

**О. В. Зибарева**, д.е.н, доцент,  
**Л. В. Вербівська**, к.е.н, доцент,  
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича,  
м. Чернівці

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

### *Анотація*

У статті розглянуто сучасні підходи до трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності. Запропоновано авторське визначення її поняття, досліджено переваги та недоліки корпоративної соціальної відповідальності. Охарактеризовано основні ознаки корпоративної соціальної відповідальності та вигоди, які вона дає підприємствам, у діяльності яких вона застосовується. Досліджено основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у внутрішньому середовищі (у формі корпоративної соціальної політики) та у зовнішньому середовищі (у формі корпоративного громадянства). Здійснено оцінку позитивних наслідків соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку підприємництва в Україні. Визначено основні принципи реалізації соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва. Охарактеризовано основні сфери прояву конкурентних переваг організації, сформованих на основі корпоративної соціальної відповідальності. Деталізовано показники для адекватної якісної оцінки соціально-відповідальної поведінки бізнесу, що дають більш повну характеристику соціальних інвестицій підприємництва. Визначено основні етапи впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств.

*Ключові слова:* корпоративна соціальна відповідальність, рівні соціальної відповідальності, підприємництво, сталий розвиток, стратегія корпоративної соціальної відповідальності.

**О. В. Зыбарева**, д.э.н, доцент,  
**Л. В. Вербивская**, к.э.н, доцент,  
Черновицкий национальный университет им. Ю. Федьковича,  
г. Черновцы

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### *Аннотация*

В статье рассмотрены современные подходы к трактовке сущности корпоративной социальной ответственности. Предложено авторское определение ее понятия, исследованы преимущества и недостатки корпоративной социальной ответственности. Охарактеризованы основные признаки корпоративной социальной ответственности и выгоды, которые она дает предприятиям, в деятельности которых она применяется. Исследованы основные направления реализации корпоративной социальной ответственности во внутренней среде (в форме корпоративной социальной политики) и во внешней среде (в форме корпоративного гражданства). Осуществлена оценка положительных результатов социально ответственных

действий в реализации принципов устойчивого развития предпринимательства в Украине. Определены основные принципы реализации социальной ответственности субъектов предпринимательства. Охарактеризованы основные сферы проявления конкурентных преимуществ организации, сформированных на основе корпоративной социальной ответственности. Детализированы показатели для адекватной качественной оценки социально-ответственного поведения бизнеса, которые дают более полную характеристику социальных инвестиций предпринимательства. Определены основные этапы внедрения стратегии корпоративной социальной ответственности в практику украинских предприятий.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, уровень социальной ответственности, предпринимательство, устойчивое развитие, стратегия корпоративной социальной ответственности.

**Постановка проблеми.** Важливим інструментарієм побудови цивілізованих суспільних відносин у вирішенні глобальних питань стає механізм соціальної відповідальності. Необхідність активізації впровадження принципів соціальної відповідальності в життя сучасного суспільства, його правових та економічних інституцій обумовлена залученням України до процесів глобалізації, економічної інтеграції, важливістю створення позитивного іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках і на цій основі – отримання додаткових конкурентних переваг. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні на сьогодні перебуває ще в стадії становлення. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва міжнародних корпорацій, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти соціальної відповідальності, а також великі та малі вітчизняні підприємства й організації, що удосконалюють на прикладі цих успішних корпорацій свою діяльність на засадах концепцій тотального управління якістю.

Принципово новим для бізнесової етики є вимоги уважного ставлення до позавиробничих складових соціального клімату в колективі співробітників підприємства. Будь-яка підприємницька діяльність нерозривно пов'язана з ризиками різного ґатунку. Якісною відмінністю є процеси їх запобігання, врегулювання, що сьогодні залежать не лише від професійності сторін, але і від дотримання ними принципів соціальної відповідальності. Соціалізація менеджменту в умовах кризових процесів виявляється у переході від концепції тотального управління якістю до системи антикризового менеджменту та соціально орієнтованої концепції управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Категорію соціальна відповідальність бізнесу та механізм її прояву аналізували у працях відомі зарубіжні науковці, такі як С. Ааронсон, С. Адамс, М. Барнетт,

