

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА**

**ДЄЛІНІ М.М.**

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
*ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ***

*монографія*

**Київ, 2017**

**УДК 316.334.23 – 029:3:33**  
**Д 94**

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради  
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова  
МОН України (протокол № 7 від 29.11.2017 р.)

***Рецензенти:***

**Маргасова В. Г.**, д-р екон. наук, професор, Чернігівський національний технологічний університет МОН України, завідувача кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту;

**Мінакова С. М.**, д-р екон. наук, доцент, член-кореспондент ТAU, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (м. Одеса), старший науковий співробітник;

**Овчаренко Є. І.**, д-р екон. наук, доцент, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля МОН України(м. Сєвєродонецьк), завідувач кафедри менеджменту та маркетингу.

**Дєліні М.М.**

**Соціально-економічна відповідальність підприємництва: теорія, методологія, напрямки розвитку: [монографія] / М. М. Дєліні.** – Краматорськ: ДДМА, 2017. – 451 с.

**ISBN 978-966-379-828-8**

У монографії досліджено процес становлення та розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні та напрями регулювання державою зазначеного процесу; обґрунтовано розподіл основних функцій між державою та підприємництвом у реалізації функції відповідальності; визначено кількісні та якісні показники оцінки рівня соціально-економічної відповідальності держави та підприємництва. На підставі обґрунтування новітньої методологічної бази регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці та на основі дослідження зарубіжного досвіду, який може бути пристосований до вітчизняних реалій, розроблено методичні підходи та науково-практичні рекомендації для трансформації інституційних засад механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. Рекомендується вченим і фахівцям, докторантам і аспірантам, які займаються дослідженнями питань соціально-економічної відповідальності підприємництва.

**УДК 316.334.23 – 029:3:33**

**ISBN 978-966-379-828-8**

© М.М. Дєліні, 2017

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	5
<b>1. 1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ</b> .....	12
1.1. Теоретичні засади відповідальності підприємництва: мультимірний аспект.....	12
1.2. Надбання та обмеженість ідей корпоративної соціальної відповідальності в сучасному світі.....	44
1.3. Інструментарій реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва.....	80
<i>Висновки до розділу 1</i> .....	114
<b>2. МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ</b> .....	118
2.1. Генезис та еволюція механізму забезпечення відповідальності підприємництва та держави.....	118
2.2. Сучасні інституційні моделі поєднання зусиль держави та підприємців в реалізації функції відповідальності.....	145
2.3. Методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва.....	170
<i>Висновки до розділу 2</i> .....	207
<b>3. МЕТОДИЧНЕ ТА АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b> .....	211
3.1. Кількісні та якісні характеристики реалізації політики соціально-економічної відповідальності держави.....	211

3.2. Обґрунтування методичного підходу до оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва.....	254
3.3. Соціально-економічна відповідальність бізнесу в Україні та світі: аналіз стану реалізації.....	295
<i>Висновки до розділу 3.....</i>	317
<b>4. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ НАПРЯМІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗАСАД ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>321</b>
4.1. Кращі практики зарубіжного досвіду реалізації інституційного забезпечення соціально-економічної відповідальності підприємництва.....	321
4.2. Пріоритети трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємства.....	349
4.3. Структура механізму соціально-економічної відповідальності підприємства в національній економіці.....	366
<i>Висновки до розділу 4.....</i>	393
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>397</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>402</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>447</b>

## ПЕРЕДМОВА

Світовий економічний розвиток постіндустріального типу потребує удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування та розвитку національних економік. Однією із головних складових такого механізму виступає корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), яка є комплексним поняттям. Сьогодні все більше підприємств, організацій, вчених, практиків цікавляться питаннями корпоративної соціальної відповідальності, що пояснюється соціальною орієнтованістю підприємців через появу новітніх форм та інструментів ведення бізнесу задля досягнення цілей компаній. У розвинутому суспільстві підприємці доходять висновку, що звичайне отримання прибутку вже не є кінцевою метою їхнього функціонування, і налаштовані на урахування потреб індивідів та суспільства. Сучасні корпорації та підприємства функціонують в соціальному і політико-культурному середовищі і не можуть ігнорувати інтереси суспільства, перед яким несуть соціальну відповідальність. Підприємці все більше розуміють важливість розвитку соціальної відповідальності для розвитку власного бізнесу, а громада і кожний окремий індивід виступають реципієнтами дій бізнесу, що отримують позитивні наслідки. З огляду на багатогранність наукових поглядів на корпоративну соціальну відповідальність актуальності набуває їх систематизація, аналіз та можливості застосування в бізнес-процесах. Запропоноване в даній монографії поняття соціально-економічної відповідальності підприємництва означає підвищення значення економічної компоненти в соціальній відповідальності бізнесу.

Формування ефективного механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва (СЕВП) започатковується на національному рівні, тобто на рівні держави, яка має усі важелі для побудови та розвитку суспільства загального добробуту в умовах сталого розвитку на засадах соціально-економічної відповідальності підприємництва.

Фундаментальною базою для проведеного теоретичного дослідження стали роботи відомих вітчизняних вчених, а саме: А. І. Андрющенко, Т. Р. Антошко, Л. В. Батченко, О. А. Безрукової, Н. П. Борецької, С. В. Бурлуцького, Н. В. Водницької, Н. Ю. Волосковець, Н. М. Градюк, О. А. Грیشнової, М. Є. Дейч, Г. В. Жосан, А. М. Колота, А. А. Кравченко, М. О. Кужелева, Т. І. Лункіної, Е. М. Лібанової, І. В. Лебедева, Я. А. Ляшка, М. В. Мельникової, О. Ф. Новікової, О. В. Прокопенко, О. М. Романухи, С. В. Смерічевської, М. І. Сухотеріної, В. М. Шаповал, а також зарубіжних вчених: О. Балч [O. Balch], Дж. Бруннер [G. Brunner], К. Буманн [K. Buhmann], М. Захід [M. Zahid], А. Керролл [A. Carroll], М. Кітцмюллер [M. Kitzmueller], Ф. Котлер [Ph. Kotler], Н. Лі [N. Lee], Юн Ма [Jun Ma], П. Мазуркевич [P. Mazurkiewicz], Дж. Муліх [J. Mullich], М. Портер [M. Porter], Т. Н. Савіна, А. Сміт [A. Smith], А. Форте [A. Forte], М. Фрідмен [M. Friedman], Й. Шумпетер [J. Schumpeter]. Однак, не зважаючи на активні наукові пошуки у цьому напрямі, комплексне дослідження означеної проблематики не завершене та потребує подальшого дослідження.

Актуальність зазначених проблем, їх теоретична і практична значущість визначили *мету монографії*: розробка теоретико-методологічних засад, методичних підходів і практичних рекомендацій щодо трансформації інституційних засад формування механі-

зму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці України.

Досягненню мети сприяла структура монографії і логіка викладення основних завдань, а саме:

теоретично обґрунтувати зміст відповідальності суб'єктів підприємництва в національній економічній системі;

визначити передумови соціально-економічної відповідальності підприємництва;

структурувати форми, напрями, принципи та інструменти реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва;

проаналізувати витоки та еволюцію механізму забезпечення відповідальності підприємництва та держави;

окреслити подібність та відмінності сучасних інституційних моделей сполучення зусиль держави та підприємців в реалізації функції відповідальності;

запропонувати методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва;

визначити кількісні та якісні характеристики реалізації політики соціально-економічної відповідальності;

удосконалити методичний підхід до оцінки результативності реалізації діючого механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва;

узагальнити кращі зарубіжні практики реалізації інституційного забезпечення СЕВП;

удосконалити структуру механізму СЕВП;

запропонувати інституційне забезпечення механізму СЕВП.

Наукове значення виконаного дослідження полягає в розробці й обґрунтуванні трансформації інституційних засад формування

механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці. Викладені в дослідженні основні положення підлягають широкому застосуванню як для проведення подальших досліджень, так і у практичній діяльності.

Оригінальний авторській підхід простежується під час викладення матеріалу щодо моделі СЕВП в Україні, дослідження світового досвіду, зокрема у вивченні світових моделей КСВ та їх зв'язку із моделями соціальної політики, аналізі досвіду державного регулювання та реформування в розвинених країнах світу та країн, що розвиваються. На особливу увагу заслуговує аналіз рівня соціально-економічної відповідальності підприємств та держави, тенденцій розвитку Індексу людського розвитку та визначення основних етапів його змін в Україні.

Методологічною основою для монографії став логіко-діалектичний метод пізнання у поєднанні із основними науковими парадигмами пізнання, що створило базис для формування трансформаційних засад існуючого механізму СЕВП в Україні. Також методи комплексного та системного підходів лягли в основу визначення пріоритетів трансформації інституційних засад механізму СЕВП. Для виконання інших завдань застосовано методи синтезу, аналізу, дедукції, індукції, порівняння та історичний метод дослідження. Крім того, для виконання емпіричної частини використовувався статистичний метод та економіко-математичного моделювання за допомогою програми MS Excel.

Інформаційними джерелами стали законодавчі акти Верховної Ради України, Укази Президента України, постанови та розпорядження відповідних міністерств України, дані Державної служби статистики України, соціальні розділи фінансових звітів та нефінансові звіти підприємств, а також власні дослідження автора.

Монографія складається із 4-х розділів. У першому розділі «Соціально-економічна відповідальність підприємництва та її роль в розвитку національної економіки» розглянуто наукові витoki поняття відповідальності, соціальний аспект підприємництва та окреслено нову функцію підприємництва, проаналізовано основні теоретичні підходи до визначення соціальної відповідальності бізнесу, зауважено обмеженість цієї категорії та обґрунтовано необхідність підвищення значущості її економічної складової та уведення нової категорії «соціально-економічна відповідальність підприємства», яка включає в себе основні надбання соціальної відповідальності бізнесу та використання економічних важелів для досягнення мети СЕВП.

У другому розділі «Методологія формування механізму соціально-економічної відповідальності в національній економіці» проаналізовано еволюцію інституційних засад регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва у світі та в Україні. Визначено основні теоретичні засади, які почали створюватись із розвитком цього процесу. Досліджено сучасні інституційні моделі сполучення зусиль держави та підприємств в реалізації СЕВП, визначено напрями їх застосування для України. На основі дослідження основних наукових парадигм сформовано методологічний базис трансформації інституційних засад механізму СЕВП в Україні на основі функціоналістської, інтерепретативної та конструктивістської парадигм, що побудована на засадах соціальної справедливості та солідарності. Саме поєднання зазначених парадигм та теорій й лягло в основу формування нового механізму СЕВП в Україні.

Третій розділ «Методичне та аналітичне забезпечення оцінки соціально-економічної відповідальності в Україні» досліджує кіль-

кісні та якісні показники, за якими може бути оцінена СЕВП на рівні держави та на рівні підприємств. Проаналізовано основні результати державної соціально-економічної відповідальності за кількісними показниками, а також якісним, яким визначено Індекс людського розвитку України. Запропоновано авторську методику оцінки СЕВП, яка характеризує СЕВП за відповідальність перед групами стейкхолдерів. Аналіз нефінансових звітів бізнес-лідерів України за Індексом прозорості дав змогу представити аналітичний огляд основних соціально-відповідальних дій вітчизняних підприємств.

Четвертий розділ «Концептуалізація напрямів трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності в Україні» аналізує досвід розвинених країн Європи, США, Китаю та Індії, що дало змогу сформулювати пріоритети трансформації інституційних засад механізму СЕВП України на основі найкращих дослідницьких практик. Найбільш дієвим інструментом з боку держави вважається податкове стимулювання, що й лягло в основу запропонованого механізму. Також у цьому розділі представлено існуючий механізм СЕВП України, в якому було виявлено недосконалість та складність застосування одночасно. Аналіз законодавчої бази дав змогу виявити вузькі місця в цьому механізмі та сформулювати напрямки удосконалення. Наукові узагальнення визначили потребу розробки рекомендацій з удосконалення існуючого механізму СЕВП в Україні.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення і висновки, обґрунтовані автором у монографії, безпосередньо доведено до рівня конкретних практичних рекомендацій. Розроблені в науковому дослідженні положення складають методологічну базу для трансформації меха-

нізмів соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці та оцінки рівня соціально-економічної відповідальності підприємства для обрання стратегії розвитку СЕВП, а також призначені для використання в практиці управління персоналом як однією із груп стейкхолдерів, формування теоретико-методологічних засад та науково-методичних підходів до трансформації механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці. Складність та масштабність трансформаційних економічних процесів в Україні, суперечливий зміст поняття та підходу до соціально-економічної відповідальності підприємництва потребують розробки нових підходів до вироблення механізму СЕВП на національному рівні з урахуванням потреб та інтересів суспільства, існуючого механізму забезпечення СЕВП, досвіду країн, що досягли успіху в сфері реалізації СЕВП й на сьогодні залишають дану проблему актуальною та формують напрямки для подальших наукових розробок. Висновки та пропозиції, наведені у монографії, можуть бути корисними для підприємців, науковців аспірантів, фахівців з проблем соціальної відповідальності.

