

7. Куценко В. І. Соціальний вектор економічного розвитку : монографія / В. І. Куценко / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Київ : Наук. думка, 2010. – 735 с.

8. Орлатий М. К. Зміни у функціонуванні об'єктів соціально-культурного призначення на селі / М. К. Орлатий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Nrzd/2011\\_2/15.pdf](http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Nrzd/2011_2/15.pdf)

9. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С. І. Бандур, Т. А. Заяць, В. І. Куценко та ін. / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – 2-ге вид. доп. і перероб. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 620 с.

10. Україна в цифрах 2010 : статистичний збірник. – К. : ДП «ІАА», 2011. – 252 с.

## REFERENCES

Bandur, S. I., Zaiats, T. A., and Kutsenko, V. I. *Sotsialnyi rozvytok Ukrainy: suchasni transformatsii ta perspektyvy* [The social development of Ukraine: current perspectives of transformation and]. Cherkasy: Brama-Ukraina, 2006.

Deikun, D. I., and Pastovenskyi, O. V. *Metodychni rekomendatsii z optymizatsii merezhi zahalnoosvitnikh navchalnykh zakladiv u silskykh raionakh* [Guidelines to optimize the network of schools in rural areas]. Kyiv, 2011.

Driepina, O. M. "Fandreizynhova diialnist shkil: polska praktyka ta ukrainski realii" [Fundraising schools: Polish and Ukrainian realities of practice]. Luhansk: SPD Rieznikov V. S., 2011. 72-80.

Kutsenko, V. I. *Sotsialnyi vektor ekonomichnoho rozvytku* [Vector Social Economic Development]. Kyiv: Nauk. dumka, 2010.

[Legal Act of Ukraine]. <http://document.ua/budinki-isporudi.-budinki-ta-sporudi-ditjachih-doshkilnih-z-nor395.html>

Orlatyi, M. "Zminy u funktsionuvanni ob'ektiv sotsialno-kulturnoho pryznachennia na seli" [Changes in the functioning of social and cultural facilities in rural areas]. [http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Nrzd/2011\\_2/15.pdf](http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Nrzd/2011_2/15.pdf)

*Ukraina v tsyfrakh 2010 : statystychnyi zbirnyk* [Ukraine at a Glance 2010: Statistical Yearbook]. Kyiv: IAA, 2011.

*Zahalnoosvitni navchalni zaklady Ukrainy na pochatok 2011/12 navchalnoho roku* [General educational institutions of Ukraine at the beginning of 2011/12 school year]. Kyiv, 2012.

*Zahalnoosvitni navchalni zaklady Ukrainy na pochatok 2010/11 navchalnoho roku* [General educational institutions of Ukraine at the beginning of 2010/11 school year]. Kyiv, 2011.

*Zahalnoosvitni navchalni zaklady Ukrainy na pochatok 2009/10 navchalnoho roku* [General educational institutions of Ukraine at the beginning of 2009/10 school year]. Kyiv, 2010.

УДК 334.7

# КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ЗІНЧЕНКО О. І., ХІМЧЕНКО А. М.

УДК 334.7

## Зінченко О. І., Хімченко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку

У статті досліджено поняття «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) і запропоновано авторське визначення. Окреслено необхідні умови задля розробки та здійснення КСВ підприємством. Проаналізовано можливості українських підприємств щодо здійснення КСВ. Наведено приклади реалізації КСВ підприємствами в Україні. Запропоновано схему концепції функціонування КСВ в економічній системі суспільства, яка відображає взаємовідносини «працівник – підприємство – держава».