---

Д. Вуд, П. Друкер, М. Кларксон, А. Керолл, М. Портер, С. Сеті, Р. Фрімен та ін. Проблема втілення соціальних засад у підприємницьку діяльність – одна з найскладніших у соціально-економічній теорії. У низці робіт таких українських теоретиків, як О. Амоша [17], І. Барабашин, О. Грішнова [4], М. Дейч [5; 6], А. Колот [9] І. Лебедєв [11], Н. Орлова [12], О. Охріменко [14], К. Фукова, Л. Федулова та інших, висвітлено принципи та аспекти соціальної господарської діяльності в умовах становлення ринкової трансформації. Водночас аналіз літературних джерел свідчить, що світова економічна думка й далі продукує нові теоретичні розробки, концептуальні положення, які поповнюються новими елементами, перш за все управлінського та соціально-економічного характеру. Згадані теоретичні розробки не є альтернативними стосовно базової концепції корпоративної соціальної відповідальності, хоч нерідко і претендують на це. Вони, частіше за все, локальні, суміжні та такі, що розглядають проблематику соціальної відповідальності в контексті інших споріднених теоретичних конструкцій.

**Формулювання цілей статті й аргументування актуальності поставленого завдання.** Метою статті є комплексний аналіз поняття корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого розвитку підприємництва. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання наступних завдань: з'ясувати, яких вигід досягне підприємство, дотримуючись принципів корпоративної соціальної відповідальності; дослідити основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у внутрішньому середовищі та у зовнішньому середовищі; здійснити оцінку позитивних наслідків соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку підприємництва; охарактеризувати основні сфери прояву конкурентних переваг організації, сформованих на основі корпоративної соціальної відповідальності. Також для цього необхідно визначити основні етапи впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності в практиці українських підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Українським підприємствам, організаціям і установам необхідно усвідомити, що соціальна відповідальність безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості, адже в такому нестабільному динамічному середовищі вони навряд чи зможуть системно і протягом тривалого часу задовольняти зростаючі потреби ринку. На це вкрай важливо зважати в Україні, де рівень ділової досконалості більшої кількості організацій суттєво нижчий за відповідний

рівень у розвинених країнах. Саме тому сьогодні так необхідна підтримка держави, як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, так і просування найкращих практик компаній із соціальної відповідальності в Україні для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного їх вдосконалення. Це дозволить українському підприємству посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін.

Ідея про корпоративну соціальну відповідальність виникла ще на початку ХХ ст., що було обумовлено не тільки і не стільки морально-етичними чинниками, як це стверджується у багатьох публікаціях з цієї проблематики, але й розвитком продуктивних сил і суспільних відносин. Суспільно-економічне явище «соціальна відповідальність бізнесу» протягом ХХ ст. еволюціонувало від ідеї, що висловлювалася окремими підприємцями і дослідниками й трактувалася тільки як благодійність, до загально визнаного принципу корпоративного управління [11, с. 107].

Незважаючи на безліч трактувань поняття «корпоративна соціальна відповідальність», які здебільшого мають право на існування та дають можливість розширити та (або) поглибити сутнісні характеристики цього явища, все ж більшість тлумачень концентрується навколо найпершого, сформульованого Г. Боуеном, визначення, згідно з яким соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або додержанні такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства [9, с. 8].

Світовий досвід сформував наступні критерії, що дозволяють визначити підприємство (організацію) як соціально відповідальне: сумлінна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм підвищення професіоналізму співробітників; реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних та спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної громадської думки про бізнес [11, с. 112]. У сучасній науці існує дуже багато підходів щодо трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу які доцільно узагальнити у таблиці 1.

**Сучасні підходи до визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності\***

Джерело / організація	Розуміння корпоративної соціальної відповідальності
Міжнародний форум лідерів бізнесу - IBLF	...просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу й суспільству та сприяють покномічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного та мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство
Світова рада компаній за сталий розвиток - WBCSD	...зобов'язання бізнесу робити свій внесок у сталий економічний розвиток, трудові відносини із працівниками, їх сім'ями, місцевою спільнотою і суспільством в цілому для поліпшення якості їх життя
Організація «Бізнес за соціальну відповідальність»	... таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом
Міжнародний стандарт соціальної відповідальності ISO26000 та Український центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності	...відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що: сприяє сталому розвитку, враховуючи здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін та відповідає діючому законодавству; узгоджується з міжнародними нормами поведінки та інтегрована в діяльність всієї організації
Об'єднання корпорацій США «Business for Social Responsibility»	...досягнення комерційного успіху засобами, які ґрунтуються на етичних нормах і повазі до людей, спільноти, навколишнього середовища
«Зелена книга» Європейської комісії	...концепція, що дозволяє інтегрувати в повсякденну діяльність комерційних підприємств соціальні та екологічні аспекти, а також враховувати їх у процесі добровільної взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами, групами впливу)
Ф. Котлер	...це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси
О. І. Зінченко, А. М. Харченко	...конкурентну перевагу успішно функціонуючого підприємства, завдяки якій невиробничі витрати підприємства примножують його ринкову вартість за рахунок колективного інтелектуального капіталу та гудвілу, конкурентоспроможність продукції, послуг та сприяють вирішенню соціальних, екологічних та економічних проблем суспільства
А. М. Колот	... раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії
О. А. Грیشнова	...це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування та перед суспільством загалом

