

УДК 005.35:330.14

JEL Classification: J29, M14, M52

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.3\(36\).142-147](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.3(36).142-147)

Н.В. Антоненко

Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

Корпоративна соціальна відповідальність в системі мотивації праці

Стаття присвячена дослідженню актуальних питань корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, що має вплив не тільки на стан соціально орієнтованої практики в системі мотивації праці, а і на сталий розвиток суспільства. Визначена сутність поняття “корпоративна соціальна відповідальність”, розглянуті теорії “корпоративного егоїзму”, “корпоративного альтруїзму”, “розумного егоїзму”. Запропоновані критерії, відповідність яким дозволяє вважати будь-який суб’єкт господарювання соціально відповідальним.

корпоративна соціальна відповідальність, мотивація персоналу, соціальне партнерство, соціальна орієнтація

Н.В. Антоненко

Національний транспортний університет, г. Киев, Украина

Корпоративная социальная ответственность в системе мотивации труда

Статья посвящена исследованию актуальных вопросов корпоративной социальной ответственности бизнеса, влияющей не только на состояние социально ориентированной практики в системе мотивации труда, а и на устойчивое развитие общества. Определена сущность понятия “корпоративная социальная ответственность”, рассмотрены теории “корпоративного эгоизма”, “корпоративного альтруизма”, “разумного эгоизма”. Предложены критерии, в случае соответствия которым любого субъекта хозяйствования можно считать социально ответственным.

корпоративная социальная ответственность, мотивация персонала, социальное партнерство, социальная ориентация

Постановка проблеми. На сьогодні невирішеною проблемою в Україні є питання формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, оскільки власники бізнесу, практично, не вкладають коштів у відтворення робочої сили. Нагальним є питання створення в Україні реально діючого механізму стимулювання соціальної відповідальності бізнесу, що має вплив не тільки на стан соціально орієнтованої практики в системі мотивації праці, а і на сталий розвиток суспільства. Проте, невизначеним і недостатньо дослідженим є термін “корпоративна соціальна відповідальність”, а також поняття “соціальна відповідальність”. Актуальність дослідження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в Україні підвищується тим, що усвідомлення важливості соціальної відповідальності не приходить автоматично, а вимагає проходження країною певних історичних періодів, які формують у корпоративних власників філософію соціального партнерства [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням корпоративної соціальної відповідальності присвячені роботи багатьох вчених. Вагомий внесок у дослідження особливостей соціально орієнтованої діяльності суб’єктів господарювання внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: І.Ю. Беляєва [6], Ю. Благоев, Л.А. Грицина, Ф. Євдокімов, А.М. Колот [4], Ф. Котлер, С. Літовченко, Г. Назаров, Л. Ненсі, В. Нижник, О. Осінкіна, І. Петрова, А.Г. Зінченко, Ю. Саєнко, О. Степанова, Н.А. Супрун, С.В. Туркін [9], О. Філіпченко, П. Друкер, Т. Бредгард, А. Керолл [11], М. Мескон, Дж. Мун та ін. Необхідно відзначити основні здобутки провідних вчених у питаннях формування корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Так, А. Керолл [11] заклав теоретичні основи наукового аналізу соціально відповідальної діяльності, створивши так звану “піраміду соціальної відповідальності”; Мілтон Фрідман [10] є автором теорії “корпоративного егоїзму”, згідно з якою єдиною відповідальністю бізнесу є збільшення прибутку для своїх акціонерів, а вся його соціальна діяльність направлена на досягнення економічного результату. Проблема формування у корпоративних власників філософії соціально відповідального бізнесу знайшла своє вирішення в монографії М.П. Буковинської [5].

Проте, в науковому середовищі існує суттєва розбіжність у поглядах вчених щодо понятійних засад і складових корпоративної соціальної відповідальності. У зв'язку з цим виникає необхідність у теоретичних дослідженнях мотиваційного механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством будь-якого типу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретико-методичних основ формування корпоративної соціальної відповідальності в системі мотивації праці персоналу підприємств різних форм власності.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані та вирішені наступні завдання: поглиблено теоретичні підходи до визначення сутності поняття “корпоративна соціальна відповідальність”; сформульовані критерії, що визначають організацію як соціально відповідальну інституцію.