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), глобальний Договір ООН, принципи КСВ, концепції функціонування КСВ, державна підтримка.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

**Зінченко Оксана Ігорівна** – студентка, Донецький національний університет (вул. Університетська, 24, Донецьк, 83001, Україна)

**E-mail:** oxy@telenet.dn.ua

**Хімченко Андрій Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, Донецький національний університет (вул. Університетська, 24, Донецьк, 83001, Україна)

**E-mail:** himan@meta.ua

УДК 334.7

## Зінченко О. І., Хімченко А. М. Корпоративная социальная ответственность в Украине: современные реалии и перспективы развития

В статье исследовано понятие «корпоративная социальная ответственность» (КСО) и предложено авторское определение. Обозначены необходимые условия для разработки и осуществления КСО предприятием. Проанализированы возможности украинских предприятий по осуществлению КСО. Приведены примеры реализации КСО предприятиями в Украине. Предложена схема концепции функционирования КСО в экономической системе общества, отражающая взаимоотношения «работник – предприятие – государство».

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность (КСО), глобальный Договор ООН, принципы КСО, концепции функционирования КСО, государственная поддержка.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 8.

**Зінченко Оксана Ігорівна** – студентка, Донецький національний університет (вул. Університетська, 24, Донецьк, 83001, Україна)

**E-mail:** oxy@telenet.dn.ua

**Хімченко Андрій Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, Донецький національний університет (вул. Університетська, 24, Донецьк, 83001, Україна)

**E-mail:** himan@meta.ua

UDC 334.7

## Zinchenko O. I., Khimchenko A. N. Corporate Social Responsibility in Ukraine: Modern Realities and Prospects of Development

The article studies the «corporate social responsibility» (CSR) notion and offers author's definition. It marks necessary conditions for development and conduct of CSR by a company. It analyses possibilities of Ukrainian companies on conduct of CSR. It provides examples of CSR realisation by companies in Ukraine. It offers a scheme of the concept of CSR functioning in the economic system of the society, which reflects «worker – company – state» relations.

**Key words:** corporate social responsibility (CSR), global UN agreement, CSR principles, concepts of CSR functioning, state support.

**Pic.:** 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

**Zinchenko Oksana I.** – Student, Donetsk National University (вул. Universytetska, 24, Donetsk, 83001, Ukraine)

**E-mail:** oxy@telenet.dn.ua

**Khimchenko Andrey N.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Donetsk National University (вул. Universytetska, 24, Donetsk, 83001, Ukraine)

**E-mail:** himan@meta.ua

**В** умовах глобалізації економіки трансформуються соціальні, політичні та економічні відносини, зростає роль найманого працівника та усвідомлюється необхідність максимального задоволення інтересів робітників і суспільства загалом. Впровадження практики корпоративної соціальної відповідальності є актуальним для країн різного рівня розвитку, у тому числі для України.

Корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, а саме: В. Борисова, М. Гаврицька, П. Друкер, К. Девіс, М. Корсакова, А. Кредісов, С. Литовченко, С. Мельник, М. Мескон, Є. Панченко та ін. Проте відсутність єдиної методологічної, нормативно-правової бази та багатофакторного аналізу досвіду корпоративної соціальної відповідальності зумовлюють необхідність подальшого дослідження.

*Мета роботи* – дослідження сучасного стану корпоративної соціальної відповідальності в Україні та перспектив її подальшого розвитку.

Вважається, що основу сучасного підходу до інституту корпоративної соціальної відповідальності заклали американський економіст Г. Боуен, у роботі якого («Соціальна відповідальність бізнесмена», 1953 р.) цей термін згадується вперше. На думку Г. Боуена, обов'язком бізнесмена є здійснення такої діяльності, прийняття таких рішень або проходження такої лінії поведінки, які відповідають цілям і цінностям суспільства [1, с. 9].

Корпоративна соціальна відповідальність як соціально-економічне явище стає вельми актуальним на початку 1990-х рр. Відправним пунктом можна вважати звернення президента Європейської комісії Жака Делора до бізнесу для вирішення структурних проблем безробіття, реструктуризації та соціальної ізоляції. З того часу КСВ закріплюється у нормативно-правових документах, визначаються принципи функціонування європейської мережі обміну інформацією й досвідом. Проте, тільки у 2001 р. Комісією європейської спільноти в Зеленій книзі «Сприяння поширенню Європейської структури Корпоративної Соціальної Відповідальності» було наведено визначення корпоративної соціальної відповідальності як концепції, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми в їхні операції та в їх взаємодії із зацікавленими сторонами на добровільній основі [2].