# **1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЇЇ РОЛЬ В РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

## **1.1. Теоретичні засади відповідальності підприємництва: мультимісний аспект**

Розвиток сучасного суспільства стикається з багатьма проблемами, зокрема економічного характеру, що пояснюється технологічним розвитком виробництва та технологій, які мають подвійний ефект – підвищують ефективність та рентабельність виробництва з одного боку, і забруднюють довкілля з іншого. Ведення такої суспільно-корисної діяльності, яка б рухала суспільство вперед, підвищуючи рівень його розвитку та добробуту, та не відкидала назад, змушуючи долати ризики втрати невідновлюваних природних ресурсів – нагальна задача доби для всього людства.

В останній третині ХХ століття сформувалася і в 1992 році була офіційно проголошена Всесвітньою конференцією глав держав і урядів у Ріо-де-Жанейро ідея сталого розвитку, яка передбачає одночасно вирівнювання рівня життя населення різних країн та його подальше зростання і скорочення споживання природних ресурсів та їх відтворення, особливо це стосується невідновлюваних природних речовин. Вчені зауважують, що альтернативи стратегії сталого розвитку людства немає [112].

На цей час сформувалося і загальновизнане визначення сталого розвитку – це модель економічного зростання, в якій використання ресурсів спрямоване на задоволення потреб людини при збереженні навколишнього середовища, так що ці потреби в розвитку можуть бути задоволені не тільки в сьогоденні, але й для майбутніх поколінь [115].

Головною умовою сталого розвитку є досягнення ринкової рівноваги, тобто такої симетричності процесів, що збалансовує деградацію і відновлення, розпад і з'єднання, розподіл та інтеграцію. В.П. Залуцький під соціально-економічним розвитком розуміє зміни соціальних та економічних показників під впливом реалізації рішень щодо використання соціально-економічного потенціалу, тобто пов'язує досягнення соціально-економічного розвитку з результатами взаємозв'язку між соціально-економічним потенціалом і рішеннями керівників щодо його використання. Концепція сталого розвитку з'явилася в результаті об'єднання трьох основних точок зору: економічної, соціальної та екологічної [278], які стали її трьома складовими: екологічною (збереження і поліпшення природного середовища); економічною (подальший гармонійний розвиток виробництва, продуктивних сил суспільства); соціальною (неухильне підвищення добробуту народів, вирівнювання рівня їх життя, неухильне поліпшення соціальних умов та стандартів) [112]. Вчені вважають, що саме таке бачення сталого розвитку є прийнятним для усіх народів.

В.В. Зубенко зауважує, що концепція сталого розвитку є соціально орієнтованою системою знань, яка спрямовується на збереження соціальної і культурної стабільності. На його думку, відсутність справедливості у розподілі ресурсів і можливостей між усіма членами людського суспільства унеможливорює стабільний економічний розвиток. Досягнення гідного життя і благополуччя для всіх громадян світу має стати головною метою світового співтовариства. Для стабільного розвитку в першу чергу необхідне створення більш рівноправного суспільства на всіх без винятку рівнях ринкової організації. Певний гарантований мінімальний рівень життя повинен бути невід'ємним правом будь-якого громадянина [134], що може характеризувати відповідальність держави перед

власним населенням як основного регулятора взаємовідносин в країні та керівника в забезпеченні основних соціальних гарантій.

Соціальна складова сталого розвитку орієнтована на людський розвиток, на збереження стабільності суспільних систем, на зменшення кількості конфліктів у суспільстві. Важливе досягнення не лише внутрішньо-, але й міжпоколінної справедливості, що проявляється в ідеї дотримання прав майбутніх поколінь. Адже природні ресурси є загальною спадщиною всього людства, включаючи як сучасників, так і майбутні покоління. Для досягнення стабільного розвитку природний фонд повинен передаватись наступним поколінням якомога менш вичерпанним. У цьому й проявляється орієнтованість концепції сталого розвитку на людину. У рамках концепції людського розвитку людина є не об'єктом, а суб'єктом розвитку і з огляду на це концепція передбачає розширення участі людини в процесах, які формують сферу її життєдіяльності, сприяють прийняттю і реалізації рішень, контролю їх виконання [133; 134]. Важливе значення для забезпечення цих умов має справедливий розподіл благ між людьми (зменшення так званого GINI-індексу), плюралізм думок та толерантність у відносинах між ними, збереження культурного капіталу і його розмаїття, насамперед спадщини не-домінуючих культур [270]. Отже, важливим в реалізації сталого розвитку стає саме людський розвиток, який передбачає активну діяльність самої людини в процесах управління своїм життям та який спрямовується на дотримання принципу справедливості та стабільності, що виявляється у раціональному використанні природних ресурсів (дотримання прав майбутніх поколінь) та збереження суспільних відносин та культурної спадщини в сучасному світі (підкування про сучасне покоління та орієнтація на сприйняття усіма народами) [93].

Соціальні домінанти сталого розвитку проявляються в одному з найактуальніших завдань сучасності – пошукові інструментарію подолання обмежень так званого суспільства споживання, де відбувається пригнічення особистості шляхом втрати раціонального споживчого попиту, спостерігається розрив між споживанням і задоволенням реальних потреб людини, формуються «хибні» потреби, визначальним мотивом яких стає незмірне бажання «мати» [211]. У вирішенні цієї задачі велику роль може відгравати підприємництво, яке спроможне реалізувати усі три складові концепції сталого розвитку й створити основу для підтримки людського розвитку на кожному підприємстві.

Сучасний розвиток України та світової економіки вимагає нових підходів до ведення бізнесу, поглядів на підприємництво. Соціальна відповідальність при цьому є одним з інструментів підвищення ефективності діяльності підприємства та покращення соціального стану працівників, населення та суспільства. У розвинених економіках майже вся діяльність бізнесу та урядових інституцій спрямована на розвиток людини чи суспільства загалом, що може проявлятися як у соціально-відповідальному веденні бізнесу, так і конкретних діях, спрямованих на поліпшення добробуту і окремої людини, так і населення взагалі [77].

У своїй основі соціальна відповідальність несе соціальну складову, що може бути охарактеризована як соціально-економічна. Економічна її сутність проявляється в спрямованості на отримання прибутку, а соціальна – в розвитку добробуту людей як прямим, так і опосередкованим чином.

Дослідженню сутності підприємництва та його соціально-економічної складової приділено увагу з боку вчених різних сфер, як економістів, так і соціологів та філософів, які вивчали це понят-

тя з різних боків. А саме: R. Cantillon, A. Smith, J.-B. Say, M. Weber, J. Schumpeter, J.M. Keynes, О.Я. Геліх, В.В. Томілов, А.А. Крупанін, Т.Д. Хакунов, Є. А. Кісельов, Г.Л. Багієв, А.Н. Асаул, О.Б. Коротич, Ю. Л. Орел, О. В. Рябічко, М. А. Тітовець, А. В. Дакус, Н.О. Сімченко та інші.

Для дослідження соціально-економічної компоненти підприємництва спочатку розглянемо саму категорію. Розкриваючи її сутність, дослідимо й соціально-економічний аспект підприємництва. Так, історично, перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися у XVII ст., хоча співтовариства підприємців, які склалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше. Вперше поняття «підприємець» у науковий обіг ввів англійський економіст Річард Кантільйон (R. Cantillon), який зробив систематичний аналіз підприємництва, сутність якого полягала в вивченні ролі підприємства в національній економіці та господарській ролі підприємця взагалі. Вагомий внесок у дослідження феномену підприємництва протягом XVIII-XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт (A. Smith), Ж.Б. Сей (J.-B. Say), А. Маршалл (A. Marshall), Й. Шумпетер (J. Schumpeter) та ін. [149].

Р. Кантільйон розглядав підприємництво через ризик. На його думку, підприємець – це людина, яка бере на себе ризик, пов'язаний з організацією нового підприємства чи з розробкою нової ідеї, нової продукції чи нового виду послуг, які пропонуються суспільству [39]. Отже, він бачив підприємництво як діяльність з виробництва в тому чи іншому вигляді. Слід зауважити, що він та інші представники економічної теорії тих часів більше виділяли саме економічний аспект підприємництва, хоча й соціальний простежується в тому, що продукція чи послуга пропонується суспільству, тобто зроблена для людей.

Інший видатний вчений-економіст – А. Сміт – характеризує підприємця і його роль в економіці, як реалізатора ризикованих комерційних ідей (тут також простежується фактор ризику). За Смітом підприємець сам вносить капітал, планує, організовує виробництво і розпоряджається результатами своєї праці. Його прибуток – це компенсація власника за ризик [303]. Тобто, він у своїй праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» розглядає підприємця як власника, який ризикує своїм капіталом заради прибутку, який покриває витрати, витрачені на ресурси для виготовлення продукту обміну, а також виплати заробітної плати найнятим працівникам [145]. У нього вже йде мова про заробітну плату, що виконує не тільки економічну, але й соціальну функцію, забезпечуючи їх добробут, надаючи можливість для підвищення якості життя. Крім того, підприємець у нього виступає тим, хто ризикує власним капіталом задля забезпечення соціальної функції підприємництва.

Ж. Б. Сей бачив підприємництво як раціональну комбінацію факторів виробництва в даній точці ринкового простору. Підприємець, для нього, людина, що організує людей в рамках виробничої одиниці. Підприємець стоїть в центрі процесу виробництва і розподілу, а в основі підприємницької діяльності лежить здатність організувати виробництво і збут продукції [6].

Його бачення підприємництва не сильно відрізняється від визначень Р. Кантільона та А. Сміта, що пояснюється часом наукових досліджень та ступенем розвитку економічної, політичної та суспільної думки. В ті часи більше уваги приділялось саме економічній складовій, ніж соціальній частині підприємництва, яке отримало свій розвиток пізніше. Але й в лише економічному вимірі підприємництва та організації виробництва (товарів, послуг, інно-

вацій) є соціальний прояв, що підтверджується наступним: при організації підприємництва винаймаються працівники, забезпечуючи таким чином робочі місця, знижуючи соціальну напругу в суспільстві (збільшенням зайнятого населення), сплачуючи заробітну плату, що має соціально-економічний ефект; сплачуються податки від отриманого прибутку до держави, що впливає на зростання національної економіки; прибуток є компенсацією за ризик підприємця чи власника, що спрямоване на збільшення його добробуту; виробництво товарів та послуг спрямоване на задоволення потреб суспільства, з урахуванням його бажань (саме спрямованість на потреби людини чи суспільства взагалі й розкриває соціальну складову будь-якого процесу).

Досліджуючи соціально-економічний аспект підприємництва, доцільно звернутись до праць економіста й філософа М. Вебера, який бачив у підприємницькій діяльності втілення раціональності. Під раціональністю він розумів функціональну ефективність, отримання максимальної вигоди від використання вкладених коштів і докладених зусиль тощо. М. Вебер вважав, що в основі підприємництва лежить раціональна етика протестантизму (що вже є релігійною складовою). Він доводив, що світогляд, моральність справляють найважливіший вплив на діяльність підприємця [303]. Тобто, тут вже соціальне проявляється не як похідне, а як першорядне: людина веде свій бізнес в межах власного світогляду та моральності – елементами, що більшою мірою походять із соціуму. Звідси виникає і соціальна відповідальність бізнесу, тобто, коли людина вважає за потрібне допомагати завдяки своїм прибуткам у вигляді благодійності, спонсорства чи інших інструментів. Хоча, й навпаки, раціоналізм, який лежить в основі цього трактування, може знижувати соціальну складову через її витратність. Тобто, коли пі-

дприємець не бачить сенсу в збільшенні соціальної складової (прикладом може бути: благодійність, висока оплата праці тощо), то підприємство більш спрямоване на виконання своєї головної економічної функції – максимізацію прибутку [97].

