1(2), pp. 41–47.
3. Zinchenko A., Saprykina M. (2017). Rozvytok KSV v Ukraini: 2010-2018 [Development of CSR in Ukraine: 2010-2018]. Kyiv : Euston (in Ukraine).
4. Tsentr «Rozvytok KSV» nahorodyv krashchyy keis z korporatyvnoi vidpovidalnosti [Center "Development of CSR" awarded the best cases of corporateres ponsibility].
5. Grishnova O.A., Mishchuk G.Ya. (2013). Sotsialni innovatsii v trudovii sferi: sutnist, vydy, osoblyvosti realizatsii v Ukraini [Social innovations in the labor sphere: essence, types, peculiarities of realization in Ukraine]. *Demografija ta sotsialna ekonomika*, vol. 2(20), pp. 167–178.
6. Kolot A.M. (2013). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist i problemy yii sprymannia suspilstvom [Corporate social responsibility and the problems of its perception by society]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny : teoriia ta praktyka*, vol. 2(6), pp. 6–16.
7. Akhnovska I.O., Lepikhova O.Ya. (2016). Mekhanizm vprovadzhenia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na pidpriemstvakh Ukrainy [The mechanism of introduction of corporate social responsibility at the enterprises of Ukraine]. *Ekonomika i orhanizatsia upravlinnia*, vol. 1(21), pp. 36–44.