Треба зазначити, що КСВ не має загальноприйнятого визначення. Кожна організація, підприємство та науковець має власне уявлення щодо сутності та практичної реалізації КСВ.

Корпоративна соціальна відповідальність є інструментом, за допомогою якого підприємства регулюють вплив своєї діяльності на суспільство та затверджують свої принципи і цінності як у рамках своїх власних внутрішніх методів і процесів, так і у взаємовідносинах з іншими учасниками. КСВ є добровільною ініціативою, яка здійснюється на базі підприємств і охоплює заходи, які вважаються такими, що виходять за рамки вимог, що пред'являються відповідно до закону [3].

На нашу думку, КСВ – це конкурентна перевага успішно функціонуючого підприємства, завдяки якій

невиробничі витрати підприємства примножують його ринкову вартість за рахунок колективного інтелектуального капіталу та гудвілу, конкурентоспроможність продукції, послуг і сприяють вирішенню соціальних, екологічних та економічних проблеми суспільства.

Отже, необхідною умовою задля розробки та здійснення КСВ підприємством є:

- ✦ прибутковість підприємства;
- ✦ наявність коштів після виконання податкових зобов'язань;
- ✦ орієнтованість на довгострокове функціонування та розвиток підприємства;
- ✦ розуміння об'єктивної необхідності вирішення соціальних, екологічних та економічних проблем суспільства.

**А**налізуючи показники діяльності суб'єктів господарювання у 2011 р., можна зробити висновки, що серед суб'єктів господарювання найбільш питомо вагу складають фізичні особи-підприємці – 79,6%, а підприємств лише 20,4% (з них 19,1% – малі підприємства). Отже, 1,3% суб'єктів господарювання, або 6,3% загальної кількості підприємств, мають потенційну можливість здійснювати КСВ (це великі та середні підприємства, у яких до того ж найбільша кількість найманих і зайнятих працівників). Саме великі та середні підприємства реалізують 82,52% всього обсягу продукції (робіт, послуг). Загалом збільшення питомої ваги підприємств з 16,0% у 2010 р. до 20,4% у 2011 р. відбулося за рахунок малих підприємств, що з точки зору розвитку КСВ в Україні не є суттєвим. Саме тому в подальшому дослідженні треба враховувати дані великих і середніх підприємств (табл. 1).

Аналіз фінансових результатів до оподаткування показав, що в 2011 р. 65,1% загальної кількості підприємств одержали прибуток, з них: 69,9% – великі підприємства та 67,3% – середні. Фінансові результати до оподаткування великих підприємств у 4 рази більші, ніж у середніх підприємств. Найвищі показники спостерігаються у промисловості; оптовій торгівлі та посередництві в оптовій торгівлі; сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві. Щодо регіонального розташування, то найбільша сумарна частка великих і середніх підприємств загальної кількості підприємств держави спостерігається у Чернігівській, Черкаській та Житомирській областях. Зокрема, найбільша частка великих підприємств у Донецькій, Полтавській, Волинській та Дніпропетровській областях.

Таким чином, лише невелика кількість підприємств мають потенційну можливість здійснювати КСВ. Найкращі фінансові результати підприємств у видах економічної діяльності, які використовують природні ресурси країни. Регіональне розташування великих і середніх підприємств сприятиме розвитку як розвинених регіонів, так й економічно не розвинених областей у разі реалізації корпоративної соціальної відповідальності підприємствами. Враховуючи вищезазначене, на нашу думку, підприємства саме цих галузей повинні активно впроваджувати заходи у сфері охорони навколишнього середовища у рамках КСВ.