Сучасне розуміння підприємництва починається із робіт Й. Шумпетера, який у своїй книзі «Теорія економічного розвитку» на початку ХХ ст. показує ключову роль підприємця в економічному розвитку суспільства. Він вважає, що функціональною сутністю підприємця є виявлення й використання нової комбінації факторів виробництва, тобто реалізація нововведень. Головним він вважав слід робити не те, що роблять інші, й не так, як роблять інші. Для Шумпетера головним у підприємстві є інноваційна діяльність [303]. Інновація також виступає основою конкурентоздатності та розвитку економіки країни [200]. Окрім того, вона несе в собі соціальну компоненту, тому найчастіше, новітні розробки є більш якісними аніж попередні, а отже й більш сприятливими для людей.

За Й. Шумпетером, типового підприємця характеризує постійне бажання працювати, але не з метою матеріального збагачення і подальшого споживання різних благ, а заради прагнення до успіху. Серед нематеріальних мотивів підприємницької діяльності він виділяв: бажання побудувати власне підприємство; самореалізацію і волю до перемоги; креативну складову улюбленої справи [145]. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що вже Й. Шумпетер більш орієнтується не тільки на економічний аспект діяльності підприємців, але й на досягнення ними власних соціальних цілей: чи то успіх, бажання самореалізуватись чи креативна складова, яка й дає можливість підійти з інноваціями до виробництва. У цьому вже підприємство стає більш соціально-економічно орієнтованим, яким воно й було насправді, але саме Й. Шумпетер розширює соціальну складову підприємництва.

Серед видатних вчених-економістів, які досліджували поняття підприємництва, також виділяється засновник кейнсіанської доктрини – Дж. М. Кейнс. Він обґрунтовує, що підприємець – це своєрідний соціально-психологічний тип господарника, для якого головне «... не стільки раціональна калькуляція Вебера або новаторство Шумпетера, скільки набір певних психологічних якостей» [6, с.15]. Виділені ним основні підприємницькі якості такі: вміння співвіднести споживання й заощадження, здатність до ризику, дух активності, упевненість у перспективах тощо. Основними мотивами підприємницької діяльності він відзначає прагнення до кращого, до незалежності, бажання залишити спадкоємцям статок [6]. Кейнс ще більше розриває соціальну складову підприємництва, а також робить акцент на психологічному аспекті, який безумовно в ньому присутній. Набір описаних ним якостей та мотивів є соціально орієнтованим. Людина бере ризик на себе, активно досягає своїх цілей, заробляє та накопичує заощадження для майбутніх поколінь. Тобто, підхід Кейнса також передбачає виділення соціально-економічного аспекту підприємництва. Більш того, вчений зазначає, що підприємець є не тільки раціональною особою, а й людиною з певним набором якостей, спрямованих на реалізацію поставлених цілей не за звичайним розрахунком, а завдяки внутрішньому покликанню.

Необхідним є розгляд визначення підприємництва, поданого в роботі «Підприємництво, або як завести власну справу» американських вчених Р. Хизрич (R. Hisrich) і М. Пітерса (M. Peters): «Підприємництво – це процес створення чогось нового, що володіє цінністю; процес, який поглинає час і сили, який передбачає прийняття на себе фінансової, моральної та соціальної відповідальності; процес, який приносить саме грошовий дохід та особисте задово-

лення досягнутим» [302, с. 5-6]. У їх визначенні відчувається урахуванням соціальної компоненти, яка реалізується через соціальну та моральну відповідальність підприємців. Тобто, окрім звичайних похідних підприємництва у вигляді найманої праці, виплати заробітної плати, сплати податків у держбюджет, додається відповідальність перед суспільством. Сьогодні ця ідея отримує широке поширення серед підприємців, не тільки в розвинених країнах, але й тих, які не так давно приєдналися до системи ринкової економіки. Серед останніх, зрозуміло, і наша країна.

Розглядаючи питання підприємництва у вітчизняних реаліях, слід розпочати з його законодавчого визначення. Так, у Законі України «Про підприємництво» зазначається, що підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [254]. Виходячи із цього трактування, підприємництво є лише носієм економічної функції.

Але, подальше вивчення закону показало, що у розвиток цієї характеристики в цьому ж Законі (ст. 10) зазначається, що підприємець зобов'язаний не завдавати шкоди навколишньому середовищу, не порушувати прав та інтересів громадян, підприємств, установ, організацій і держави, що охороняються законом [254].

Тобто, з урахуванням законодавчого визначення, соціально-економічна складова проявляється в спрямованості на отримання прибутку, що в свою чергу дає можливість збільшення добробуту підприємця та його працівників, а також плати податків до державного бюджету, що впливає з обов'язковості юридичного оформлення підприємницької діяльності, а також у тому, що підприємець

повинен здійснювати свою діяльність, не порушуючи прав людей, не завдаючи шкоди довкіллю та ін., що і є прямим соціальним аспектом соціальної відповідальності підприємництва. Отже, в українському законодавстві закріплена соціально-економічна складова підприємницької діяльності.

Український науковець О. В. Коваленко дає наступне, актуальне для цього дослідження, визначення підприємництва: «Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність)» [159, с. 10]. З цієї характеристики видно, що соціальний аспект підприємництва також може реалізовуватись через соціальний результат діяльності, тобто в якості прибутку може виступати саме соціальний ефект, що ще збільшує соціальну складову підприємницької діяльності.

А.В. Дакус та Н.О. Сімченко розуміють підприємство як «самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгівельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України та іншими законами» [57, с. 2]. Хоча далі вони й зазначають, що економічна сутність підприємства полягає в меті одержання прибутку [57], в цілому їх визначення характеризує підприємництво як таке, що спрямоване на задоволення потреб суспільства та особистісних потреб, що й визначає його соціальну складову.

На думку О.Я. Геліх, «підприємництво взагалі не зводиться лише до сфери вільної економічної діяльності, але поширюється на

всі соціальні галузі, де свобода, пошук нового і здатність творити є якщо не нормою для більшості, то, по крайній мірі, доступні творчій меншості» [39, с. 222]. Отже, тут знову зустрічається характеристика креативності, яка вже була запропонована для підприємництва Й. Шумпетером і, взагалі, креативність значно розширює соціальну компоненту підприємницької діяльності, зазначаючи, що її метою не є лише ведення економічної діяльності для отримання прибутку, але й застосування своїх креативних якостей.

М. А. Титовець характеризує підприємницьку діяльність з огляду на здійснення нею певних функцій як процес планування, організації та здійснення безперервного, постійно оновлюваного відтворення товарів і послуг з метою задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб суспільства (його членів) і одержання прибутку [302]. З визначення науковця видно, що соціальна компонента реалізується через задоволення соціальних та екологічних потреб суспільства.

Українські вчені О. Б. Коротич, Ю. Л. Орел та О. В. Рябічко зазначають, що «підприємництво є специфічним видом суспільно-корисної економічної діяльності» [163, с. 214], з чого випливає знову її зорієнтованість на потреби суспільства.

Враховуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що окрім прямого економічного результату, підприємницька діяльність дає й соціальний. Можна говорити про соціальну функцію цього явища, але в сучасному світі вона поглиблює своє поширення та починає підвищувати своє значення. Проаналізуємо далі погляди вчених на функції підприємництва.

За С. В. Мочерним та М. В. Довбенко основними функціями підприємництва виступають: новаторська (сприяння процесу продукування ідей, здійснення НДДКР, створення нових товарів та послуг), організаційна (впровадження нових форм і методів організа-

ції виробництва), господарська (найбільш ефективно використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів), соціальна (виготовлення товарів та послуг з урахуванням потреб суспільства) та особиста (реалізація мети підприємця та отримання ним задоволення від своєї роботи) [206].

Ці функції визначають новітні виклики для ефективно діючого підприємництва. Сучасні економічні процеси вимагають більше зусиль для втримання своїх конкурентних позицій, зокрема й в соціальній сфері. Серед визначених функцій видно, що їх поєднує оптимізація діяльності для збільшення прибутку. Але всі вони несуть й соціальний ефект, як-то поява новітніх форм матеріального стимулювання, підвищення якості продукції, орієнтація на потреби суспільства тощо.

Ю. В. Ніколенко, А.В. Демківський, Л. І. Вергун визначають функції підприємництва як гнучку форму організації виробництва, яка оперативно реагує на потреби ринку, найновіші досягнення НТП, сприяє своєчасним структурним зрушенням в економіці; як форму господарювання, за якої утверджується почуття господаря кожного учасника суспільного виробництва; як ту, що сприяє вільному розвитку працівників, вихованню в них почуття чесності, порядності, сумлінності, впровадженню демократичних принципів суспільного й економічного життя, самоуправління і т. і.; широкий розвиток підприємництва збагачує економічну діяльність суспільства, урізноманітнює її форми, підвищує економічну й соціальну ефективність суспільного виробництва [217].

Слід зауважити, що автори вказаної вище роботи розглядають функції підприємництва дещо з іншої сторони. Зокрема, акцентують увагу на тому, який вплив має підприємницька діяльність на різні рівні: починаючи від конкретного підприємства та закінчуючи рівнем суспільства.

О. З. Яковенко виділяє наступні функції підприємництва: загальноекономічну (підприємницька діяльність спрямована на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб споживачів); ресурсну (розвиток підприємництва передбачає рішення щодо ефективного використання відновлюваних й обмежених матеріальних і нематеріальних ресурсів); інноваційну (пов'язана з використанням і комбінуванням у процесі підприємницької діяльності нових ідей, засобів і чинників виробництва для досягнення поставлених цілей); соціальну (виявляється у вихованні й формуванні активних, здатних до самостійної господарсько-економічної діяльності людей, зростання чисельності найнятих робітників); організаторську (виявляється в здатності підприємця до самостійного ухвалення рішень у сферах диверсифікації діяльності, впровадження внутрішнього підприємництва, формування підприємницького стилю управління, створення складних підприємницьких структур, зміни стратегії діяльності після організації підприємства) [329].

Виділені цим автором функції багато в чому за змістом співпадають із тими, які раніше виділили С. В. Мочерний та М. В. Довбенко, але не у всьому. Зокрема, розуміння соціальної функції підприємництва у Яковенко та Мочерного-Довбенко неоднакове: якщо останні вважають, що це виробництво товарів з урахуванням потреб суспільства, то О. З. Яковенко вбачає в ній підвищення добробуту людей шляхом зайнятості та формування здатності до соціально-економічної діяльності. Але в цілому збіг полягає у виробництві товарів з урахуванням потреб суспільства, економічному використанні ресурсів, розробці нових технологій виробництва для покращення якості продуктів та економії ресурсів. Спираючись на ці аргументовані класифікації функцій, можна говорити про відповідальне підприємництво, яке зараз набуває все більшої ваги в сучасному світі, тобто воно виконує також функцію

відповідальності, яка впливає з інших функцій підприємництва. Вона не є тотожною соціальною функцією, а поглиблює наслідки від її реалізації. Її зміст на національному рівні можна сформулювати так: забезпечення функціонування та розвитку національної економіки, яке полягає у досягненні оптимальної поведінки (стратегії та тактики діяльності), що сприятиме раціоналізації використання природних ресурсів, зменшенню тіньового та неформального характеру власних економічних транзакцій, збільшенню обсягів легальної національної зайнятості населення, підвищенню якості регуляторних рішень, помірності прагнень до отримання прибутку, збереженню державного політичного та економічного суверенітету, що дозволило окреслити підстави для узгодження інтересів бізнесу, влади та суспільства в цілому за умов високого рівня соціалізації економіки.

Якщо брати за основу класифікацію функцій за О. З. Яковенко, то запропонована функція відповідальності відрізняється від інших у наступному:

1. загальноекономічна – спрямування на підвищення власного прибутку, що матиме акумулятивний ефект для національної економіки: підвищується рівень податкових надходжень, підвищується рівень прибутку підприємців, збільшуються доходи громадян, зменшується тіньовий сектор економіки;

2. ресурсна – відповідальне використання, тобто те що не буде мати негативних наслідків для національної економіки та суспільства взагалі. Не завжди економне використання ресурсів має за собою позитивні наслідки, оскільки може корелювати зі зниженням якості продукції, забрудненням довкілля тощо;

3. інноваційна – проведення новітніх досліджень з урахуванням потреб суспільства, обмеженості ресурсної бази, для підвищення якості продукції;

4. соціальна – спрямування на професійний та особистісний розвиток працівника конкретного підприємства, вирішення нагальних соціальних проблем суспільства, формування держави загального добробуту;

5. організаторська – прийняття рішень з урахуванням потреб суспільства та персоналу, загальної національної стратегії розвитку держави та з метою підвищення добробуту населення.