Продовження табл. 1

І. В. Лебедєв	...це спрямована на сталий розвиток активна соціальна позиція підприємства, що включає сумлінне виконання законодавства, стандартів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань щодо задоволення економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб, місцевих громад і суспільства загалом
---------------	--

\*Джерело: складено на основі опрацювання джерел [3; 8; 11; 12; 16; 18; 20].

Таким чином, узагальнюючи вищезазначені точки зору, можна запропонувати розуміння поняття «корпоративна соціальна відповідальність» як повної відповідальності підприємства за всі соціальні результати діяльності перед суспільством, тобто за вплив підприємства на всі соціальні групи, з якими стикається його діяльність: працівників підприємства, жителів найближчих районів, покупців продукції. Корпоративну соціальну відповідальність необхідно розглядати як фактор економічного зростання. Її доцільно реалізовувати за напрямками і заходами тільки тоді, коли це забезпечує економічне зростання підприємства. Саме такий підхід до корпоративної соціальної відповідальності повинен бути об'єктом менеджменту й саме тому необхідна розробка теоретичних основ системи її управління та приналежності соціальної відповідальності до конкретної організаційної форми підприємства.

Україна може забезпечити сталий розвиток виключно шляхом ефективного використання всіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва, використання творчого потенціалу всіх членів суспільства для розбудови і процвітання держави.

Доцільно також виділити особливості саме української моделі корпоративної соціальної відповідальності:

- вимушений характер соціальної відповідальності бізнесу в діяльності українських підприємств;
- відсутність в Україні ідеології соціально відповідального підприємництва та високого рівня громадянської самосвідомості;
- прояв соціальної відповідальності підприємництва у відповідь на запит влади, коли вважають це формою державного рекету;
- відсутність прозорих процедур вироблення соціальної політики як на рівні держави і регіонів, так і на рівні підприємств;
- залежність форм і методів соціальної діяльності компаній від особистих уподобань та інтересів керівників і власників;
- висока різноманітність форм соціальної активності, сформованих на

## СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

окремих підприємств, в тому числі і шляхом власного балансу між економічною ефективністю та соціальною необхідністю;

- значний розрив між суспільством і бізнесом у розумінні пріоритетів та переваг соціальної відповідальності [15, с. 199].

Запровадження корпоративної соціальної відповідальності повинно забезпечувати підприємствам наступні вигоди:

- формувати високу репутацію в очах клієнтів (оскільки підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);

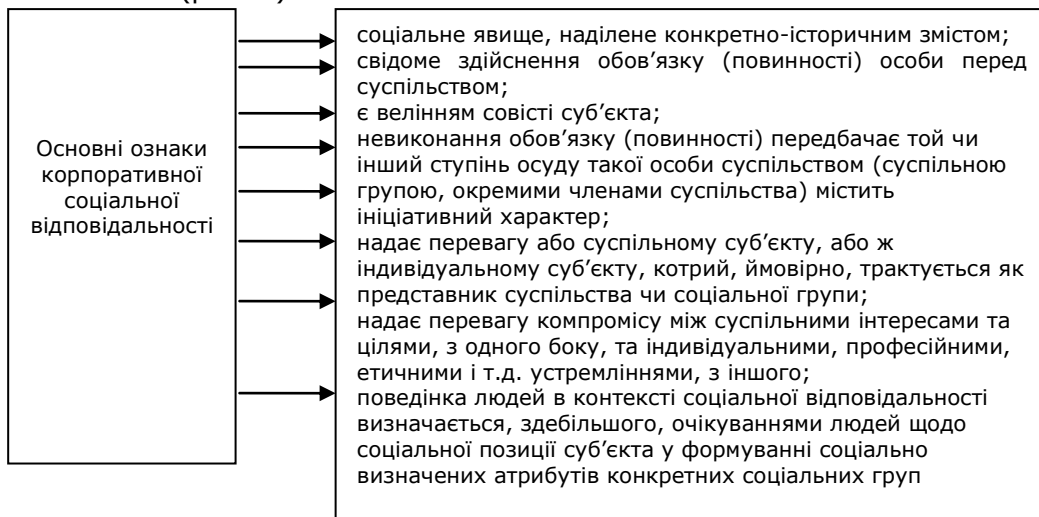
- поява можливості підвищити прибутковість, зокрема через вирішення проблем з державними органами та органами контролю, налагодження дієвих відносин з ними;