Основні структурні показники діяльності суб'єктів господарювання [4]

Показник, рік	У тому числі				
	підприємства	з них			фізичні особи-підприємці
		великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	
Кількість суб'єктів господарювання, у % до загальної кількості суб'єктів					
2010	16,0	0,1	0,9	15,0	84,0
2011	20,4	0,1	1,2	19,1	79,6
Кількість зайнятих працівників, у % до загальної кількості зайнятих працівників					
2010	73,9	41,5	31,5	27,0	26,1
2011	76,7	43,3	30,1	26,6	23,3
Кількість найманих працівників, у % до загальної кількості найманих працівників					
2010	88,6	42,2	32,0	25,8	11,4
2011	88,1	43,8	30,4	25,8	11,9
Обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг), % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг)					
2010	93,6	48,7	36,9	14,4	6,4
2011	95,0	51,2	35,6	13,1	5,0

Попри існуючі труднощі в сучасних умовах, КСВ як напрямок філософії бізнесу набуває стрімкого розвитку в Україні. Успішні великі підприємства прагнуть забезпечити своїх співробітників гідними умовами праці, конкурентною заробітною платою, соціальними гарантіями відповідно до чинного законодавства, високим рівнем охорони праці та здоров'я, комфортними умовами на робочих місцях і широкими можливостями для професійної самореалізації. Тобто на більшості підприємств КСВ має схожу мету та реалізується на однакових принципах. Але у кожного підприємства є свої пріоритетні напрямки КСВ залежно від галузевої спрямованості, що, на нашу думку, є найактуальнішим.

Яскравим прикладом для наслідування іншими великими та середніми підприємствами споріднених галузей є досвід корпорації «Індустріальний Союз Донбасу» (ІСД). Це одна з найбільших транснаціональних металургійних компаній, провідний виробник сталі в регіоні Центральної та Східної Європи. Керівництво ІСД усвідомлює відповідальність за свій вплив на суспільство і реалізує свою стратегію з корпоративної соціальної відповідальності з 2005 р. У 2008 р. Корпорація ІСД вступила до Альянсу бізнес-компаній, які беруть активну участь у боротьбі з ВІЛ/СНІДом, туберкульозом, малярією, і стала членом Глобального Договору ООН.

Досліджуючи загальносуспільний аспект функціонування корпорації, діяльність якої базується на безпосередньому використанні природних ресурсів, треба зауважити неминучий згубний вплив на навколишнє середовище. На нашу думку, ключовою ідеєю в стратегії КСВ підприємства має бути розуміння, що витрати у сфері охорони навколишнього середовища – це інвестиції у подальший розвиток підприємства. Так у 2010 р. освоєння кисневого блоку на ПАТ «Алчевський металургійний комбінат» дозволило заощадити 166 млн квтч електроенергії, економічний ефект цього заходу склав 98 млн грн. А інвестиції в модернізацію в розмірі 21,6 млрд грн сприяли

зниженню викидів в атмосферу на 80% на одиницю виробленої продукції [5]. Безумовно, модернізація також сприяла зростанню конкурентоспроможності продукції, покращенню стану здоров'я, працездатності робітників підприємства та загалом репутації корпорації.

Значним досягненням у реалізації КСВ можна відзначити показник середньої заробітної плати на комбінатах Корпорації «ІСД», який на 360 – 420% вищий за мінімальну заробітну плату в Україні. Враховуючи кількість співробітників – 40 тис. осіб, КСВ корпорації сприяє поліпшенню добробуту її працівників та збільшенню середнього класу в країні. Ефективність корпоративної соціальної відповідальності корпорації у трудових відносинах підтверджується також показником плинності кадрів, який в 2009 р. становив 2,9%, а в 2010 і 2011 рр. – 2,7% [5].