Для обґрунтування авторської думки дослідимо більш детально саму дефініцію відповідальності, яку розглядають вчені з різних галузей та вивчають її як соціальну відповідальність чи просто відповідальність. У цьому дослідженні вони не є синонімами через те, що відповідальність все ж більш ширше поняття аніж соціальна відповідальність. Отже подальший розгляд буде вестися по мірі звуження цієї категорії від відповідальності до соціальної відповідальності бізнесу.

Класифікація соціальної відповідальності залежить від сфери соціальної діяльності, у зв'язку з чим виділяють політичну, моральну, суспільну, юридичну та інші види відповідальності [188]. М.А. Краснов відзначає, що в «чистому» вигляді поняття соціальної відповідальності на практиці не існує, вона проявляється тільки через складові – моральну, політичну, юридичну та інші [137]. Те ж саме констатує Н.Г. Діденко: «У широкому розумінні соціального, соціальну відповідальність тлумачать як сукупність різних її видів – економічної, політичної, правової, моральної тощо» [109, с. 124]. Таке бачення пояснюється багатогранністю цієї категорії за своїм охопленням, чинниками формування, формами прояву та напрямками реалізації.

А.І. Андрющенко та І.М. Рябець зауважують, що на сьогодні дефініція соціальної відповідальності не є остаточно визначеною,

тому що вона знаходиться на перетині багатьох наук та її розуміння виходить із самого предмета, суб'єкта, методів пізнання кожної науки, яка її досліджує. Слід відмітити, що найчастіше «соціальне» ототожнюється із суспільним, так, як це відображає розуміння «соціального» в нашому сьогоденні – зв'язок із оточуючим середовищем та суспільством [2, с. 133].

Ставлення, відношення, реалізація, розуміння соціальної відповідальності залежить від багатьох факторів, які впливають на неї. В усьому світі відбувається збільшення уваги до соціальної відповідальності через розвиток гуманності та ставлення до людини та навколишнього середовища як цілісного взаємозалежного процесу. Звичайно, що рівень соціальної відповідальності залежить від рівня розвитку самої країни, її історичного надбання, культурної спадщини, освоєності проблем довкілля.

Соціальна відповідальність зараз проходить процес свого удосконалення та розвитку, поглиблюючи свій прояв від обов'язковості дотримання прав і свобод людини до більш нових форм проявів, як-то: розвиток особистості кожної людини, розвиток громади, вирішення нагальних проблем навколишнього середовища та інше. Саме тут і відбувається перетин наук, у яких може розглядатись та вивчатись соціальна відповідальність. Взагалі, у втіленні та реалізації соціальної відповідальності велику роль на себе приймає держава, реалізуючи її через правовий, інформаційний, організаційний механізми своєї влади.

При дослідженні соціальної відповідальності слід зауважити, що в розвинених суспільствах саме соціальна відповідальність стає засобом розвитку цього суспільства, що ще більш набуває актуальності в умовах сталого розвитку. Актуальним залишається з'ясування сутнісних ознак, природи соціальної відповідальності як показника якості модернізації суспільних відносин і основи соціаль-

ного порядку в нестабільних умовах, а також при пошуку відповідних форм соціального управління [62].

Розглянемо спочатку філософський аспект соціальної відповідальності (табл. 1.1).

**Таблиця 1.1. – Погляди вчених-філософів на відповідальність**

<b>Вчений</b>	<b>Основна ідея</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Платон, IV ст. до н.е.	Чітко сформоване питання про те, якою мірою людина свідомо і добровільно є творцем своїх учинків і якою мірою вона за них відповідає. Платон визнавав за людиною можливість вільного вибору і тим самим відповідальності за свої вчинки. Крім того, він побачив коріння відповідальності, які полягають у такому взаємозв'язку між людьми, який покладено на конкретну людину, визначальні обов'язки, виконання яких і характеризує її відповідальність.
Арістотель, IV ст. до н.е.	В праці «Никомахова етика» характеризував етику і політику як науки про діяльність, пов'язану з вільним вибором, котрий здійснює відповідальна за свої вчинки людина. Пов'язує поняття відповідальності зі свободою волі і свободою вибору. Він справедливо висуває питання про можливість і доречність відповідальності особи за вчинки, котрі вона скоює із-за незнання певних правил, норм.
Демокріт, V-IV ст. до н.е.	Людина повинна оцінювати свої вчинки не лише з точки зору оточуючих, але й з позицій власного морального відношення до них.
Т. Гоббс, XVII ст.	Пов'язує факт виникнення категорії відповідальності із виникненням держави, суспільства як єдиного цілого. Він стверджує, що суспільна (соціальна) відповідальність виникає в результаті передачі людьми частини прав суспільній владі. Відповідальність особистості виникає як результат на повноваження суспільної влади.
Дж. Локк, XVII ст.	У своїх поглядах на відповідальність відправною точкою бере природний стан суспільства. Це «стан свободи, проте, не стан хаосу. Хоча людина у цьому стані має свободу, яка нічим не контролюється. Вона може робити із собою і своїм майном все, що завгодно, проте, вона не має свободи знищити себе чи якусь істоту». Обмежує свободу людини природний закон (тобто відповідальність), який говорить, що «ніхто не має права обмежувати іншого в його житті, здоров'ї, свободі чи майні».

## Продовження табл. 1.1

1	2
П. Гольбах, XVIII ст.	Вперше висловив думку про відповідальність суспільства перед людиною, оскільки саме суспільство може формувати певні риси людини (створювати поганих людей).
І. Кант, XVIII ст.	Розглядав відповідальність з позицій «чистого розуму» і справжньою інстанцією відповідальності визнавав не державу, а підставу абсолютного морального закону. Цей абсолютний моральний закон втілюється в людській совісті. Совість у Канта – це суб'єктивний принцип відповідальності, а його об'єктивною стороною виступає категоричний імператив – система суспільних цінностей як об'єктивний абсолютний моральний закон.
К. Маркс, XIX ст.	Аналізує відповідальність як історично обумовлене явище з урахуванням класового конкретного історичного підходу діяльності людини в органічному зв'язку з потребами розвитку суспільства.
Е. Фромм, XX ст.	Характеризує відповідальність як гармонію між протилежними характеристиками людини. Зазначає, що відповідальність є здатністю людини досягати певного консенсусу між свободою, якої вона бажає як індивід, і обов'язками, які вона приймає в якості члена суспільства.
Ю.С. Осокіна, XX ст.	Здатність особистості підпорядковувати власні інтереси вимогам суспільного розвитку у працях; форма зв'язку і взаємодії суспільства та особистості, що виражає певні відносини між ними; вибір оптимальної можливості із їх багатоманітності, що передбачає діяльність згідно з нею; гармонійне поєднання об'єктивної необхідності виконання суспільних вимог та усвідомлення загальнолюдських цінностей як єдність раціонального та емоційного; такий спосіб регуляції людської поведінки, при якому діяльність суб'єкта супроводжується моральною самооцінкою та готовністю давати звіт за свої дії.
А. А. Кравченко, XX ст.	Соціальна відповідальність є регулятор поведінки людей. З одного боку це реакція суспільства на поведінку індивіда, з іншого – реакція індивіда на вимоги суспільства. Бути відповідальним – насамперед визнавати і захищати цінності свого оточення і сприяти реалізації його цілей. Таким чином, розмова про відповідальність може йти виключно у контексті інтерсуб'єктивної взаємодії «Я» з «Іншим». Людина відповідальна не тільки по відношенню до інших людей, але й по відношенню до самої себе.

\* Складено автором на основі [137, 166, 188]

Отже, в основному філософи розглядають відповідальність, як відповідальність людини за свої вчинки, перед самою собою та суспільством. На їх думку, оскільки людина вільна у своєму виборі, то вона й несе відповідальність за свою поведінку. Але в нашому світі кожна людина співіснує із іншими, тобто вона є соціальною істотою та діє в певному соціально-культурному аспекті. Саме це й накладає на неї певні зобов'язання та встановлює межі її дій і вчинків.

А. А. Кравченко розділяє відповідальність на «зовнішню» та «внутрішню», де перша – «зовнішня» – й виступає як соціальна відповідальність, а друга – «внутрішня» – розглядається як особистісна відповідальність. Науковець розуміє під соціальною відповідальністю відповідальність, яка обумовлена підпорядкованістю та підкоренням зовнішній інстанції або авторитету. Натомість «особистісна відповідальність» трактується як здатність вчиняти у відповідності до власної совісті та переконань. Причому ця різниця є не абсолютною, її важко розмежувати чітко й обидві ці відповідальності є залежними та доповнюючими [166].

Очевидним є те, що відповідальність кожного окремого громадянина формує й відповідальність інших ланок. Тобто, відповідальність у межах тієї ролі, що відіграє людина. Якщо людина – підприємець, то й відповідальність її буде відповідною на рівні підприємства. І так аж до національного рівня, коли велика кількість соціально відповідальних суб'єктів формують результат своєї відповідальності на державному рівні.

Важливим є розгляд соціальної відповідальності через соціологічний вимір, адже саме соціальна орієнтація відповідальності тут і є предметом дослідження. Розгляд «соціального» в ньому відбувається через саме розуміння цієї категорії, тобто це взаємодія

суб'єкта з середовищем чи суб'єктів один з одним. Ці суб'єкти можуть займати різні позиції, мати різні статуси, відігравати певні ролі й усі вони можуть відрізнитись у кожного з них. При цьому не можна забувати про саму соціальну ієрархію, яка присутня в кожному суспільстві й значно впливає на розвиток як окремого громадянина, так і суспільства в цілому. Соціальна відповідальність з точки зору соціології полягає в прийнятті соціально-значущих цінностей через призму свого статусу, ролі, позиції в суспільстві. Тобто рівень відповідальності людини корелює із її соціальним статусом [75].

А.І. Андрющенко та І. М. Рябець стверджують, що відповідальність індивіда формується у відповідь на вимоги, які висуває до нього суспільство, соціальна група чи спільнота взагалі. Саме вони стають тим мотиватором його поведінки, які приводять до певного ступеня відповідальності. Науковці також зазначають, що соціальну відповідальність тлумачать як сукупність різних її видів – економічної, політичної, правової, моральної тощо. Однак всі вони поєднують в собі відповідальність індивіда перед суспільством. Саме в цьому й вбачається соціологічний сенс соціальної відповідальності, коли людина має готовність до реалізації взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою не нанесення збитку усталеному розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям. У цьому й виражається соціальна відповідальність індивіда, коли людина надає перевагу інтересам населення, навіть якщо вони не співпадають із власними інтересами особистості [2].

У табл. 1.2 представлено погляди соціологів на сутність соціальної відповідальності.

**Таблиця 1.2. – Характеристика соціальної відповідальності в соціологічному аспекті**

Вчений	Основна ідея
1	2
А.І.Андрющенко, І.М. Рябець 2009 р.	Соціальна відповідальність має більш широке поле функціонування, не носить правового, примусового характеру, приймається добровільно соціальними суб'єктами, регулюється соціальними нормами, за порушення яких можуть бути застосовані лише суспільні санкції (засудження громадською думкою, ЗМІ, або схвалення, підвищення іміджу, довіри), в той час як за порушення юридичних норм можуть бути застосовані санкції у відповідності з адміністративним, навіть кримінальним кодексом.
А. В.Катаєв, 2005 р.	Соціальна відповідальність – це не тільки сумлінне виконання економічних зобов'язань перед суспільством, але і формування соціальної інфраструктури, сприятливої для ефективного підприємництва.
Н. Г.Діденко, Г. Павлова, 2009 р.	Йдеться про специфічні характеристики, які віддзеркалюють міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціально-значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі сумісної діяльності з метою не нанесення збитку усталеному розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям. Це – надання переваги інтересам широких верств населення, навіть коли вони не співпадають з інтересами особистості або референтної групи.
О. А.Безрукова, 2015 р.	Є властивістю (станом) акторів різного рівня, яка актуалізується певним чином залежно від сприйняття ситуації, в якій знаходиться актор, змушує брати на себе зобов'язання щодо інших акторів, подій, об'єктів, процесів, умов життєдіяльності, соціального й природного оточення.
І.Савченко, 2007 р.	Системоутворюючий принцип соціальної держави, іміджева характеристика влади, засіб вирішення соціальних проблем.