- можливість економити на залученні й утриманні висококваліфікованих спеціалістів;

- збільшення обсягу продажу та частки ринку;

- отримання постійного доступу до актуальної інформації з компетентних джерел, що забезпечить швидкість реакції на критичні проблеми на підприємстві та більш ефективне управління ризиками [12, с. 24].

Корпоративна соціальна відповідальність характеризується наявністю таких ознак (рис. 1):



**Рис.1. Характеристика основних ознак соціальної відповідальності**

Соціально відповідальні компанії отримують цілу низку відчутних переваг, включаючи зниження експлуатаційних витрат, підвищення обсягу продажів, залучення та збереження клієнтури, зростання продуктивності

праці співробітників і поліпшення якості їх роботи, створення додаткових можливостей для залучення і збереження персоналу, зниження потреби у здійсненні наглядових функцій, а також розширення доступу до капіталу, що в кінцевому рахунку веде до поліпшення фінансових показників.

Переваги можна згрупувати залежно від місця, в якій вони виявляються (рис. 2).

Макросередовище	Збереження соціальної стабільності у суспільстві в цілому
	Формування позитивного іміджу в інвесторів
	Підвищення корпоративного іміджу підприємства
	Зниження фінансових та нефінансових ризиків
	Зростання рівня довіри до підприємства за рахунок відкритості
Мікросередовище	Створення стійких відносин із суспільством
	Створення стійких відносин з органами влади
	Стратегічна співпраця з партнерами
	Залучення нових споживачів
Внутрішнє середовище	Удосконалення методів корпоративного управління
	Залучення професійних кадрів
	Зниження операційних витрат

**Рис. 2. Сфери прояву конкурентних переваг підприємства, сформованих на основі корпоративної соціальної відповідальності**

1) переваги у внутрішньому середовищі організації забезпечують підвищення якості управління бізнесом;

2) переваги в мікросередовищі спрямовані на отримання підтримки з боку економічних суб'єктів, що мають безпосередній вплив на організацію. Після того як налагоджені процеси корпоративної соціальної відповідальності у внутрішньому середовищі організації, програми КСВ можуть продовжувати розвиток, орієнтований і на мікросередовище організації;

3) переваги в макросередовищі є наслідком двох перших груп і спрямовані в основному на формування сприятливого середовища функціонування підприємства шляхом зниження ризиків, властивих економіці і суспільству в цілому.

Корпоративна соціальна відповідальність повинна обов'язково реалізуватись у внутрішньому середовищі підприємства (у формі корпоративної соціальної політики) та у зовнішньому середовищі (у формі корпоративного громадянства) (табл. 2).