Прикладом практики КСВ серед підприємств – виробників споживчих товарів є компанія Carlsberg Ukraine, яка займає другу позицію на ринку пива України. До її складу входить три заводи, на яких працює близько 3500 співробітників. Виробнича потужність компанії складає 1 270 млн л пива в рік. Портфель компанії створюють такі локальні торгові марки, як «Славутич», «Славутич ІСЕ», «Львівське», «Арсенал», «Квас Тарас», а також міжнародні бренди Carlsberg, Tuborg, «Балтика», Holsten, Corona, Negra Modelo, Zatecky Gus, Guinness, Kilkenny, Harp, Warsteiner і сидр Somersby.

Враховуючи особливість продукції Carlsberg Ukraine, особливе місце в КСВ компанії займають маркетингові комунікації. Усвідомлюючи негативний вплив від споживання алкоголю на неповнолітніх, підприємство вживає заходи щодо сприяння зниженню споживання підлітками алкогольних напоїв. Так, у 2010 – 2011 рр. компанія спільно з Асоціацією виробників пива «Укрпиво» реалізувала масштабний проект «Споживай відповідально». Проект був направлений як на споживачів так й на продавців. Згідно з внутрішньою маркетинговою політикою, вік всіх акторів, що знімаються в

рекламних роликах, перевищує 25 років, або вже повнолітні актори виглядають старше вказаного віку. Такий підхід до комунікацій спрямований в першу чергу на те, щоб просувати продукцію компанії тільки серед дорослого населення.

Значним кроком у врегулюванні згубного впливу продукції Carlsberg Ukraine є те, що корпорація спільно з іншими ключовими гравцями пивного ринку, Всеукраїнською рекламною коаліцією, Індустріальним телевізійним комітетом, Асоціацією правників та асоціацією «Укрпиво» в 2011 р. підписала «Положення про систему саморегулювання комерційних комунікацій». Згідно з даним документом вводяться такі обмеження:

- ✦ недопущення пропаганди зловживання пивом;
- ✦ обмеження, пов'язані з вживанням пива неповнолітніми;
- ✦ обмеження, пов'язані з керуванням транспортними засобами нетверезими водіями;
- ✦ обмеження, пов'язані з медичними аспектами;
- ✦ обмеження, пов'язані з вмістом алкоголю;
- ✦ обмеження, пов'язані з якостями і здібностями споживачів;
- ✦ обмеження щодо спонсорства заходів, організованих для неповнолітніх;
- ✦ обмеження щодо просування продукції шляхом дегустації неповнолітніми [6].

Треба відзначити, що Carlsberg Ukraine належить до данської пивоварної Групи Carlsberg. Саме завдяки цьому, на нашу думку, КСВ української компанії відповідає європейським стандартам.

**Щ**е одним прикладом корпоративної соціальної відповідальності, метою якої є зменшення негативного впливу наданих послуг на суспільство є послуги мобільного зв'язку. «Київстар» – один з найбільших операторів на ринку мобільного зв'язку, один з найкращих брендів в Україні. За даними щорічного дослідження компанії Ericsson, мережа мобільного зв'язку «Київстар» є однією з найкращих у Європі і охоплює всі великі та малі міста України, а також понад 28 тис. сільських населених пунктів.

Мережа широкопasmового Інтернету (послуга «Домашній Інтернет») функціонує у 138 містах України. «Київстар» є лідером на ринку мобільного Інтернету та одним з найбільших провайдерів фіксованого Інтернету: обслуговує понад 6,6 млн користувачів мобільного та 0,5 млн користувачів фіксованого Інтернету [7, с. 72].

Корпоративна соціальна відповідальність «Київстар» – це ведення бізнесу в гармонії із суспільством, добровільно взяті зобов'язання компанії та активна участь у соціальному і економічному розвитку України [8]. Тому активно розвиваючи послуги з доступу до мобільного та фіксованого Інтернету, компанія відповідально визначила не лише переваги для бізнесу, а й ризики, які можуть виникнути для потенційних клієнтів, особливо найменших користувачів інтернет-послуг.