\* Складено автором на основі [2; 14; 109; 142].

Узагальнюючи погляди вчених, слід зазначити, що соціальна відповідальність проявляється у такій поведінці соціальних суб'єктів, яка залежить від соціальних норм та правил, а також у здатності надавати перевагу інтересам більшості проти власним інтересів.

У сучасних дослідженнях, як і раніше, соціальна відповідальність розглядається в деяких аспектах: це й форма суспільних відносин, і якість особистості, і особливий стан соціальних суб'єктів. У цьому проявляється складність цього предмету дослідження. У І. Савченко – соціальна відповідальність розглядається як основа соціальної держави, тобто, окрім соціологічного виміру, ще приєднується й економічний та політичний. Соціальна відповідальність розглядається нею як системоутворюючий принцип соціальної держави, іміджева характеристика влади, засіб вирішення соціальних проблем. Відповідно й розподіл соціальної відповідальності відбувається залежно від компетенції гілок влади. Соціальна відповідальність надає державі додаткової якості перетворюючи її у державу соціального захисту, або державу соціальної безпеки [14]. Можна говорити, що соціальна відповідальність на підприємстві також створює засади для економічної безпеки підприємства [219]. В останньому можна побачити найвищий рівень розвитку держави, коли захищеним є кожний громадянин й рівень соціального захисту населення високий.

Соціальна відповідальність має виявлятися не тільки в підприємстві, а й у суспільстві, тому що саме вона стає основою побудови економічно розвиненої держави. Усвідомлення важливості виховання соціально відповідального члена суспільства та створення конкретних кроків для цього стане важливим підґрунтям для такої побудови [104]. Для цього в Україні слід розвивати освітній та інформаційний механізми розвитку соціальної відповідальності суспільства.

О. А. Безрукова виділяє такі соціологічні характеристики соціальної відповідальності: включеність індивіда у відповідне соціальне середовище; заглибленість індивіда у процес зміни соціокультурних умов життєдіяльності, що є чинником активації для інтенсифікації почуття відповідальності (якщо відсутні виклики зовнішнього середовища, відповідальність перебуває в потенційному стані, в «сплячому режимі»); феномен соціальної адаптації, коли індивід виявляється здатним до діяльності в ситуаціях, що вимагає від нього відповідального відгуку на виклик середовища [14].

На її думку, відповідальність розташовується на межі індивідуального і соціального. Так само, очевидно, вважають і згадувані вже А.І. Андрющенко та І. М. Рябець, коли говорять про широкий та вузький сенси трактування соціальної відповідальності [2]. Саме виходячи із цього, індивідуального та соціального, соціальна відповідальність і поєднує властивості, які притаманні кожній з них, що й робить її багатограним предметом дослідження.

Отже, із соціологічної точки зору відповідальність розглядається в двох аспектах: індивідуальному та соціальному. Індивідуальна відповідальність – це відповідальність суб'єкта, виходячи з його соціального статусу, ролі, якостей, здатність пристосувати власні інтереси до потреб більшості. З точки зору соціуму відповідальність розглядається як норма поведінки особистості щодо інших. Тобто соціальна відповідальність в соціологічному сенсі – це відповідальність особи перед суспільством, виходячи з її власних можливостей, соціальної ієрархії, інтеріоризації соціально-значущих аспектів.

Перейдемо до юридичного аспекту соціальної відповідальності. Цей аспект є дуже важливим при дослідженні відповідальності, через те що, в свою чергу, є однією із складових соціальної відповідальності бізнесу та може мати юридичні наслідки для суб'єктів.

Поєднання філософського та соціологічного поглядів на соціальну відповідальність, а саме зв'язок особи із суспільством, дотримання певних вимог та норм, свобода власного вибору в реалізації відповідальності й стає основою для виникнення юридичної відповідальності. Слід зауважити, що поняття відповідальності завжди поєднує категорії свободи та необхідності. Відповідальність нерозривно пов'язана з необхідністю дотримання приписів, правил поведінки, підпорядкування, узгодження своєї поведінки з об'єктивними законами природи та суспільства. Якщо немає необхідності у дотриманні якихось норм, приписів, то немає і відповідальності [188].

Існує думка, що соціальна відповідальність виникає тоді, коли поведінка людини має значення для суспільства та регулюється певними соціальними нормами. Це відбувається із розвитком суспільства, яке саме регулює відносини в ньому, права та обов'язки людей. Саме поява інституту держави й спричинила подальший розвиток форм відповідальності та її видів: політичну, моральну, юридичну тощо.

Відрізняючи юридичну відповідальність від інших видів соціальної відповідальності, можна виокремити її характерні відмінні ознаки, які проявляються у тому, що юридична відповідальність складається з двох аспектів: норм матеріального і норм процесуального права, причому процесуальне право лише регулює порядок і умови покладання, застосування юридичної відповідальності за правопорушення; юридична відповідальність за своїм характером є вужчою за поняття «соціальна відповідальність»; юридична відповідальність застосовується за порушення правових норм і має наслідком певні «покарання»; соціальна відповідальність має місце лише за невиконання або порушення певних норм, закріплених у

нормативно-правових актах, що видаються органами державної влади і управління або їх посадовими особами у межах повноважень; юридична відповідальність є однією із форм прояву державного примусу чи заохочення [188].

Відповідальність людини на індивідуальному рівні пов'язана із правом, тому вона й є правовою категорією. Д. Бернштейн розрізняє два аспекти соціальної відповідальності в юридичному плані, це відповідальність за виконання обов'язку, що передбачена соціальною нормою та відповідальність за порушення такого обов'язку [191]. Коли порушуються вимоги соціальних норм, то суб'єкт відповідальності зобов'язаний взяти на себе негативні наслідки невиконання чи неналежного виконання цих норм, в чому й проявляється відповідальність. Людина в такому разі стає суб'єктом осуду, об'єктом застосування заходів виправного впливу як з боку держави, так і суспільства, колективу, соціальної групи тощо. Це робиться для того, аби індивід такими діями компенсував та відшкодував шкоду, яку він заподіяв.

Є.М. Мануйлов зазначає, що вихід відповідальності на правовий аспект можна знайти також у «Філософському енциклопедичному словнику», де зазначено, що це поняття, яке «характеризує міру відповідності поведінки особи, групи, прошарку, держави наявним вимогам, чинним суспільним нормам, правилам співжиття, правовим законам, співвідношення обов'язку і міри його виконання суб'єктом (особою, групою, класом)» [191, с. 6-7]. Він також зазначає різні мотиви відповідальної поведінки людини: для когось це буде відповідальність за когось, для іншого – за щось, для третього – перед ким він відповідає; можливість осуду чи покарання, усвідомлення необхідності певних дій у соціумі тощо.

Також виділяється позитивна (перспективна) юридична відповідальність, яку дослідник Б. Назаров трактує як відповідальність, яка є наслідком не порушення порядку та норм, а стимульована необхідною з точки зору інтересів суспільства і громадян поведінки, виконання обов'язку, позитивних соціальних ролей. Тобто це відповідальність, яка побудована на позитивному ставленні, не має негативного підґрунтя та не є наслідком протиправних дій [188].

Є. М. Мануйлов порівнює позитивну юридичну відповідальність із соціальною, а також розглядає як один із її видів [191]. Це випливає з того, що і юридична, і соціальна відповідальність виникає тоді, коли процес уже розпочато, коли людина приступає до виконання обов'язків, а не тоді, коли вона їх не виконує або ж діє усупереч їм.

У цьому випадку юридичний аспект соціальної відповідальності виявляється не тільки у виконанні своїх основних соціальних ролей людиною та дій в залежності від соціального становища, але й у несенні правової відповідальності у разі невиконання обов'язків.

Прийнято виділяти і ретроспективний (негативний) аспект юридичної відповідальності. Таке розуміння юридичної відповідальності є більш прийнятним в нашому суспільстві – відповідальність за протиправну поведінку, правопорушення, що тягне за собою негативні наслідки – покарання, санкції, державний примус. З цього випливає, що суб'єкт, який порушив правові норми, повинен зазнати певних втрат. О.І. Іванова наводить характеристику юридичної відповідальності Алексєєва С.С., який трактував юридичну відповідальність як обов'язок особи зазнати заходів державного примусу, покарання за порушення закону і робить висновок, що така характеристика дає підстави під юридичною відповідальністю

розуміти обов'язок правопорушника відповідати перед суспільством і державою, зазнавати заходів державного примусу [137].

Юридичний аспект соціальної відповідальності також є наслідком закріплених у суспільстві взаємних прав та обов'язків людей, основна частина яких має правову основу, що забезпечує примусове утвердження відносин між індивідуумами та суспільними утвореннями. Держава забезпечує примусову реалізацію відповідальності, коли людина не має наміру її здійснювати, що передбачено певним законодавством. У цьому й полягає правовий аспект соціальної відповідальності – наявності юридичних обов'язків та правовідносин у суспільстві [191].

Л.І. Каленіченко вважає, що поняття відповідальності об'єднує дві її форми, два різновиди відповідальності: відповідальність як реакція (система відповідей) суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); відповідальність як система відповідей індивіда, особи на вимоги суспільства (особиста відповідальність). З чого ми бачимо, що це є взаємопов'язаним процесом і відповідальність кожного окремого громадянина залежить від вимог суспільства, тоді як суспільна відповідальність є реакцією на поведінку індивіда [140].

Узагалі, поняття соціальної та юридичної відповідальності є залежними, через те, що юридична виступає одним із видів соціальної, формуючи правові норми, які стають вагомим соціальним регулятором, змінюючись в залежності від розвитку суспільства. Вагому роль у цьому відіграє держава, яка через свої владні механізми та апарат публічної влади формує права, що стають соціальними нормами конкретного суспільства. Також важливою функцією держави стає механізм забезпечення реалізації цих норм. Саме така відповідальність, яка пов'язана із появою у суспільстві право-

вих норм, закріплених у законодавчих документах, і стає різновидом соціальної відповідальності – юридичною відповідальністю [137]. Основною відмінністю юридичної є її формальна визначеність, обов'язковість дотримання правових норм, державний контроль за їх виконанням тощо.

О.І. Іванова також зауважує, що єдиного погляду на трактування поняття юридичної відповідальності не існує, через великий спектр охоплення цією категорією та вивченням не тільки загальною теорією права, але й галузевими юридичними науками. Однак, юридична відповідальність стає засобом дотримання суспільних соціальних норм, встановлення меж та правових регуляторів поведінки людей. Цим і обумовлюється її дослідження в розрізі соціальної відповідальності [137].

Отже, категорія юридичної відповідальності як виду соціальної є достатньо багатогранною за своєю наповненістю та масштабами охоплення. Цікавим є ретроспективний та перспективний поділ цього поняття. Вони є взаємопов'язаними та відображають рівень розвитку відповідальності індивіда чи суспільства: якщо рівень відповідальності вищий, то краще дотримуються усі норми та обов'язки, й рідше виникає необхідність у застосуванні негативної форми юридичної відповідальності.

Після розгляду трьох аспектів соціальної відповідальності – філософського, соціологічного та юридичного – доцільно проаналізувати економічний аспект поняття. В економічному сенсі трактувань соціальної відповідальності досить багато, що пояснюється багатогранністю самої категорії «економічне», особливо з огляду на соціальну відповідальність.

Погляди науковців на соціальну відповідальність в економічному аспекті узагальнено в табл. 1.3.

**Таблиця 1.3. – Соціальна відповідальність  
в економічному розумінні**

<b>Вчений</b>	<b>Основна ідея</b>
Н. М. Градюк	Категорія соціальної відповідальності зумовлена необхідністю виконання соціальної функції торгівлі.
Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD)	Соціальна відповідальність – це зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.
Л.Білецька	Визначає соціальну відповідальність як обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а в разі порушення їх – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання.
О.Плахотний	Поняття відповідальності поєднує дві форми, два різних види відповідальності: 1) відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); 2) відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність)
О.А.Грішнова	Соціальна відповідальність – це усвідомлення суб'єктами соціальної держави єдності соціального простору, свідоме виконання своїх обов'язків перед співгромадянами, суспільством, державою.

\* Складено автором на основі [47; 54; 137].

