

УДК 338.24:331.105

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-34>**Смирнова І.І.***кандидат економічних наук, доцент  
Донбаської державної машинобудівної академії  
м. Краматорськ  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6941-1276>***Чемерис Є.Т.***магістр  
Донбаської державної машинобудівної академії***Smyrnova Iryna***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Donbass State Engineering Academy, Kramatorsk***Chemerys Yelyzaveta***Master  
Donbass State Engineering Academy, Kramatorsk*

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

### CONCEPTUAL BASIS FOR THE FORMATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто концептуальні основи формування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Відзначено різні підходи вчених до трактування поняття КСВ. Проаналізовано основні підходи до формування концепції КСВ, а також можливості імплементації окремих положень у сучасних реаліях України. Розглянуто види КСВ як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні компанії. Відзначено найбільш ефективні механізми керування КСВ, завдяки яким компаніям вдається досягати істотних успіхів у період функціонування. Проаналізовано перешкоди на шляху впровадження КСВ як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні. Відзначено низку переваг від впровадження КСВ для ефективної діяльності компанії. Зазначено необхідність впровадження КСВ у діяльність сучасних компаній із метою поліпшення ділової репутації та конкурентоспроможності компаній.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, концепція, соціальна відповідальність компаній, механізми керування, конкурентоспроможність.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены концептуальные основы формирования корпоративной социальной ответственности (КСО). Отмечены различные подходы ученых к трактовке понятия КСО. Проанализированы основные подходы к формированию концепции КСО, а также возможности имплементации отдельных положений в современных реалиях Украины. Рассмотрены виды КСО как на внешнем, так и внутреннем уровне компании. Отмечены наиболее эффективные механизмы управления КСО, благодаря которым компаниям удается достигать существенных успехов в период функционирования. Проанализированы препятствия на пути внедрения КСО как на внешнем, так и внутреннем уровне. Отмечены преимущества от внедрения КСО для эффективной деятельности компании. Указано на необходимость внедрения КСО в деятельность современных компаний с целью улучшения деловой репутации и конкурентоспособности компаний.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, концепция, социальная ответственность компаний, механизмы управления, конкурентоспособность.

#### ANNOTATION

The purpose of the article is to clarify the essence of the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) and to study the theoretical aspects of the development of its concept, as well as the possibility of implementation of certain provisions in modern realities of Ukraine. Various approaches of scientists to the interpretation of the essence of the concept of CSR are considered and the basic approaches to the concept of CSR are analyzed. It should be noted that the CSR policy should take into account the interaction of the environmental, economic and social sphere of the company's activity in a common unity. It is noted that CSR spheres are divided into two types: internal and external and their main components are distinguished. Various approaches of scientists to the interpretation of the essence of the concept of CSR are considered and the basic approaches to the concept of CSR are analyzed. It should be noted that the CSR policy should take into account the interaction of the environmental, economic and social sphere of the company's activity in a common unity. It is noted that CSR spheres are divided into two types: internal and external and their main components are distinguished. The article examines the mechanisms of CSR management, namely organizational and value-forming, through which a company can achieve its goals more effectively and in the long term, as CSRs are currently trying to integrate more and more companies into their business activities. The list of advantages, both on the external and internal levels, which are present today, despite the need to develop and implement really effective tools of corporate social responsibility at the corporate level of the company and at the level of the business environment. The list of benefits from the implementation of CSR for the effective operation of the company was noted. The necessity of introducing CSR in the activities of modern companies is noted, as it has several advantages: increase of profit and competitiveness, increase of the company's value, high level of business reputation. But for some companies, the barrier to implementing corporate social responsibility is a lack of funds. The domestic CSR model is evolving in line with world trends, which produces effective results, but the main obstacle remains the imperfection of the legal framework, which would contribute to the development of CSR to a greater extent, provided that, with the support of the state, the formation of CSR will allow to unite the business goals of companies and goals of the social policy of the state.

**Key words:** corporate social responsibility, concept, corporate social responsibility, management mechanisms, competitiveness.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах для успішного функціонування компанії потрібно орієнтуватися не тільки на економічні цілі, а ще брати до уваги й зовнішнє середовище, яке потребує соціально відповідального бізнесу. Оскільки існує у населення невдоволеність якістю життя, зростає вплив громадських організацій та потрібне зміщення уваги з інтересів бізнесу на інтереси середовища, через існуючі складнощі соціальної сфери в якому бізнес розвивається та функціонує.