У 2009 р. «Київстар» спільно з Інститутом соціології НАН України здійснила перше в Україні дослідження щодо суспільного ставлення до питання безпеки в інтернеті. За результатами виявилось, що близько 28%

дітей, побачивши в Мережі рекламу алкоголю або тютюну, хоч раз спробували їх купити, 11% – намагалися купити наркотики. Крім того, 22% дітей періодично потрапляють на сайти для дорослих, 17% – погоджуються повідомити особисту інформацію в он-лайн [7, с. 72].

Проведені дослідження продемонстрували наявність актуальної соціальної проблеми, яка стрімко стає все більш масштабною з огляду на високу швидкість розвитку мобільного та фіксованого Інтернету в Україні.

У 2009 р. «Київстар» ініціював довгострокову соціальну програму «Безпека дітей в інтернеті», спрямовану на формування культури безпечної онлайн-поведінки серед українських дітей і дорослих.

Перш за все, «Київстар» урегулював питання продажу «дорослого» контенту, азартних онлайн-ігор, реклами тютюну та алкоголю на власних web і war-ресурсах, добровільно відмовившись від значного обсягу потенційного прибутку. Крім того, телеком-оператор зобов'язав дотримуватися цих правил і контент-провайдерів, підписавши відповідні вимоги у договорах з усіма партнерами.

Спільно з Інститутом психології ім. Г. С. Костюка НАПН України у 2010 р. «Київстар» видав перший в Україні науково обґрунтований посібник для батьків «Діти в інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі». Посібник було рекомендовано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України для використання в школах.

Розвиваючи послугу з доступу до фіксованого Інтернету, «Київстар» підписав у 2011 р. Меморандум про співпрацю з Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України. У межах партнерських домовленостей компанією розпочато програму інтернетизації українських шкіл для надання учням безпечного доступу до сучасних навчальних інформаційних ресурсів Мережі. У межах цієї програми послуги Інтернету надаються безкоштовно, але стає зрозумілим, що цей захід – ефективна інвестиція у рекламу та репутацію компанії.

**М**ожна зробити висновок, що корпоративна соціальна відповідальність – це, свого роду, добровільна, усвідомлена плата підприємства за використання ресурсів чи негативні наслідки через виробництво, споживання продукції чи послуг; а також інвестиція у подальший розвиток підприємства завдяки розширенню ринків збуту, збільшенню обсягів реалізованої продукції.

Світовим орієнтиром щодо впровадження відповідальної громадянської позиції корпорацій є Глобальний договір ООН, до якого вже приєдналися учасники більш ніж із 100 країн світу. Його мета – популяризація та залучення корпорацій у вирішенні глобальних проблем суспільства.

Глобальний договір своїм першочерговим завданням вважає демонстрацію і забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків. Наголошує, що ділова практика, яка спирається на універсальні принципи, сприяє більшій стійкості, справедливості і презентабельності глобального ринку і сприяє формуванню успішних і процвітаючих суспільств.

Діяльність учасників договору ґрунтується на добровільній ініціативі ведення чесного, прозорого бізнесу, надання публічної звітності та дотримання 10 принципів Глобального договору у сферах прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією, а саме:

**Права людини:**

- ✦ ділові кола повинні підтримувати та поважати захист проголошених на міжнародному рівні прав людини;
- ✦ ділові кола не повинні бути причетними до порушень прав людини.

**Трудові відносини:**

- ✦ ділові кола повинні підтримувати свободу об'єднання та реальне визнання права на укладення колективних договорів;
- ✦ ділові кола повинні виступати за ліквідацію всіх форм примусової та обов'язкової праці;
- ✦ ділові кола повинні виступати за повне викорінення дитячої праці;
- ✦ ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері праці та зайнятості.