Узагальнюючи ці трактування, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність в економічному сенсі поєднує попередньо розглянуті аспекти (філософський, соціологічний та юридичний) та й призначена саме для виконання функції відповідальності підприємництва.

О. А. Грішнова зауважує, що в самій основі соціальної відповідальності лежить моральний компонент, який підкріплюється юридичною відповідальністю. Виходячи з цього, соціальна відповідальність як концепція заохочує кожну людину враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в

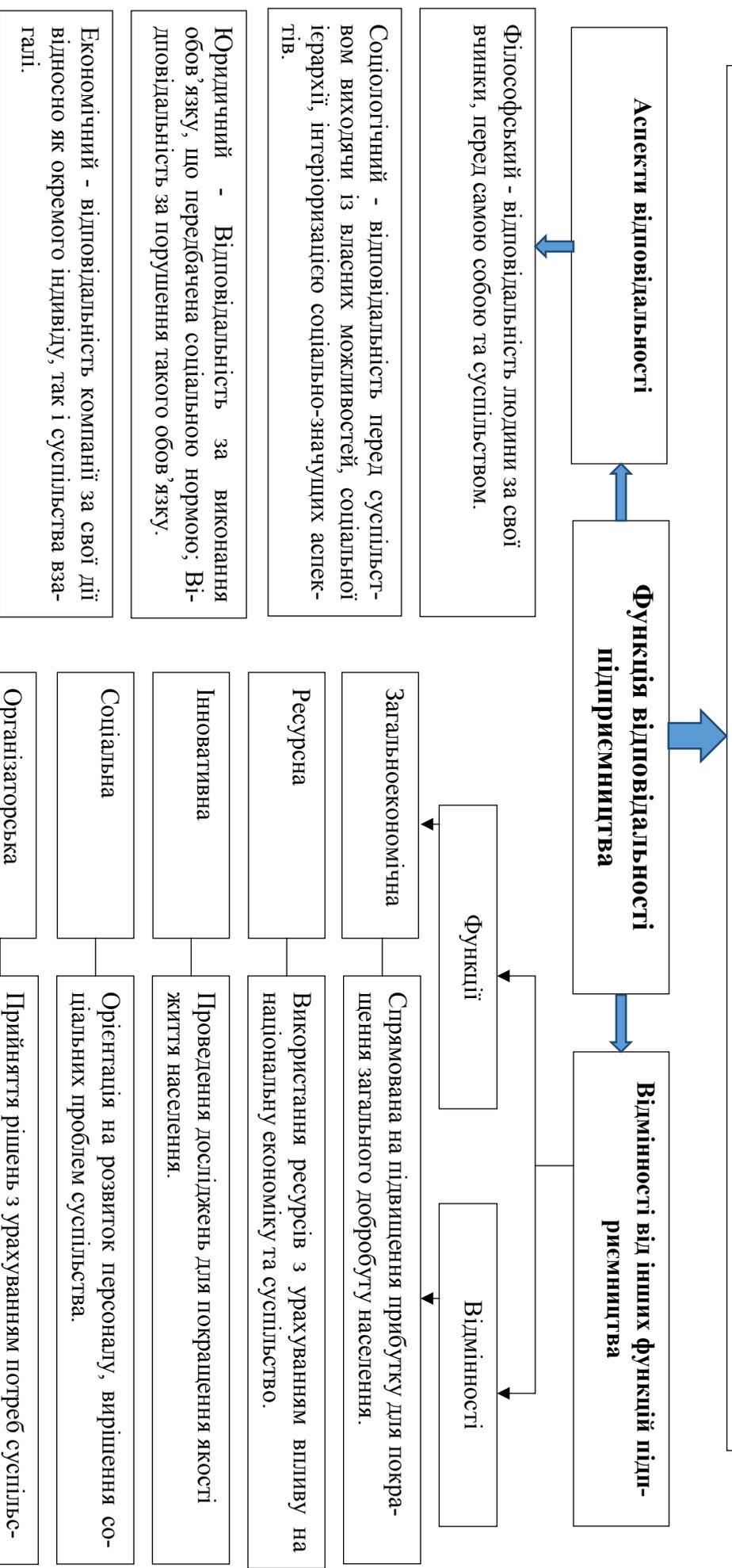
усіх аспектах [54]. На мікрорівні соціальна відповідальність розглядається як соціальна відповідальність підприємства чи бізнесу [47]. У наступному параграфі буде надано характеристику поняття «соціальна відповідальність підприємства», але умовно її можна визначити як відповідальність компанії за свої дії щодо як окремого індивіда, так і суспільства взагалі.

Видатний теоретик та основоположник менеджменту П. Друкер стверджував, що будь-яке підприємство не може існувати окремо саме по собі, воно функціонує в соціумі й займає певну позицію в суспільстві для задоволення потреб цього суспільства. Саме тому, ведучи основну діяльність та виконуючи основну функцію підприємництва – отримання грошей – компанія повинна мати вплив на людей, розвиваючи суспільство та підлаштовуючи власні цілі та функції під його потреби. Беручи до уваги, що підприємство виступає складовою навколишнього середовища, джерелом робочих місць, податкових відрахувань до державного бюджету, а також у виробничому аспекті – забруднювачем навколишнього середовища, необхідно нівелювати негативний вплив підприємства та такі наслідки своїх дій, прагнучи до збільшення позитивних ефектів. Саме таке підприємство й поводить себе «соціально відповідально» [38].

Отже, можна дійти висновку, що в економічному аспекті соціальна відповідальність розглядається найчастіше як соціальна відповідальність бізнесу і означає відповідальність підприємства за свою діяльність перед суспільством. Вона поєднує в собі як моральну, так і правову. Вчені зараз все більше приходять до того, що підприємство повинно бути більш соціально відповідальним і орієнтованим на суспільство, на задоволення потреб людей, захист навколишнього середовища тощо.

Це все обґрунтовує думку про необхідність виділення функції відповідальності підприємництва (рис. 1.1), як окрему і визначити

**Основний сенс**— забезпечення функціонування та розвитку національної економіки, який полягає у досягненні оптимальної поведінки, яка сприятиме раціоналізації використання природних ресурсів, зменшенню тіньового та неформального характеру власних економічних транзакцій, збільшенню обсягів легальної національної зайнятості населення, підвищенню якості регуляторних рішень, переорієнтації від звичайного отримання прибутку на отримання прибутку з метою підвищення добробуту населення, збереженню державного політичного та економічного суверенітету.



\* Складено автором

**Рисунок 1.1. – Функція відповідальності підприємництва**

її як поєднання інтересів суспільства, формування такої поведінки підприємців, що сприятиме розвитку як окремої особистості, так і держави взагалі; показуватиме орієнтацію підприємців не лише на максимізацію прибутку, а максимізацію прибутку з метою покращення якості життя населення; збільшення легального ринку праці та обігу грошей; прийняттю соціально-відповідальних рішень тощо. Тобто, саме на підприємництво й покладена основна функція із забезпечення й функціонування національної економіки [77].

Звичайно, що отримання та максимізація прибутку є головною метою підприємництва й зараз, але шляхи та засоби досягнення цього змінюються. З'являються нові форми «соціалізації» бізнесу, що найбільш проявляється у соціальній відповідальності підприємництва, яка зараз активно розвивається не тільки в розвинених країнах, але й в Україні чи країнах з подібною економічною ситуацією. В українське сьогодення вводяться поняття «соціально-відповідальне підприємство», «соціальне підприємництво», розвиваються нові форми та інструменти самої соціальної відповідальності бізнесу, що й відображає соціально-економічну складову підприємництва.

## **1.2. Надбання та обмеженість ідей корпоративної соціальної відповідальності в сучасному світі**

Розвиток концепції сталого розвитку з урахуванням важливості її соціальної складової привернув увагу підприємців та держави й спричинив поглиблене дослідження проблем корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) науковцями. Взагалі, зараз можна зустріти обидва терміни, які стосуються цієї сфери, а саме: соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність. Як указує А. Колосок, соціальна відповідальність бізне-

су (СВБ) є широким поняттям, що включає корпоративну соціальну відповідальність (діяльність великих компаній), соціальну відповідальність малого й середнього бізнесу та соціальну відповідальність окремого працівника; передбачає їх взаємодію між собою в межах визначеної суспільної групи та в рамках затверджених державою мінімальних законодавчих вимог [153]. Згідно цього трактування СВБ ширше за КСВ та не може бути тотожним із ним.

Але існує думка інших вчених, що суттєвої відмінності між ними не існує, тобто вони можуть вважатися тотожними. Приміром, М. Р. Мазітова зазначає, що «термін «соціальна відповідальність бізнесу» досить міцно увійшов в економічний лексикон і зустрічається в навчальній літературі, наукових і публіцистичних статтях. Сам термін «корпоративна соціальна відповідальність» найчастіше за все використовується по відношенню до великого корпоративного бізнесу. Застосування цього терміну пов'язане із трансформацією світової економіки, а також з розвитком корпоративного управління» [185]. Тобто вона ототожнює ці поняття і в подальших своїх працях застосовує їх як синоніми. У даному дослідженні, відповідно до його мети, ці два поняття також доцільно ототожнити.

Сучасні умови розвитку економіки вимагають застосування нових елементів, які будуть сприяти її подальшому розвитку та забезпеченню життєдіяльності населення [183]. Бізнес-середовище стає все більш соціалізованим, тому що це є саме тим засобом, який допомагає розвиватися та робити акцент на розвитку своєї організації із середини, захисту свого суспільства та споживача. Можливим це стає завдяки корпоративній соціальній відповідальності, яка достатньо поширена у світі і вже використовується на українських підприємствах, але, нажаль, ще не достатньо розвинута.

Питаннями корпоративної соціальної відповідальності переймаються як українські, так і іноземні вчені. Вони досліджують значення та проблеми розвитку КСВ, її функції на підприємствах, а також обґрунтовують та вибудовують різноманітні моделі КСВ в залежності від масштабів організаційної системи та тієї чи іншої наукової методології.

Ідеї соціальної відповідальності безпосередньо пов'язані з необхідністю забезпечення сталого розвитку, досягнення балансу інтересів між корпоративними, державними і громадськими інтересами.

На думку О. М. Головінова, найпростішою є соціальна відповідальність, що пов'язана з своєчасною оплатою праці, податків, створенням нових робочих місць. Більш високий рівень відповідальності передбачає діяльність, спрямовану на підвищення кваліфікації співробітників, будівництво житла, повноцінний розвиток соціальної сфери [45].

Погляди фахівців на категорію соціальної відповідальності бізнесу узагальнено в табл. 1.4.

**Таблиця 1.4. – Систематизація поглядів на соціальну відповідальність бізнесу**

<b>Автор/організація</b>	<b>Характеристика СВБ чи КСВ</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Представники світової економічної науки</b>	
Mielton Friedman	Соціальна відповідальність бізнесу – це збільшення прибутків.
Philip Kotler	Соціальна корпоративна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів.
Markus Kitzmueller and Jay Shimshack	КСВ є корпоративною соціальною або екологічною поведінкою, яка виходить за рамки юридичних чи регуляторних вимог відповідних ринків та / або економіки.
Elhauge	КСВ –це пожертва прибутку в соціальних цілях.