Саме тому сьогодні в умовах глобалізації сучасний ринок українського бізнесу все більше приділяє увагу питанням соціально орієнтованого бізнесу, з чого і виникає потреба розгляду питання, пов'язаного з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ)

Передусім конкурентоспроможність підприємств забезпечується не тільки економічними показниками, а й рівнем соціального забезпечення працівників, але багато підприємств ще недостатньо поінформовані про всі переваги від соціального забезпечення та не мають чіткого розуміння цього питання, оскільки державні компанії становлять основу економіки і мають значний вплив на національну безпеку. Саме тому КСВ для них – це не лише їхня місія, а й відповідність очікуванням суспільства, яка стає одним із найважливіших напрямів підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Питання корпоративної соціальної відповідальності знайшли своє відображення у наукових доробках вітчизняних науковців, серед яких: І.О. Корнева [1], І.О. Мартиненко [2], О.Ю. Березіна [3], Є. Тришин [5],

О.І. Зінченко [6], А.М. Харченко [6], В. Воробей [7], Т.Р. Антошко [8], А.М. Колот [9], В.П. Мазуренко [11], О.Ю. Засенко [11], Л.А. Грицина [13], А.М. Колосок [14], В.Ю. Очеретна [15].

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета дослідження полягає в уточненні суті поняття корпоративної соціальної відповідальності та дослідженні теоретичних аспектів формування розвитку її концепції, а також можливості імплементації окремих положень у сучасних реаліях України.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В Україні впродовж останніх років усе більшого поширення набуває корпоративна соціальна відповідальність. Сьогодні її намагаються інтегрувати у свою діяльність усе більше підприємств, корпорацій, фірм.

Формування системи та механізму соціальної відповідальності корпорації дає змогу компаніям отримати стійкі конкурентні переваги на довгострокову перспективу в сучасних умовах функціонування [3].

Для більш детального розуміння розглянемо підходи вчених до трактування суті корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1).

Отже, за своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність відображає добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні суспільства і захисті навколишнього середовища [2].

Досить часто під корпоративною соціальною відповідальністю розуміють благодійність, але це дві зовсім різні категорії. Під благодійну діяльність підпадають меценатство, спонсорство, пожертвування, соціальна відповідальність підприємств та персональна відповідальність людей, соціальні інвестиції і філантропія. Якщо

Таблиця 1

## Визначення сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність»

Автор, джерело	Визначення поняття «Корпоративна соціальна відповідальність»
Ф. Котлер [4]	– це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу
Є. Тришин [5, с. 9]	– це філософське поняття, що визначає позицію компанії щодо своєї країни, суспільства, співробітників та навколишнього середовища. Сучасна компанія розуміє свою відповідальність і прагне стати компанією з «людяним обличчям»
О.І. Зінченко, А.М. Харченко [6]	– розглядають КСВ як конкурентну перевагу успішно функціонуючого підприємства, завдяки якій невиробничі витрати підприємств примножують його ринкову вартість за рахунок колективного інтелектуального капіталу та гудвілу, конкурентоспроможності продукції, послуг і сприяють вирішенню соціальних, екологічних та економічних проблем суспільства.
В. Воробей [7, с. 11]	– це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство
Т.Р. Антошко [8]	– під КСВ слід розуміти відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме продукції та послуг) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору й етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та суспільному добробуту, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки
А.М. Колот [9, с. 6]	– приводить широке тлумачення даної концепції як «раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадського суспільства і суспільством у цілому

Джерело: згруповано на основі [3–9]

раніше КСВ ототожнювали з благодійністю, то зараз існує ще й корпоративне волонтерство [10].

Корпоративна соціальна відповідальність – це передусім ефективний інструмент саморозвитку компанії, розвитку місцевих спільнот та побудови конструктивного діалогу з різними секторами суспільства. Інвестуючи у програми підтримки, компанія забезпечує собі сталий розвиток у майбутньому. КСВ дає змо-

гу зміцнити репутацію та інвестиційну привабливість компанії, сприяє найму та утриманню висококваліфікованих співробітників і підвищенню продуктивності, довірі цільової аудиторії та формує позитивну думку про продукти компанії [10].