Виклад основного матеріалу. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) світовою спільнотою визначається як “відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Соціальна відповідальність — це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та довкілля в усіх аспектах своєї діяльності” [8]. Своє визначення соціальної відповідальності бізнесу має С.В. Туркін: “Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем” [9].

Зростання соціальної ролі бізнесу обумовило вживання поряд із поняттям “соціальна відповідальність бізнесу” терміну “корпоративна соціальна відповідальність”. КСВ в дослідженнях вчених має різні назви – “корпоративне громадянство”, “соціальна відповідальність бізнесменів”, “корпоративна соціальна чуттєвість”, “корпоративна соціальна діяльність”, “етика бізнесу”, “соціально орієнтована практика”. Узагальнення базових ознак і формулювання визначення поняття “корпоративна соціальна відповідальність” належить А. Кероллу, який запропонував КСВ вважати “ядром” соціально орієнтованої практики [11]. А. Керолл розглянув підхід до визначення КСВ за допомогою моделі, яка отримала назву “піраміда А. Керолла”. В її основі лежить економічна відповідальність суб'єкта господарювання, надбудовою є правова відповідальність, яка полягає у дотриманні керівниками і власниками підприємств існуючих законодавчих актів. Наступною сходинкою в піраміді виступає етична відповідальність, яка передбачає дотримання етичних норм відповідно до суспільних очікувань. Завершує “піраміду” філантропічна відповідальність, яка полягає в тому, що компанія добровільно направляє свою діяльність на розвиток і підтримку соціальних програм. При цьому компанія виступає у ролі “корпоративного громадянина” і дискреційна відповідальність є свідченням відповідального ставлення власників компанії до потреб зовнішнього і внутрішнього

середовища функціонування бізнесу. Базуючись на розробках А.Керолла, в науковій літературі виділено три підходи до розуміння КСВ за рівнем сприйняття ідеї соціальної відповідальності: “корпоративний егоїзм”, “розумний егоїзм”, “корпоративний альтруїзм” [1].

Розглянемо детальніше кожен із підходів до розуміння поняття КСВ. Теорія “корпоративного егоїзму” була розроблена в 1971 році Мілтоном Фрідманом [10]. Сутність “корпоративного егоїзму” полягає в тому, що основною метою діяльності будь-якого підприємства за цим підходом є збільшення прибутку даного суб’єкта господарювання, яке дозволяє здійснити виплати дивідендів власникам та акціонерам. Максимізація прибутку компанії також тісно пов’язана із розвитком суспільства, оскільки зростання доходів підприємства є інструментом суспільного розвитку. Завдяки збільшенню прибутку зростає не тільки оплата праці персоналу підприємства, а й збільшуються надходження податків до бюджету, впроваджуються сучасні інформаційні технології ведення бізнесу [5].

Друга теорія – це теорія розумного егоїзму. Згідно з нею, елементом стратегічного розвитку підприємства є соціальна відповідальність компанії, що впливає на майбутні втрати прибутку. КСВ з позиції розумного егоїзму полягає у довгостроковому інвестуванні прибутку у заходи, що забезпечують безпеку, конкурентоздатність та привабливість підприємства.

Теорія корпоративного альтруїзму виникла практично одночасно з теорією корпоративного егоїзму, проте повністю суперечить її положенням. Основною концепцією цієї теорії є обов’язок бізнесу поліпшувати якість життя персоналу компанії, територіальної громади, населення країни в цілому.

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що існує ряд національних моделей соціальної відповідальності бізнесу, серед яких найбільше розповсюдження мають європейська, британська, американська та японська системи КСВ [6].

Зарубіжними вченими пропонується здійснювати моніторинг і контроль корпоративної соціальної відповідальності компанії за такими групами показників: інтегральними показниками поведінки компанії на ринку; показниками соціальної відповідальності перед персоналом; групою показників, що характеризують ступінь забруднення навколишнього середовища; показниками ступеня залучення бізнесу до громадського життя [7].

В країнах заходу використовуються наступні критерії, відповідність яким дозволяє вважати будь-який суб’єкт господарювання соціально відповідальним: вчасна і в повному обсязі сплата податків, виконання вимог законодавства різних рівнів; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація програм підвищення кваліфікації співробітників; реалізація корпоративних медичних програм щодо охорони здоров’я співробітників та профілактики захворювань; реалізація корпоративних програм морального стимулювання працівників компанії; реалізація спонсорських і благодійних проектів; заходи по формуванню позитивної суспільної думки про бізнес [3].