Продовження табл. 1.4

1	2
М. Р.Мазітова	Корпоративна соціальна відповідальність визначається як відповідальне ставлення будь-якої компанії до власного продукту чи послуги, споживачів, робітників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає в постійному діалозі з колективом, співтовариством тощо.
<b>Визначення КСВ світовими та українськими організаціями</b>	
Європейська комісія	Корпоративна соціальна відповідальність за своєю суттю є концепцією, яка відображає добровільне вирішення компаній брати участь в поліпшенні суспільства і захисту навколишнього середовища.
Європейська комісія	КСВ – це концепція, за якою компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнесові операції та у взаємодії із зацікавленими сторонами на добровільній основі.
Світовий банк	КСВ – це прагнення бізнесу етично поводитись і сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з усіма відповідними зацікавленими сторонами, щоб поліпшити своє життя таким чином, щоб вони були корисними для бізнесу, програмами сталого розвитку та суспільством в цілому.
Визначення СВБ з Зеленої книги Європейського союзу (2001 рік):	СВБ означає «інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі».
«Бізнес за соціальної відповідальності»	СВБ означає «досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища».
Міжнародний форум лідерів бізнесу	СВБ – це сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.
Всесвітня ділова рада за сталий розвиток	СВБ – це «зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя»

Продовження табл. 1.4

1	2
«Форум соціально відповідального бізнесу України»	КСВ – 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 з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.
<b>Представники української школи</b>	
О.А. Грішнова	Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом.
В. М. Шаповал	Визначає СВ суб'єктів підприємництва як багатоаспектне явище, що, 1) акумулює вплив різних суспільних інститутів (держави, політичних партій і рухів, релігії, профспілок, громадських організацій тощо), 2) виступає як інститут узгодження інтересів держави, суспільства і суб'єктів підприємництва в економічній, екологічній та соціальній сферах, 3) є суттєвою ознакою рівня розвитку соціально-економічних відносин у суспільстві і, по-четверте, є інструментом підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнес-організації шляхом реалізації системи послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів, які здійснюються на основі постійної взаємодії із стейкхолдерами і націлені на зменшення ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища, довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації компанії.
С.Мельник	Соціальна відповідальність бізнесу є сферою для діяльності корпорації, компанії, підприємства, установи, організації, що діє на трансформаційній основі (роботодавці, органи виконавчої влади, профспілки), вирішуючи соціально важливі проблеми як у самому бізнесі, так і за його межами, тобто на муніципальному, регіональному, національному, а іноді й глобальному рівнях.
Н.Ю.Волосковець	Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів.

Продовження табл. 1.4

1	2
І. В. Лебедев	Корпоративна соціальна відповідальність – це направлена на сталий розвиток активна соціальна позиція суб'єкту підприємництва по сумлінному виконанню нормативно – правових актів, стандартів і угод у рамках соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань із задоволення економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб і суспільства у цілому.
А.Л. Бержанір	КСВ – це відповідальність компанії перед усіма людьми та організаціями, з якими вона стикається в процесі діяльності, і перед суспільством в цілому. Соціальною відповідальністю бізнесу є досягнення комерційного успіху при дотриманні етичних цінностей та поваги до людей, суспільства та навколишнього середовища.
Є.О. Катихін	КСВ – це філософія «ведення бізнесу, що здійснюється на добровільних засадах для недопущення виникнення та загострення соціального конфлікту з метою отримання прибутку та конкурентних переваг за рахунок покращення іміджу компанії, розвитку персоналу, підвищення якості продукції та інших складових ведення соціально відповідального бізнесу».
А.Колосок	Соціальна відповідальність передбачає внесок підприємства в соціально-економічний розвиток власних працівників, місцевої громади, регіону чи суспільства в цілому, який може бути в межах законодавчого мінімуму або значно перевищувати його, із метою підняття престижу свого бізнесу в очах громадськості та досягнення прихованих економічних цілей.
М.Є. Дейч	КСВ – це показник розвиненості суспільних відносин від мікро- до макрорівня, що має на меті як досягнення найважливіших результатів і високого рівня конкурентоспроможності, так і забезпечення соціальної злагоди й суспільного розвитку в цілому.
Н. М. Градюк	Соціальна відповідальність підприємства – це політика діяльності, спрямована на позитивний внесок у розвиток суспільства, а не лише отримання прибутку. Таке підприємство свідомо і цілеспрямовано обирає таку модель ведення бізнесу, яка дасть змогу позитивно впливати на певні суспільні групи, сфери суспільної діяльності, територію функціонування підприємства.

1	2
Соляник О. М.	КСВ – є добровільна, активна, системна робота бізнес-одиниць щодо впровадження принципів сталого розвитку у свою повсякденну діяльність а також забезпечення власного внеску у вирішення ключових соціальних проблем з метою отримання конкурентних переваг.

Складено автором на основі [18, с. 45; 36, с. 3; 46; 54; 60, с. 71-72; 84; 143, с. 83; 153, с. 67; 165, с. 3; 177, с. 51; 185; 196, с. 32; 267, с. 199; 283; 285; 373, с. 53-54; 386, с. 219].

Отже, із наведених визначень можна дійти висновку, що КСВ є за своєю суттю діяльністю компаній, яка спрямована на покращення рівня життя населення та спільноти, в якій вона функціонує. Це може досягатись різними засобами та шляхами, але в основі лежить добровільність цієї діяльності. Найчастіше КСВ реалізується на підприємствах у вигляді певних кроків та дій, стратегій та політики, які закріплені керівництвом. Складність дослідження категорії КСВ полягає у багатогранності цього поняття й масштабу охоплення.

Головною рисою, яка простежується в усіх представлених поняттях, є добровільність засад, на яких здійснюється соціальна відповідальність. Як зазначає М. Краснова, поширена на Заході сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності показує прагнення компаній добровільно й самостійно вирішувати нагальні проблеми суспільства. На доказ цього Європейська комісія дає саме таке визначення соціальної відповідальності бізнесу, яке підкреслює добровільний характер [46].

Трактування, подібне до «добровільної поведінки», можна знайти у визначеннях КСВ, які використовуються Фогелем (2005) або Маквілліамсом та Зігелем (2001) і характеризують КСВ як «ви-

конання обов'язків поза межами того, що продиктовано ринками чи законами», або «саморегулювання» [386].

Виходячи із трактування КСВ як домовленості між суспільством та підприємництвом, можна говорити, що цей діалог та згода реалізується через стратегію, спрямовану на реалізацію своїх інтересів з урахуванням суспільних потреб. Тобто відповідальність виступає як правова, так і як соціально-етична норма [260]. У цьому вбачається багатогранність соціальної відповідальності, про що було сказано у першому параграфі.

М. Р. Мазітова вважає, що кожна організація або компанія світу вкладає неоднаковий зміст у це словосполучення. Але, на її думку, «незважаючи на відсутність єдиного й загальноприйнятого визначення КСВ, це поняття звичайно відноситься до процесу прийняття рішень у бізнесі, який здійснюється в прив'язці до етичних цінностей, дотриманні вимог законності, поваги до людей і їх співтовариств, охороні навколишнього середовища. Загальним для всіх підходів в трактуванні КСВ є розуміння її мети: підвищення рівня соціального зімкнення й взаємної довіри з боку трьох її учасників – бізнесу, влади й суспільства» [185]. Тобто, основним є поєднання інтересів гілки «бізнес-влада-суспільство» в частині реалізації соціальної відповідальності.

Ключовим у реалізації КСВ Ф. Котлер та Н. Лі бачать визначення «вільний вибір», де мається на увазі не ділова діяльність, яка регламентується законом, а добровільне прийняття зобов'язання щодо відбору й реалізації згаданих підходів та здійснення пожертв, яке компанія бере на себе [165].

Організація «Бізнес за соціальну відповідальність» визначає СВБ як таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні,

юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом [165].

В українських реаліях під терміном «соціальна відповідальність» розуміють розвиток персоналу компанії, дотримання та захист прав людини, благодійна допомога [86].

М. Є. Дейч інтерпретує КСВ як концепцію сприятливого правового, економічного, соціального простору, що формується державою і заохочує людину, працівника, керівника підприємства (компанії), бізнес-структури до врахування інтересів суспільства, до відповідальності за результати своєї життєдіяльності на основі дотримання моральних норм, економічного споживання, екологічної безпеки, що юридично регламентовані. Вона пропонує розглядати КСВ як концепцію становлення та розвитку етичних відносин в системі стратегічного управління бізнес-процесами в компаніях і підприємствах усіх типів і всіх сфер діяльності – від малого й середнього бізнесу (МСБ) до багатонаціональних підприємств (БМП), спрямованої на забезпечення сталого розвитку суспільства з прямим позитивним впливом на людський розвиток, соціального капіталу, довіри, на покращення фінансового та іміджевого стану підприємства (компанії) [60]. Тобто, вона також досліджує соціальну відповідальність бізнесу як засіб забезпечення сталого розвитку суспільства на засадах розвитку етичної складової в системі управління бізнес-процесами. Згідно цього можна дійти висновку, що СВБ є вагомим елементом концепції сталого розвитку та стає підґрунтям для досягнення цілей сталого розвитку національної економіки України.

Після розгляду основних поглядів на трактування поняття КСВ перейдемо до визначення її функцій, принципів, форм, ін-

струментів, наслідків та проблем розвитку в українському середовищі.

У якості функцій КСВ бізнес-структур виділяють соціально-економічну (підвищення ефективності ведення бізнесу, що сприяє росту доданої вартості, виробництву якісної продукції й послуг для споживачів, підвищенню добробуту акціонерів і своїх працівників, поліпшенню умов їх праці й безпеки; інвестиції в розвиток людського капіталу; формування соціальних програм розвитку трудового колективу й місцевого співтовариства); правову (повне виконання всіх вимог законодавства в сфері податків, праці, екології, безпеки як перед державою, місцевим співтовариством, партнерами, так і перед своїми працівниками); етичну (виконання морального боргу й підтримка соціальна слабких і незахищених; добродійність; побудова сумлінних відносин з усіма зацікавленими сторонами). Усі названі функції виконуються в процесі реалізації соціально відповідальної поведінки компанії як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі [185]. Означені функції КСВ відображають основний спектр реалізації СВБ на підприємствах та формують загальне бачення значущості цього поняття. Для виконання цих функцій соціально відповідальний бізнес дотримується певних принципів. Виділені вченими різні принципи КСВ представлено в табл. 1.5.

**Таблиця 1.5. – Принципи КСВ**

<b>Автор 1</b>	<b>Принципи 2</b>
І.С. Біла, Н.В. Красман	<ul style="list-style-type: none"> <li>• якісне забезпечення потреб споживачів;</li> <li>• неухильне виконання вимог законодавства (трудового, екологічного, своєчасної сплати податків і зборів до бюджетів усіх рівнів);</li> <li>• чесна конкуренція;</li> <li>• дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм;</li> <li>• протидія корупційним проявам і легалізації доходів, отриманих незаконним шляхом;</li> <li>• дотримання гендерної рівності.</li> </ul>

## Закінчення табл. 1.5

1	2
І. В. Лебедєв	<ul style="list-style-type: none"> <li>• органічна єдність економічних і соціальних цілей;</li> <li>• гуманізм – визнання людини вищою цінністю, а не тільки чинником виробництва;</li> <li>• дотримання правових норм і стандартів;</li> <li>• неухильне виконання угод, укладених у рамках соціального партнерства;</li> <li>• раціональність і ефективність використання ресурсів (матеріальних, фінансових, інтелектуальних, людських);</li> <li>• добровільність прийняття і виконання додаткових соціальних зобов'язань, не передбачених законодавством;</li> <li>• різноманітність форм і методів реалізації соціальної політики;</li> <li>• звітність і відвертість до діалогу із зацікавленими сторонами;</li> <li>• відповідність матеріальним і духовним потребам населення.</li> </ul>
О. Є. Бабина, А. А. Комарова	<ul style="list-style-type: none"> <li>• гуманізація;</li> <li>• підзвітність;</li> <li>• прозорість;</li> <li>• етична поведінка;</li> <li>• повага до інтересів зацікавлених сторін;</li> <li>• дотримання верховенства закону;</li> <li>• дотримання міжнародних норм поведінки;</li> <li>• дотримання прав людини.</li> </ul>

\* Складено автором на основі [5; 20; 178].

В.В. Кужель зауважує, що «принципи КСВ, які зазначені в Глобальному договорі ISO 26 000 (2010), багато в чому схожі із зазначеними конституційними та громадянсько-правовими принципами України (принципи верховенства закону, поваги зацікавлених сторін, дотримання прав людини)» [171, с. 102].

Отже, узагальнюючи, можна визначити, що принципи КСВ спрямовані на дотримання норм поведінки та законодавчих прав людини, інтересів зацікавлених сторін та етичної поведінки.

В. М. Шаповал у своїй дисертації виділяє наступні форми соціальної відповідальності з урахуванням національних традицій і проблем конкретних держав: соціальна відповідальність між бізнесом і суспільством (американський підхід); соціальна відповідальність у бізнесі (управління людськими ресурсами усередині фір-

ми); соціальна відповідальність між урядом і бізнесом (підхід Європейської комісії); соціальна відповідальність між політикою зайнятості і бізнесом (датський підхід) [314]. Тобто, це форми, які відображають соціальну відповідальність на національному рівні у поєднанні із бізнес-структурами.

На рівні корпоративних форм СВБ конкретного підприємства нею виділено: відповідальність перед споживачами; відповідальність перед співробітниками компанії; відповідальність по відношенню до партнерів по бізнесу; відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності по відношенню до навколишнього середовища [314].