**Реалізація корпоративної соціальної відповідальності у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства\***

<b>Копоративна соціальна відповідальність у внутрішньому середовищі</b>	<b>Копоративна соціальна відповідальність у зовнішньому середовищі</b>
Забезпечення продуктивної зайнятості працівників підприємства	Зміцнення традицій чесного підприємництва
Гідна оплата праці на основі зростання її продуктивності, участь працівників у прибутках підприємства	Сприяння зміцненню соціальної правової держави і громадянського суспільства
Створення здорових безпечних і сприятливих умов праці без винятку для всіх працівників підприємства	Розвиток соціального капіталу: впровадження у ділову практику відно- син, заснованих на чесності, взаємній довірі, підтримка здорового способу життя, втілення ідеалів гуманізму, свободи, справедливості й солідарності
Дотримання прав працівників у сфері соціально-трудо- вих відносин, гарантія свободи діяльності профспілок	Налагодження дієвої системи соціального партнерства
Створення сприятливих умов для відтворення і розвитку людського ка- піталу та його раціонального використання	Забезпечення якості продукції, прав та інтересів споживачів, сприяння формуванню раціональної моделі споживання
Удосконалення соціально-трудо- вих відносин на засадах соціального партнерства, впровадження економічної демократії (залучення працівників до участі у власності підприємств і управління ними)	Охорона навколишнього природного середовища і ресурсозбереження
Створення на підприємствах сприятливого соціально-психологічного клімату, виховання працівників у дусі гуманізму, соціальної справедливості і відповідальності	Взаємодія з місцевими органами влади і громадами з метою сталого розвитку територій розташування
Надання працівникам підприємств додаткового «соціального пакета»	Соціальне підприємництво, тобто підприємницька діяльність не тільки для отримання прибутку, але й для реалізації суспільно корисних цілей
Підвищення освітнього рівня та професійної підготовки кадрів, посадового та професійного зростання	Спонсорство і корпоративна благодійність (всі експерти відзначають, що благодійність є однією із складових соціальної відповідальності бізнесу)
Впровадження «виробничої демократії» – залучення до участі в управлінні підприємствами рядових акціонерів і найманих працівників, продаж акцій працівникам підприємства та їхнім родичам	Підтримка добровільної суспільно корисної діяльності громадян

Продовження табл. 2

Надання працівникам підприємств різноманітних соціальних послуг, передусім у сфері охорони здоров'я, відпочинку, дозвілля; сприяння у поліпшенні житлово-побутових умов працівників тощо	Діалог із зацікавленими сторонами і громадськістю, відкритість, соціальна (нефінансова) звітність
--	---

\*Джерело: складено в результаті опрацювання джерел [6; 8; 9; 11; 12; 18].

Авторським колективом Інституту економіки промисловості НАН України здійснено низку експертних опитувань на виконання бюджетної теми «Соціальні чинники сталого розвитку промислового регіону», зокрема досліджено питання позитивних змін при виконанні соціально відповідальних дій щодо сталого розвитку в Україні (табл. 3).

Таблиця 3

**Оцінка позитивних наслідків соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку в Україні, % [14, с. 12]**

Які позитивні зміни відбудуться при соціально відповідальних діях у реалізації принципів сталого розвитку в Україні?	Результат
Дбайливе ставлення до навколишнього середовища, раціональне споживання і використання природних ресурсів	65,8
Соціальна, економічна й екологічна рівновага та розвиток	57,0
Зміцнення здоров'я населення, збільшення тривалості життя і трудової активності	44,3
Активізація соціально відповідальної діяльності держави, суспільства, бізнесу, особистості у формуванні умов сталого розвитку	43,7
Становлення узгодженої системи цінностей та духовно- культурний розвиток людського суспільства	43,7
Використання у виробництві ресурсозберігаючих технологій	40,5
Модернізація соціальних відносин, консолідація зусиль суспільства та влади в забезпеченні сталого розвитку	39,2
Формування і реалізація моделі споживання згідно з принципами сталого розвитку	26,6
Високий рейтинг України щодо сталого розвитку в міжнародних порівняннях	12,0
Інше	3,2
Важко відповісти	1,9

Також важливо, щоб у процесі своєї діяльності суб'єктами підприємництва було дотримано основних принципів соціальної відповідальності. Ключове значення у реалізації ініціатив відіграє обрана підприємством стратегія корпоративної соціальної відповідальності, яка визначає напрям розвитку,

що відрізняється від інших фірм, з урахуванням існуючих ресурсів, навичок, умінь та обмежень зовнішнього середовища. Дана стратегія повинна бути спрямована за наступними принципами (рис. 3):



**Рис. 3. Основні принципи формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності\***

\*Джерело: складено на основі опрацювання джерел [8; 9; 12; 14; 19].

Для адекватної якісної оцінки соціально-відповідальної поведінки бізнесу розроблено систему ефективних показників, що дають більш повну характеристику соціальних інвестицій підприємництва. Їх можна об'єднати у три групи (табл. 4).