**Навколишнє середовище:**

- ✦ ділові кола повинні підтримувати підхід до екологічних питань, заснований на принципі обачливості;
- ✦ ділові кола повинні вживати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища;
- ✦ ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

**Протидія корупції:**

- ✦ ділові кола повинні протистояти всім формам корупції, включаючи хабарництво [5].

Безумовно, дотримання цих основних принципів та втілення їх у корпоративну стратегію, корпоративну

культуру ведення відповідального та інноваційного бізнесу сприятиме активному вирішенню соціальних, економічних, екологічних проблем суспільства та сталому розвитку регіонів. На нашу думку, механізм ефективного функціонування корпоративної соціальної відповідальності в економічній системі держави можна відобразити у такій схемі (рис. 1).

Схема концепції функціонування КСВ в економічній системі суспільства має три ключові суб'єкти, а саме: держава, підприємство та працівник. У процесі взаємозв'язку цих суб'єктів виникають прямі та зворотні зв'язки, які створюють замкнутий ланцюг взаємовигідного функціонування. Це, у свою чергу, створює синергетичний ефект в процесі вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем суспільства.

**ВИСНОВКИ**

Розглянута практика реалізації корпоративної соціальної відповідальності свідчить про актуальність, необхідність і результативність нової політики ведення бізнесу.

Корпоративна соціальна відповідальність – конкурентна перевага успішно функціонуючого підприємства, завдяки якій невиробничі витрати підприємства примножують його ринкову вартість за рахунок колективного інтелектуального капіталу та гудвілу, конкурентоспроможність продукції, послуг, і сприяють вирішенню соціальних, екологічних та економічних проблеми суспільства.

У сучасних умовах в Україні потенційну можливість здійснювати КСВ мають лише великі підприємства з найбільш прибуткових видів економічної діяльності, які так чи інакше негативно впливають на навколишнє середовище чи суспільство.

Регіональне розташування великих і середніх підприємств сприятиме розвитку як розвинених регіонів, так й економічно не розвинених областей у разі реалізації корпоративної соціальної відповідальності підприємствами.



Рис. 1. Схема концепції функціонування КСВ в економічній системі суспільства

На етапі становлення та розвитку цього явища необхідна підтримка держави. Соціально відповідальні дії підприємства не завжди економічно вигідні, принаймні в короткостроковій перспективі. Тому в інтересах держави закріплення ринкових стимулів для КСВ шляхом організації державних закупівель та інвестицій.

Наступним кроком у розвитку корпоративної соціальної відповідальності завдяки поширенню позитивного досвіду великих підприємств може бути створення потенціалу для впровадження КСВ у діяльність посередників, середнього та малого бізнесу. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Корпоративная социальная ответственность: от европейского эталона к белорусским реалиям [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://isefi.by>
2. Commission of the European Communities. Green Paper [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eur-lex.europa.eu>
3. Инициатива ИнФокус по корпоративной социальной ответственности (КСО): стратегические ориентиры [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.ilo.org>
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. United Nations. Global Compact [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unglobalcompact.org/>

6. Звіт із КСВ 2010 – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.carlsbergukraine.com>
7. Практики КСВ в Україні 2012 / Під ред. М. А. Саприкіної ; Центр «Розвиток КСВ». – К., 2012. – 126 с.
8. Соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kyivstar.ua>

#### PREFERENCES

- “Commission of the European Communities. Green Paper” <http://eur-lex.europa.eu>
- “Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy” [State Statistics Service of Ukraine]. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- “Initsiativa InFokus po korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti (KSO): strategicheskie orientiry” [Infocus initiative on corporate social responsibility (CSR): strategic orientations]. <http://www.ilo.org>
- “Korporativnaia sotsialnaia otvetstvennost: ot evropeyskogo etalona k belorusskim realiiam” [Corporate social responsibility: from the European reference to the Belarusian realities]. <http://isefi.by>
- Praktyky KSV v Ukraini 2012 [CSR Practices in Ukraine in 2012]. Kyiv: Tsentri Rozvytok KSV, 2012.
- “Sotsialna vidpovidalnist” [Social Responsibility]. <http://www.kyivstar.ua>
- “United Nations. Global Compact” <http://www.unglobalcompact.org/>
- “Zvit iz KSV 2010 – 2011” [CSR Report 2010 - 2011]. <http://www.carlsbergukraine.com>

УДК 331.22

## АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО КОНСТРУЮВАННЯ КОМПЕНСАЦІЙНОГО ПАКЕТА: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ

ЦИМБАЛЮК С. О.