В Україні при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі в 2017 році створено Національний контактний пункт з питань сприяння наданню рекомендацій (керівних принципів) для багатонаціональних підприємств (НКП). Цей контактний пункт створено у рамках Декларації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) про міжнародне інвестування та багатонаціональні підприємства в Україні. Для забезпечення функціонування НКП у 2018 році створено Міжвідомчу робочу групу, яка складається із представників міністерств, бізнес-асоціацій та

громадських організацій. Національний контактний пункт контролює просування і порушення Керівних принципів ОЕСР для багатонаціональних підприємств. На другому “Форумі відповідального бізнесу”, який відбувся в Україні 5 жовтня 2019, розглянуті Керівні принципи ОЕСР, а також удосконалені показники соціально відповідального бізнесу, викладені в Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу [2]. Згідно Меморандуму в Україні для аналізу рівня корпоративної соціальної відповідальності рекомендовані такі групи показників як: відповідальність перед постачальниками; відповідальність перед споживачами; відповідальність перед персоналом; екологічна відповідальність і показники ступеня відповідального ставлення організації до суспільства. Вищенаведені групи показників відповідають десяти принципам Глобального договору ООН, документам ЄС, законодавству України. На сьогоднішній день перед Україною гостро постало завдання вийти на шлях сталого соціально-економічного розвитку, який в сучасних умовах неможливий без ефективного використання людського капіталу. Тому забезпечення гідної праці персоналу підприємств різних форм власності шляхом впровадження корпоративної соціальної відповідальності набуває першочергового значення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дозволяє запропонувати наступне визначення поняття “корпоративна соціальна відповідальність” – це тристоронні відносини влади, суспільства і бізнесу щодо соціальної сфери, які полягають у поєднанні соціально відповідальних підходів до ведення бізнесу з вирішенням соціальних проблем компанії та суспільства шляхом надання корпоративних ресурсів. До критеріїв, що визначають організацію як “соціально відповідальну інституцію” доцільно віднести: показники, що відображають формування позитивної суспільної думки про бізнес; стан дотримання законодавчо встановлених соціально-трудова прав і гарантій працівників; своєчасність сплати податків; реалізацію програм підвищення кваліфікації співробітників та корпоративних медичних програм щодо охорони здоров'я; реалізацію корпоративних програм морального стимулювання працівників компаній; реалізацію спонсорських і благодійних проектів.

Одним із напрямків подальших досліджень є питання уніфікації нефінансових соціальних звітів (звітів з корпоративної соціальної відповідальності). На сьогодні в Україні соціальний звіт складається у вільній формі за показниками, які самостійно визначаються організацією. Формат такої звітності не дозволяє узагальнювати показники стану корпоративної соціальної відповідальності компаній у місті, в регіоні, у галузі в цілому. В Україні наразі відсутні науково обґрунтовані критерії оцінки корпоративної соціальної відповідальності компаній, а це, в свою чергу, вимагає уточнення формулювань, визначення інтегральних показників стану розвитку соціальної орієнтації компаній, що і визначатиме напрями подальших досліджень.

Список літератури

1. Гриненко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: складові та підходи до оцінки ефективності. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkpnuen_2012_6_98.pdf (дата звернення 03.11.2019)
2. Другий “Форум відповідального бізнесу” URL: <https://ncp.gov.ua/drugiy-forum-vidpovidalnogo-biznesu.html> (дата звернення 02.11.2019).
3. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2018. URL: http://cygnet.ua/bitrix/uploads/2019/02/08.02.19_Zvit-pro-KSV-za_2018-rik-web.pdf (дата звернення 02.11.2019).

4. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудова відносинами*. 2013. № 2 (6). С. 6–16.
5. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу: монографія / під загальною редакцією М.П. Буковинської. К.: ЦП «Компрінт». 2015. 297с.
6. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. М.: КноРус, 2008. С. 23.
7. Сасенко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. Київ, 2005. 30 с.
8. Соціальна відповідальність бізнесу. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу (дата звернення 01.11.2019).
9. Туркин С.В. Социальные инвестиции в бизнесе. М.: Русский университет, 2003. 237 с.
10. Фридман М. Капитализм и свобода. М.: Новое издательство, 2006. 240 с.
11. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. №38 (3). P. 268–295.