Розглянемо більш детально чотири основні підходи до концепції корпоративної соціальної відповідальності, які представлено на рис. 1.

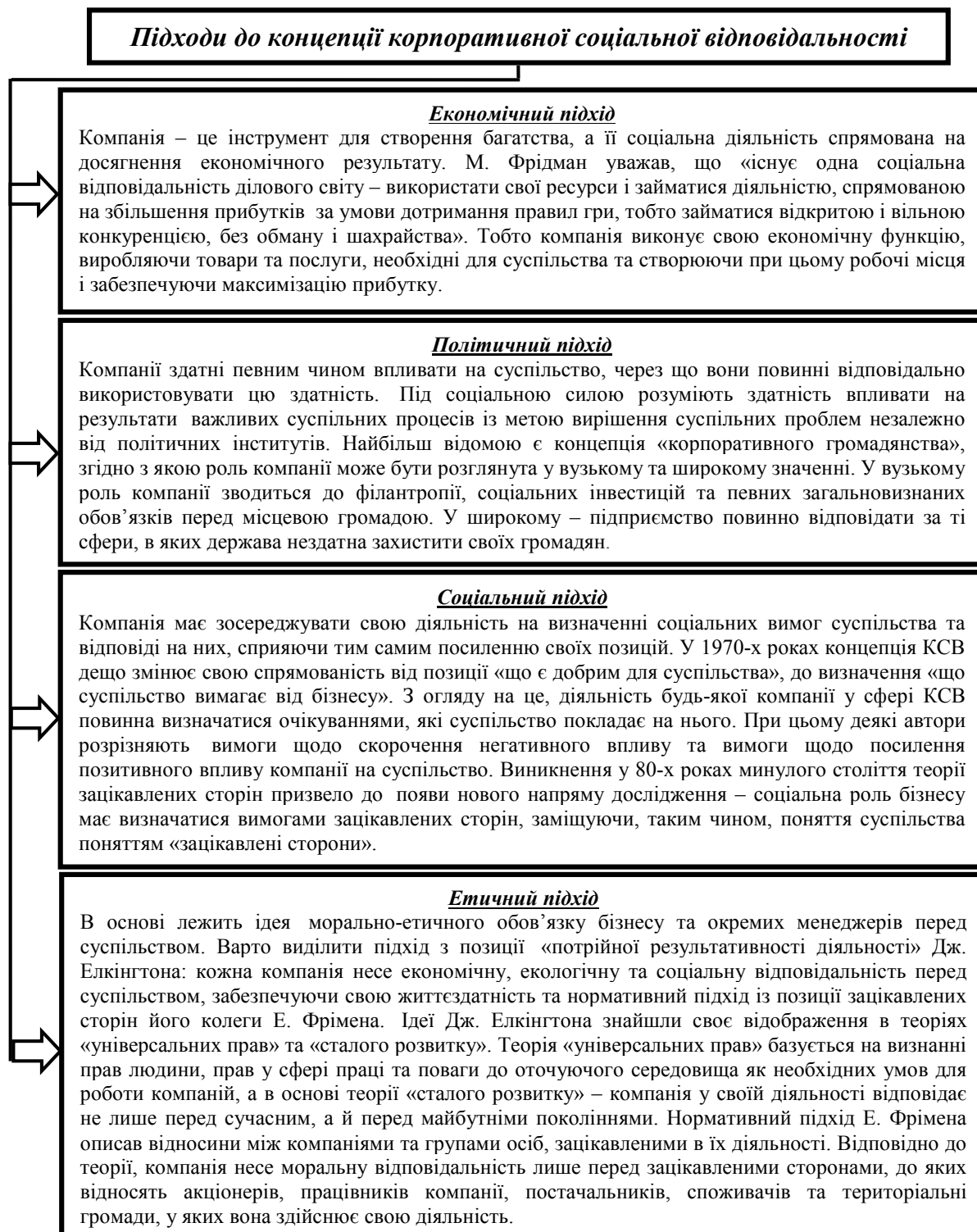


Рис. 1. Підходи до концепції корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: побудовано на основі [11; 13]



**Рис. 2. Види корпоративної соціальної відповідальності**

*Джерело: побудовано на основі [11; 12]*

Розбудовуючи політику КСВ, потрібно враховувати взаємодію екологічної, економічної та соціальної сфер діяльності компанії у загальній єдності, але стратегія КСВ для її організації та реалізації передбачає розмежування сфер КСВ на внутрішню та зовнішню (рис. 2).