УДК 331.22

### Цимбалюк С. О. Аналіз наукових підходів до конструювання компенсаційного пакета: теоретико-прикладні аспекти

У статті розглянуто теоретичні та методологічні питання надання найманим працівникам компенсаційного пакета. Досліджено наукові погляди на конструкцію компенсаційного пакета. На основі узагальнення розглянутих поглядів різних вчених виокремлено підходи до формування набору компенсацій. Перший підхід – до компенсацій належать грошові винагороди; другий – матеріальні (грошові й негрошові) винагороди; третій – матеріальні та нематеріальні винагороди; четвертий – частина благ соціального характеру. Обґрунтовано, що саме третій підхід до конструювання пакета компенсацій забезпечує комплексний підхід до формування системи винагород і відповідає сучасним трендам у практиці економічної діяльності та системі соціально-трудових відносин.

**Ключові слова:** компенсація, компенсаційний пакет, заробітна плата, винагорода, соціальні блага.

**Табл.:** 2. **Бібл.:** 18.

**Цимбалюк Світлана Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра управління персоналом та економіки праці, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, Київ, 03068, Україна)  
E-mail: [cymso@ukr.net](mailto:cymso@ukr.net)

УДК 331.22

### Цимбалюк С. А. Анализ научных подходов к конструированию компенсационного пакета: теоретико-прикладные аспекты

В статье рассмотрены теоретические и методологические вопросы предоставления наемным работникам компенсационного пакета. Исследованы научные взгляды на конструкцию компенсационного пакета. На основе обобщения взглядов различных ученых выделены подходы к формированию набора компенсаций. Первый подход – к компенсациям принадлежат денежные вознаграждения, второй – материальные (денежные и неденежные) вознаграждения, третий – материальные и нематериальные вознаграждения, четвертый – часть благ социального характера. Обосновано, что именно третий подход к конструированию пакета компенсаций обеспечивает комплексный подход к формированию системы вознаграждений и соответствует современным трендам в практике экономической деятельности и системе социально-трудовых отношений.

**Ключевые слова:** компенсация, компенсационный пакет, заработная плата, вознаграждение, социальные блага.

**Табл.:** 2. **Библ.:** 18.

**Цимбалюк Светлана Александровна** – кандидат экономических наук, доцент, кафедра управления персоналом и экономики труда, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, Киев, 03068, Украина)  
E-mail: [cymso@ukr.net](mailto:cymso@ukr.net)

UDC 331.22

### Tsymbalyuk S. A. Analysis of Scientific Approaches to Construction of a pay Package: Theoretical and Applied Aspects

The article considers theoretical and methodological issues of providing employees with a pay package. It studies scientific views on a construction of a pay package. Having generalised views of different scientists we specified approaches to formation of a set of compensations. The first approach – compensations include money remuneration, second – tangible (money and not money) remuneration, third – tangible and intangible remuneration, and fourth – benefits of the social character. We justify that namely the third approach to construction of the pay package ensures a complex approach to formation of a system of remuneration and corresponds with modern trends in the practice of economic activity and system of socio-labour relations.

**Key words:** compensation, pay package, wage, remuneration, social welfare.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 18.

**Tsymbalyuk Svetlana A.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Human Resource Management and Labour Economics, Kyiv National Economic University named after. V. Getman (pr. Peremogy, 54/1, Kyiv, 03068, Ukraine)  
E-mail: [cymso@ukr.net](mailto:cymso@ukr.net)