References

1. Hrynenko, A.M. (2012). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: skladovi ta pidkhody do otsinky efektyvnosti. [Corporate social responsibility: components and approaches to performance evaluation]. *irbis-nbuv*. *irbis-nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkpnuen_2012_6_98.pdf [in Ukrainian].
2. Druhyi "Forum vidpovidalnoho biznesu" [Second "Responsible Business Forum"]. *hncp.gov.ua*. Retrieved from <https://ncp.gov.ua/drugiy-forum-vidpovidalnogo-biznesu.html> [in Ukrainian]
3. Zvit pro korporatyvnu sotsialnu vidpovidalnist za 2018 [Corporate Social Responsibility Report for 2018] *cygnet.ua*. Retrieved from http://cygnet.ua/bitrix/uploads/2019/02/08.02.19_Zvit-pro-KSV-za_2018-rik-web.pdf [in Ukrainian].
4. Kolot, A.M. (2013). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist i problemy yii sprymannia suspilstvom. [Corporate social responsibility and problems of its perception by the society]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny – Social and labor relations*, 2 (6), 6–16 [in Ukrainian].
5. Bukovynskaya, M.P. (Ed.). (2015). *Corporate social responsibility of business*. Kyiv: TsP «Komprint».
6. Belyaeva, I., & Eskindarov, M. (Eds.). (2008). *Corporate social responsibility: management aspect*. Moscow: KnoRus.
7. Saienko, Yu. (2005). *Sotsialna vidpovidalnist biznesu: rozuminnia ta vprovadzhenia [Social responsibility of business: understanding and implementation]*. Kyiv [in Ukrainian].
8. Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Corporate social responsibility]. *wikipedia.org*. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Sotsialna_vidpovidalnist_biznesu [in Ukrainian].
9. Turkin, S.V. (2003). *Sotsialnye investitsii v biznese [Social investment in business]*. Moscow: Russkiy universitet [in Russian].
10. Fridman, M. (2006). *Kapitalizm i svoboda [Capitalism and freedom]*. M.: Novoe izdatelstvo [in Russian].
11. Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*, №38 (3), 268–295 [in English].

Nadia Antonenko

National Transport University, Kiev, Ukraine

Corporate Social Responsibility in the System of Labor Motivation

The article deals with topical issues of researching corporate social responsibility of business, which has an impact not only on the state of socially oriented practice in the system of work motivation, but also on the sustainable development of society. The purpose of the article is to investigate the theoretical and methodological foundations of corporate social responsibility formation in the system of work motivation of the personnel of enterprises of different forms of ownership. The essence of the concept of "corporate social responsibility" is defined, the approaches to understanding of corporate social responsibility by the level of perception of the idea of social responsibility are considered in detail: "corporate selfishness", "reasonable selfishness", "corporate altruism".

It has been proven that there are a number of national models of corporate social responsibility, of which the European, British, American and Japanese corporate social responsibility systems are most prevalent.

It is proposed to monitor and control the corporate social responsibility of the company by the following groups of indicators: integrated indicators of company behavior in the market; indicators of social responsibility to the staff; a group of indicators characterizing the degree of environmental pollution; indicators of the degree

of involvement of business in public life. The study identifies the criteria that allow any economic entity to be considered socially responsible, namely: timely and full payment of taxes, compliance with the requirements of legislation at different levels; production and sale of quality products; implementation of training programs for employees; implementation of corporate medical programs on employee health and disease prevention; implementation of corporate programs of moral incentive for company employees; implementation of sponsorship and charity projects; measures to form a positive public opinion about business.

It is noted that for today in Ukraine the social report is prepared in a free form according to indices determined independently by the organization. The format of such reporting does not allow us to summarize the corporate social responsibility indicators of companies in the city, in the region, in the industry as a whole. In Ukraine, there are currently no scientifically sound criteria for assessing corporate social responsibility, and this, in turn, requires clarification of wording, definition of integral indicators of the state of development of social orientation of companies. Thus, one area of further research is the unification of non-financial social reports (corporate social responsibility reports).

corporate social responsibility, staff motivation, social partnership, social orientation

Одержано (Received) 07.11.2019

Прорецензовано (Reviewed) 26.11.2019

Прийнято до друку (Approved) 23.12.2019