Для того щоб компанія могла більш ефективно досягати поставлених цілей, існують механізми керування КСВ. Як показує практика, найбільш істотних успіхів вдається досягати тим компаніям, які поєднують організаційні та ціннісні механізми керування КСВ (рис. 3) [16].

Сьогодні необхідність розроблення й упровадження реально діючих інструментів соціальної відповідальності бізнесу на корпоративному рівні компанії та на рівні бізнес-середовища стає все більш очевидною. Але існують перешкоди у впровадженні корпоративної соціальної відповідальності в Україні як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні (рис. 4) [14; 15].

Потрібно відзначити, що у 2018 р. кількість компаній, які вважають головною перешкодою для впровадження КСВ брак коштів, скоротилася майже вдвічі. Також зменшилася кількість компаній, для яких головною перешкодою є недостатність інформації про принципи і підходи до впровадження соціальної відповідальності. Але зросла частка компаній, які вважають головною перешкодою до впровадження КСВ недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності [15].

Корпоративна соціальна відповідальність для ефективної діяльності підприємств має низку переваг (рис. 5).

Загалом можна сказати, що дотримання корпоративної соціальної відповідальності, а саме вклад коштів у неї, дасть змогу підприємству отримати стале економічне зростання, вийти на міжнародні ринки, збільшити вартість компанії та її конкурентоспроможність [1].



**Рис. 3. Механізми керування КСВ**

Джерело: побудовано на основі [11; 12]



**Рис. 4. Перелік перешкод у впровадженні корпоративної соціальної відповідальності**

Джерело: побудовано на основі [14; 15]



**Рис. 5. Переваги корпоративної соціальної відповідальності**

Джерело: побудовано на основі [14]

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, корпоративна соціальна відповідальність є необхідною у діяльності сучасних компаній, оскільки вона дає низку переваг: підвищення прибутку та конкурентоспроможності, збільшення вартості компанії, високий рівень ділової репутації. Також слід відзначити, що вітчизняна модель КСВ розвивається відповідно до світових тенденцій, але основними перешкодами все ж таки залишаються брак коштів та недосконалість нормативно-правової бази. Лише за підтримки держави формування КСВ дасть змогу об'єднати бізнес-цілі компаній та цілі соціальної політики держави.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Корнева І.О. Соціальна корпоративна відповідальність як інструмент покращення результатів роботи підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 5(45). С. 618–621.
2. Мартиненко І.О. Шляхи удосконалення корпоративної соціальної відповідальності в галузі лісового господарства України. *Траєкторія науки*. 2016. № 2(7). С. 2.45–2.56.
3. Березіна О.Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність». *Вісник ЖДТУ*. 2010. № 3(53). С. 223–225.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
5. Левченко О.П. Сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)». *Економіка транспортного комплексу*. 2014. Вип. 24. С. 39–54.
6. Зінченко О.І. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.
7. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? *Києво-Могилянська бізнес-студія*. 2005. № 10. С. 11–20.
8. Антошко Т.Р. Суть категорії «корпоративна соціальна відповідальність». *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2011. № 8. С. 273–277.
9. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2013. Вип. 2(6). С. 6–14.
10. Що таке корпоративно-соціальна відповідальність. Розповідаємо на прикладі успішних українських компаній. URL: <https://tsn.ua/groshi/scho-take-korporativno-socialna-vidpovidalnist-rozpovidayemo-na-prikladi-uspishnih-ukrayinskih-kompaniy-1267650.html> (дата звернення: 01.03.2020).
11. Мазуренко В.П., Засенко О.Ю. Концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі.

- URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (дата звернення: 01.03.2020).
12. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 342–347.
  13. Грицина Л.А. Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств. URL: [http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4953/1/tezy\\_2007\\_.pdf](http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4953/1/tezy_2007_.pdf) (дата звернення: 01.03.2020).
  14. Колосок А.М. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств сфери туризму. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2014. Вип. 681. С. 133–135.
  15. Очеретна В.Ю. Поширеність соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/29038/8983.pdf?sequence=3> (дата звернення: 29.04.2020).
  16. Шира Н.О., Іващенко А.І. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502>
  7. Vorobey V. (2005) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist chy vyhoda? [Corporate social responsibility or benefit?]. *Kyiv-Mohyla Business Studio*, no. 10, pp. 11–20.
  8. Antoshko T.R. (2011) Sut katehorii «Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist» [The essence of the category «Corporate social responsibility»]. *Economic Bulletin of NTUU «KPI»*, no. 8, pp. 273–277.
  9. Kolot A.M. (2013) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist i problemy yii sprymannia suspilstvom [Corporate social responsibility and problems of its perception by society]. *Socio-labor relations: theory and practice: a collection of scientific papers*, vol. 2, pp. 6–14.
  10. Shcho take korporatyvna-sotsialna vidpovidalnist. Rozpovidaiemo na prykladi uspishnykh ukrainykykh kompanii [What is also corporate-social-oriented. Rozpovidaiemo at the application of successful Ukrainian companies], available at: <https://tsn.ua/groshi/scho-take-korporativno-socialna-vidpovidalnist-rozpovidayemo-na-prikladi-uspishnih-ukrayinskih-kompaniy-1267650.html> (accessed 1 March 2020).
  11. Mazurenko V.P, Zasenka O.Yu. Kontsepsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti u mizhnarodnomu biznesi [The concept of corporate social responsibility in international business]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (accessed 1 March 2020).

#### REFERENCES:

1. Korneva I.O. (2017) Sorsialna korporatyvna vidpovidalnist yak instrument pokrashchennia rezultativ roboty pidpriemstva [Corporate social responsibility as a tool for improving business results]. *«Young scientist»*, no. 5(45), pp. 618–621.
2. Martynenko I.O. (2016) Shliakhy udoskonalennia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v haluzi lisovoho hospodarstva [Ways to improve corporate social responsibility in Ukraine forestry]. *Electronic scientific journal «Trajectory of Science»*, no. 2(7), pp. 2.45–2.56.
3. Berezina O.Yu. (2010) Teoretychni pidkhody do vyznachennia poniattia «Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist» [Theoretical approaches to the definition of «Corporate social responsibility»]. *Bulletin of ZhSTU*, no. 3(53), pp. 223–225.
4. Kotler F. (2005) *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshe dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society]. Kiev: Standard, 302 p.
5. Levchenko O.P. (2014) Sutnist poniattia «korporatyvna sotsialna vidpovidalnist (KSV)» [The essence of the concept of «corporate social responsibility (CSR)»]. *Economics of the transport complex*, vol. 24, pp. 39–54.
6. Zinchenko O.I. (2013) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: suchasni realii ta perspektyvy rozvytku [Corporate social responsibility in Ukraine: modern realities and development prospects]. *Business inform*, no. 4, pp. 281–286.
12. Sardak S.E., Gaslenko K.S. (2017) Vnutrishnia korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstva: teoretychni ta praktychni aspekty [Internal corporate social responsibility of the enterprise: theoretical and practical aspects]. *Economy and society*, no. 12, pp. 342–347.
13. Gritsina L.A. Evoliutsiia ta formuvannia kontsepsiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv [Evolution and formation of the concept of corporate social responsibility of enterprises]. Available at: [http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4953/1/tezy\\_2007\\_.pdf](http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4953/1/tezy_2007_.pdf) (accessed 1 March 2020).
14. Kolosok A.M. (2014) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv sfery turizmu [Corporate social responsibility of tourism enterprises]. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University*, vol. 681, pp. 133–135.
15. Ocheretna V. Yu. Poshyrenist sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Prevalence of social responsibility of business in Ukraine]. Available at: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/29038/8983.pdf?sequence=3> (accessed 29 April 2020).
16. Shira N.O., Ivashchenko A.I. (2013) Napriamy vprovadzhennia systemy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v praktyku ukrainskykh pidpriemstv [Directions of introduction of the system of corporate social responsibility in the practice of Ukrainian enterprises]. *Efficient economy*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502> (accessed 29 April 2020).