**Система показників, що характеризують соціальні інвестиції підприємства [20]**

Група показників	Характеристика групи	Ознаки та параметри показників
Перша група	характеризує інституційне оформлення соціальної політики бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>• нормативна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спеціального документа, в якому зафіксовані основні напрямки соціальної політики підприємств);</li> <li>• організаційна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спецвідділу, відповідального саме за соціальні проекти);</li> <li>• нормативні засади соціальної політики підприємств (наявність колективного договору)</li> </ul>
Друга група	дає можливість оцінити облік соціальних заходів бізнес-установ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наявність фінансової звітності підприємств, що відповідає міжнародним стандартам та складається щорічно;</li> <li>• застосування звітів з соціальної відповідальності бізнесу міжнародного зразка;</li> <li>• оцінка ефективності здійснених соціальних вкладень;</li> <li>• інформування суспільства про рівень своєї соціальної відповідальності</li> </ul>
Третя група	характеризує ступінь комплексності соціальних інвестицій бізнесу та дає можливість виявити надмірну концентрацію фінансування на окремих напрямках соціальної політики	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інвестиції у розвиток персоналу;</li> <li>• охорона праці і здоров'я найманих працівників;</li> <li>• екологічність процесу виробництва та продукції, ресурсозберігаючі технології;</li> <li>• дотримання принципів доброчесної ділової практики і чесної конкуренції;</li> <li>• розвиток та підтримка місцевого населення</li> </ul>

На основі зазначених показників розраховуються часткові і загальні індекси соціальних інвестицій бізнесу, а саме: якісний індекс соціальних інвестицій та загальний якісний індекс соціальних інвестицій. Однак оцінка соціальних інвестицій бізнесу лише за допомогою якісних індексів не дає повного уявлення про їх реальний стан та має такий недолік, як: врахування наявності певної ознаки соціальної відповідальності підприємства не дає відповіді про масштаби її розвитку. Так, наприклад, дві компанії розвивають місцеву громаду, але одна безсистемно та рідко, а інша залучає для цього велику кількість ресурсів і має власну стратегію їх

витрачання. При цьому під час оцінювання за допомогою якісних індексів обидві компанії будуть оцінені позитивно.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Таким чином, без реалізації політики соціальної відповідальної підприємств і бізнесу в цілому неможливе забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. Соціальна відповідальність в контексті запровадження сталого розвитку є необхідною умовою і якістю системи суспільної взаємодії між соціальними суб'єктами на усіх рівнях управління. Конкурентоспроможність, імідж підприємства багато в чому визначаються рівнем налагодженості соціально відповідальних відносин як всередині самого підприємства, так і в системі зовнішніх зв'язків. Сталість відповідальних відносин на підприємстві забезпечує його визнання як на національному, так і на міжнародному рівнях. Чим більше таких підприємств функціонує в економіці країни, тим вищим є загальний результат економічної діяльності в системі господарювання і відчутнішим є її соціальний ефект. Системний розвиток суспільних відносин на засадах соціальної відповідальності вимагає сталості і відповідної якості в системі взаємодії між основними суб'єктами господарювання – між державою і суспільством, бізнесом і владою, власниками та найманими працівниками.

**Список використаних джерел:**

1. Ветропрахов В. Методы оценки социальных инвестиций [Электронный ресурс] / В. Ветропрахов // Вестник ХГАЭП. – 2008. – № 4 (37). – С. 4-10. – Режим доступа: <http://www.vestnik.ael.ru/tabid/892/Default.aspx>.
2. Офіційний сайт Всесвітньої бізнесової ради із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org).
3. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2010. – №7. – С. 3-8.
4. Грішнова О. А. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні / О. А. Грішнова, Г. Ю. Міщук // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – № 2 (20). – С. 167-178.
5. Дейч М. Є. Міжнародний досвід розвитку корпоративної соціальної відповідальності та можливості його адаптації до умов України / М. Є. Дейч // Економіка та право. – 2011. – №3. – С. 13-19.
6. Дейч М. Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект : монографія / М. Є. Дейч; НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2014. – 352 с.
7. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні: експертні оцінки : монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова; НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2013. – С. 96.
8. Зінченко О. І. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку / О. І. Зінченко, А. М. Харченко // Бізнес-інформ. – 2013. – № 4. – С. 281-286.

9. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. М. Колот // Науковий вісник Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. Серія: Економічна теорія. – 2013. – №4. – С. 5-26.
10. Лазоренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності: посібник із КСВ / О. Лазоренко, Р. Колишко. – К.: Енергія, 2011. – 296 с.
11. Лебедев І. В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності / І. В. Лебедев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1. – С. 106-116.
12. Орлова Н. С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: Монографія / Н. С. Орлова, А. О. Харламова. – Донецьк: Издательство, 2014. – 250 с.
13. Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів : монографія / За заг. ред. О. В. Зибаревої. – Чернівці : Технодрук, 2016. – С. 70-84.
14. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : Навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – К., 2015. – 180 с.
15. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні / О. М. Романуха // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 2(1). – С. 198-204.
16. Сперанский В. И. Социальная ответственность бизнеса: сущность и особенности проявления [Электронный ресурс] / В. И. Сперанский // Вісн. Харк. нац. ун-ту. внутр. справ. – 2009. – Вип. 44. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkhnuvs/2009\\_44/index.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkhnuvs/2009_44/index.htm).
17. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: Монографія / О. Ф. Новикова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2012. – 534 с.
18. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії "Europe-2020") / Н. А. Супрун // Український соціум. – 2013. – № 2. – С. 163-176.
19. Шира Н. О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств [Електронний ресурс] / Н. О. Шира, А. І. Іващенко // Ефективна економіка. – 2013. – №11. – Режим доступу: [www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2502](http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2502)
20. Юзик Л. О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Л. О. Юзик. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vdnuet/econ/2010\\_3/Yuzik.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf).
21. Assurance Standard Revision Process [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main\\_Page/](http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/).

**Oksana Zybareva**, Dr.Sc. in Economics, Associate Professor,  
**Liudmyla Verbivska**, PhD in Economics, Associate Professor  
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF STEADY DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE**

### *Summary*

The article focuses on the modern approaches to the definition of the essence of the corporate social responsibility. The author's definition of the notion is presented and the advantages and disadvantages of the corporate social responsibility are analyzed and compared. The main peculiarities of the corporate social responsibility and its benefits for the enterprise operation are

defined. The analysis is aimed at the differentiation of the main trends in the implementation of the corporate social responsibility in the inner (corporate social policy) and external environment (corporate citizenship). The positive outcomes of the social responsibility strategies in the growth of the entrepreneurship in Ukraine and the main principles of the social responsibility implementation have been studied. The main spheres of the competitive benefits of the enterprises based on the corporate social responsibility are analyzed. The indices of the detailed qualitative evaluation of the social responsibility behavior of the enterprise provide the wider characteristics of the social investments of the enterprise. The principle stages of the implementation of the corporate social responsibility in the Ukrainian enterprises operations are defined.

**Keywords:** corporate social responsibility, stages of social responsibility, entrepreneurship, steady development, strategy of the corporate social responsibility.

### **References:**

1. Vetroprakhov, V. (2008). Methods of assessment of social investments. *Vestnik HGAJeP [Herald of HGAEP]*, no. 4 (37), pp. 4-10. Available at: <http://www.vestnik.ael.ru/tabid/892/Default.aspx> (in Russ.).
2. The official website of WBCSD – World Business Council for Sustainable Development. Available at: [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org) (in Ukr.).
3. Hrishnova, O. (2010). Social responsibility of business: the nature, value, strategic directions of development in Ukraine. *Ukraina: aspekty pratsi [Ukraine: Aspects of Labor]*, vol. 7, pp. 3–8 (in Ukr.).
4. Grishnova, O.A., Mishhuk, G.Ju. (2013). Social innovations in the labor sphere: the essence, types, features of realization in Ukraine. *Demografija ta social'na ekonomika [Demography and Social Economy]*, no. 2 (20), pp. 167-178 (in Ukr.).
5. Dejch, M.Je. (2011). International experience of corporate social responsibility development and its adaptation to Ukrainian conditions. *Ekonomika ta pravo [Economics and Law]*, no. 3, pp. 13-19 (in Ukr.).
6. Dejch, M.Je. (2014). *Stanovlennja ta rozvytok bagatorivnevoi' systemy social'noi' vidpovidal'nosti: upravlins'kyj aspekt* [Formation and development of multi-level system of social responsibility: managerial aspect]. NAN Ukrai'ny, In-t ekonomiky prom-sti, Donec'k (in Ukr.).
7. Novikova, O.F., Dejch M.Je., Pan'kova, O.V. (2013). *Diagnostyka stanu ta perspektyv rozvytku social'noi' vidpovidal'nosti v Ukrai'ni: ekspertni ocinky* [Diagnostics of the state and prospects of development of social responsibility in Ukraine: expert assessments]. NAN Ukrai'ny, In-t ekonomiky promyslovosti, Donec'k (in Ukr.).
8. Zinchenko, O.I., Harchenko, A.M. (2013). Corporate Social Responsibility in Ukraine: Contemporary Realities and Development Prospects. *Biznes-inform [Business Inform]*, no. 4, pp. 281-286 (in Ukr.).
9. Kolot, A.M. (2013). Corporate Social Responsibility: Evolution and Development of Theoretical Views. *Naukovyj visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universytetu im. Vadyma Get'mana. Serija: Ekonomichna teorija [Scientific Herald of the Kiev National Economic University named after Vadim Hetman Series: Economic Theory]*, no. 4, pp. 5-26 (in Ukr.).
10. Lazorenko, O., Kolyshko, R. (2011). Bazova informacija z korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti [Basic Information on Corporate Social Responsibility]. Energija, Kyiv, 296 (in Ukr.).
11. Ljebedjev, I.V. (2013). Ensuring Sustainable Development on the Basis of Corporate Social Responsibility. *Aktual'ni problemy ekonomiky [Actual problems of the economy]*, no. 1, pp. 106-116 (in Russ.).
12. Orlova, N.S., Harlamova, A.O. (2014). *Konceptual'ni zasady korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti v Ukrai'ni* [Conceptual Principles of Corporate Social Responsibility in Ukraine].

Donec'k (in Ukr.).

13. Zybarena, O.V., Verbitska, L.V. (2016). *Osoblyvosti upravlinnia pidpryemstvamy v umovakh global'nykh vyklykiv* [The peculiarities of enterprise management in the conditions of the global challenges]. O.V. Zybarena (Ed.), Tekhnodruk, Chernivtsi (in Ukr.).

14. Ohrimenko, O.O., Ivanova, T.V. (2015). Social responsibility. *Nacional'nyj tehnicnyj universytet Ukrainy «Kyiv's'kyj politehnicnyj instytut» [National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"]* (in Ukr.).

15. Romanuha, O.M. (2016). Development of Corporate Social Responsibility in Ukraine. *Visnyk Hmel'nyts'kogo nacional'nogo universytetu. Ekonomichni nauky [Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences]*, vol. 2(1), pp. 198-204 (in Ukr.).

16. Speranskyj, V.Y. (2009). Social responsibility of business: essence and features of display. *Bulletin of Kharkiv National University of Internal Affairs*, vol. 44. Available at: [www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkhnuvs/2009\\_44/index.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vkhnuvs/2009_44/index.htm) (in Russ.).

17. Novykova, O.F., Amosha, O.I., Antonjuk, V.P. (2012). *Stalyj rozvytok promyslovogo regionu: social'ni aspekty* [Sustainable development of the industrial region: social aspects]. NAN Ukrainy, Int ekonomiky prom-sti – National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Industrial Economics, Donec'k (in Ukr.).

18. Suprun, N.A. (2013). Corporate social responsibility as a factor in social inclusion (in the context of the objectives of the Europe 2020 strategy). *Ukrain's'kyj socium [Ukrainian society]*, no. 2, pp. 163-176 (in Ukr.).

19. Shyra, N.O. (2013). Areas of implementation of the system of corporate social responsibility in the practice of Ukrainian enterprises. *Efektivna ekonomika [Effective economy]*, no. 11. Available at: [www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502) (in Ukr.).

20. Juzyk, L.O. Approaches to assessing the impact of CSR on enterprise performance. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vdnuet/econ/2010\\_3/Yuzik.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2010_3/Yuzik.pdf) (in Ukr.).

21. Assurance Standard Revision Process. Available at: [http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main\\_Page/](http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/).



**УДК 331.548**

**С. Д. Лучик**, д.е.н., професор,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці,

**М. В. Лучик**, к.е.н.,

Кооперативний інститут бізнесу і права, м. Київ

## **ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ МОЛОДІ ДО ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ КРИЗИ**

*Анотація*

У статті досліджуються теоретичні і практичні аспекти мотивації молоді до професійного розвитку. Проаналізовано стан молодіжного ринку праці в Україні за 2012-2017 (I півріччя) рр. Визначено тенденції зайнятості та безробіття української молоді, а також чинники, що перешкоджають працевлаштуванню молодих фахівців. Досліджено вплив матеріальних методів мотивації на професійну діяльність молодих працівників у розрізі вікових груп і видів