На думку О. А. Грішної слід визначити наступні форми соціальної відповідальності: виробництво якісної продукції (відповідальний виробник); робота підприємства згідно норм трудового права (відповідальний роботодавець); підтримання благополуччя суспільства, що проявляється у благодійності та ін. (відповідальний учасник соціальних відносин); сумлінна сплата податків та внесків на соціальне страхування, легалізація бізнесу (відповідальний учасник економічних і політичних відносин з державою); дотримання договорів із партнерами, угод, професійних стандартів, фінансової відповідальності (відповідальний діловий партнер) [54].

Означені принципи та форми реалізуються в конкретних діях з боку підприємств. Так, В. А. Євтушенко та Т. П. Шуба розрізняють також внутрішню та зовнішню соціально-відповідальну діяльність (див. табл. 1.6).

Ф. Котлер зазначає, що підтримка з боку компаній може набувати різних форм, включаючи грошові внески, гранти, оплату реклами, публіситі, промо-спонсорство, технічну експертизу, негрошові внески (надання товарів та послуг), волонтерську роботу

працівників та надання доступу до дистрибутивних каналів. Компанія може надавати грошові пожертви безпосередньо чи опосередковано, створивши фундацію, метою якої є доброчинність від імені компанії [165]. Він зауважує, що основною рисою соціально-відповідальних дій є добровільність її здійснення.

**Таблиця 1.6. – Внутрішня та зовнішня соціально-відповідальна діяльність**

<b>Соціально-відповідальна діяльність</b>	
<b>Внутрішня</b>	<b>Зовнішня</b>
професійний розвиток і навчання персоналу;	сумлінна ділова практика;
залучення та утримання талановитих працівників;	доброчесна сплата податків;
турбота про соціальну захищеність;	виконання вимог міжнародного і національного законодавства;
безпека, охорона та гігієна праці;	інформаційна відкритість і прозорість;
реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників;	найвищі стандарти якості продукції та послуг для споживачів;
мотивація праці та стабільність зарплати;	розвиток громадянського суспільства;
створення умов відпочинку та дозвілля;	взаємодія з місцевими громадами і владою у розвитку територій та оздоровленні населення;
підтримка внутрішніх комунікацій;	охорона навколишнього природного середовища і раціональне природокористування;
участь працівників у прийнятті управлінських рішень;	благодійність і меценатство;
управління з урахуванням потреб персоналу;	волонтерство;
формування програм із соціально-відповідального управління підприємством.	соціально-етичний маркетинг, благодійний маркетинг.

\* Удосконалено автором на основі [120].

Для реалізації форм СВБ необхідним є представлення інструментарію. Так, Л. М. Бухаріна та А. В. Сучков виділяють наступні інструменти реалізації соціальної відповідальності: благодійні по-

жертви та спонсорська допомога; добровільне залучення співробітників компанії в соціальні програми; корпоративне спонсорство; корпоративний фонд; грошові гранти; соціальні інвестиції; соціальний маркетинг [29]. З цього видно, що інструменти, виділені цими науковцями, дещо тотожні до форм, які навів Ф. Котлер, але подальше дослідження дасть змогу дійти більш обґрунтованого висновку, що саме може бути віднесено до інструментарію СВБ.

О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова визначають, що основним інструментарієм СВБ в Україні є: впровадження систем управління СВБ, запровадження соціальної звітності та верифікації; організація партнерств з групами впливу, що дозволяє підприємствам долучитися до вирішення певних складних соціальних та екологічних проблем завдяки об'єднанню фінансових, людських та адміністративних зусиль на прозорих і чітких умовах; розробка інноваційних товарів та послуг, які допомагають подолати конкретні соціальні проблеми; адаптація міжнародних проектів та стратегій до українського ринку [218]. Тобто, цей підхід схожий на підхід Л.М. Бухаріної та А.В. Сучкова та дає змогу виокремити інструменти СВБ, які допомагають набути основних форм її реалізації.

Упровадження практики соціальної відповідальності вимагає від організацій урахування інтересів усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів), до яких належать: бізнес-організації, органи публічної влади, організації споживачів, профспілки, громадські організації, дослідницькі інституції. З-поміж них органам державного управління та місцевого самоврядування належить особлива роль у впровадженні принципів і системи соціальної відповідальності в Україні [307]. Слід зазначити, що система інтересів заінтересованих сторін при застосуванні інституту КСВ в процесі її еволюції, а отже і сфер реалізації зазнала суттєвих трансформацій. Особливістю такого процесу є виокремлення сфери трудових відносин в

окремий самостійний, системоутворюючий та пріоритетний сегмент сфери реалізації соціальної відповідальності бізнесу [56]. На основі цього визначимо групи стейкхолдерів, які стануть основою для подальших досліджень: працівники/персонал, власники/ акціонери, споживачі, партнери/конкуренти, суспільство/держава.

Поняття КСВ є з'єднуючим між макро- і мікрорівнем прийняття управлінських рішень. Це пов'язано з визначенням ролі держави в розвитку й підтримці корпоративної соціальної відповідальності. І навпаки, рішення фірми, що стосуються соціальних проблем, можуть впливати в певних випадках на державну політику. Делегуючи частину соціальної відповідальності бізнесу, держава переслідує відразу дві мети: по-перше, вона зменшує власне навантаження, а по-друге, залучаючи інвестиції в соціальну сферу, поліпшує якість життя населення, знижує соціальну напруженість і т.п. [158]. В цьому вбачається позитивний ефект для держави, а для підприємств основними мотивами стають: розвиток власного персоналу дозволяє не тільки уникнути плинності кадрів, але й залучити кращих фахівців на ринку; зростання продуктивності праці в компанії; поліпшення іміджу компанії, зростання репутації; реклама товару або послуги; висвітлення діяльності компанії в ЗМІ; стабільність і стійкість розвитку компанії в довгостроковій перспективі; можливість залучення інвестиційного капіталу для соціально-відповідальних компаній вище, ніж для інших компаній; збереження соціальної стабільності в суспільстві в цілому; податкові пільги [23]. Усе це досягається спільними зусиллями як підприємства, так і держави, яка повинна робити певні кроки для стимулювання власників компаній.

Переваги від втілення КСВ у діяльність підприємств достатньо різноманітні й активно досліджуються вченими через спірність питання з боку підприємців та науковців. Такі різні погляди представлено в табл. 1.7.

**Таблиця 1.7. – Переваги втілення КСВ у діяльність підприємств: систематизація поглядів**

Автор	Переваги	Характеристика
1	2	3
І.Ф. Комарницький, З.І. Галушка	Поліпшення ефективності процесів виробництва.	Зумовлене необхідністю знаходити, наприклад, приховані вагелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу або пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів.
	Підвищення мотивації та продуктивності працівників.	Оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників.
	Формування стабільного психологічного клімату в організації.	Психологічні фактори мотивації, турбота про працівників обертаються формуванням стабільного соціально-психологічного клімату в організації, що сприяє ефективності праці
	Підвищує доступ до нових ринків та поглиблення на вже існуючих.	Підвищення ділової та загально-суспільної репутації компанії зменшує ризики від можливої втрати ринків, покращує доступ до нових ринків.
Міжнародний стандарт ІСО 26000 О. Є. Бабіна, А. А. Комарова	забезпечення більш інформованого прийняття рішень на основі кращого розуміння очікувань суспільства, можливостей, пов'язаних із соціальною відповідальністю (у т.ч. краще управління юридичними ризиками); поліпшення практики організації з управління ризиками; поліпшення репутації організації та забезпечення більшої довіри суспільства;	

Продовження табл. 1.7

1	2	3
	підтримка отриманого організації громадського дозволу на здійснення діяльності;	
	генерування інновацій;	
	поліпшення конкурентоспроможності організації, включаючи доступ до фінансів і статус привілейованого партнера;	
	поліпшення відносин організації із зацікавленими сторонами, що відкриває організації доступ до нових перспектив і контакту з широким спектром різноманітних зацікавлених сторін;	
	підвищення лояльності, прихильності й участі працівників та підняття їх духу;	
	підвищення безпеки та здоров'я трудящих – і жінок, і чоловіків;	
	позитивний вплив на можливість організації залучати, мотивувати і утримувати працівників;	
	забезпечення економії, пов'язаної з більш високою продуктивністю та ресурсоефективністю, більш низьким споживанням енергії та води, зменшенням утворення відходів і використанням цінних побічних продуктів;	
	підвищення надійності та справедливості транзакцій шляхом відповідального залучення до політики, добросовісної конкуренції та відсутності корупції;	
	запобігання або ослаблення потенційних конфліктів зі споживачами щодо продуктів або послуг.	

Продовження табл. 1.7

1	2	3
Бухаріна Л. М., Сучков А. В.	Сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи.	Фірми, які визнали необхідність соціальної діяльності, прагнуть забезпечити собі довгострокові гарантії забезпечення прибутку. Цей тренд став закономірною реакцією на поліпшення ставлення суспільства до соціально відповідальних компаній. СВ сприяє формуванню сприятливого ділового іміджу організацій в суспільстві.
	Морально-етичні зобов'язання.	Комерційні та виробничі фірми можуть і повинні мати так звану соціальну совість. Їм варто нести перед суспільством відповідальність вже тому, що відповідальні дії відповідають їх власним інтересам.
	Формування сприятливої репутації в суспільстві.	Фірми прагнуть поліпшити свою репутацію в суспільстві з метою збільшення обсягів продажів, наймати кваліфікованих працівників, отримувати доступ до державного фінансування та інших вигод і пільг. Оскільки громадськість вважає соціальні цілі важливими, компанії можуть сформуванню сприятливу суспільну думку про себе, вирішуючи ті чи інші соціальні завдання.
	Поліпшення зовнішнього середовища.	Участь фірм у соціальних заходах сприяє вирішенню багатьох серйозних проблем суспільства. Вони можуть допомогти підвищити якість життя у своєму місті і сформувати в ньому бажане суспільне середовище, що сприяє залученню і найму кваліфікованих і морально відповідальних працівників.
	Зменшення державного регулювання.	Державне регулювання викликає додаткові економічні витрати і обмежує гнучкість менеджерів у процесі прийняття рішень. Підвищуючи рівень своєї соціальної відповідальності, компанія може очікувати скорочення тиску з боку державних органів.

Продовження табл. 1.7

1	2	3
	Збалансованість відповідальності і влади.	Компанії, особливо великі, як правило, мають значну владу в суспільстві. Для того, щоб врівноважити цю владу, вони повинні нести певну відповідальність. Якщо влада перевищує відповідальність, така «нерівність» нерідко стає ґрунтом для безвідповідальної поведінки, здатної завдати шкоди інтересам суспільства.
	Збільшення доходів власників (акціонерів) підприємства.	Соціальна відповідальність фірми рано чи пізно сприяє підвищенню ціни на її акції. На фондовому ринку соціально відповідальна компанія буде вважатися компанією з меншими ризиками і більш відкритою для громадської критики. Таким чином, здійснюючи соціальні заходи, організація забезпечує найкраще співвідношення ціни і доходу по своїх акціях.
	Наявність ресурсів.	Комерційні та виробничі фірми мають фінансові ресурси, технічних фахівців та досвід в сфері управління, це є достатніми для надання підтримки громадським і благодійним проектам, яким потрібна допомога.
	Краще передбачати проблеми, ніж ліквідувати їх наслідки.	Будь-які соціальні проблеми рано чи пізно доведеться вирішувати. Компаніям варто робити певні дії перш, ніж ці проблеми стануть серйозними, а їх вирішення дорогим і таким, яке буде потребувати значних витрат енергії менеджерів, призначеної для досягнення іншої мети, зокрема виробництва продукції та послуг.
Матриця бізнес-можливостей соціальної відповідальності (SustainAbility International 2004)	розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів;	
	формування позитивного іміджу компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків;	

1	2	3
	удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, ріст прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування;	
	стабільність трудових ресурсів;	
	ефективний ризик – менеджмент	

\* Складено автором на основі [5; 29; 165; 234].

Отже, з таблиці видно, що від утілення КСВ-практик переваг достатньо багато й вони позитивно впливають як на внутрішнє середовище компанії, так й на зовнішнє: покращується мікроклімат підприємства, вирішується проблема плинності висококваліфікованих кадрів, зростає ефективність роботи підприємства, покращується імідж, налагоджуються відносини із партнерами, споживачами та постачальниками. Тобто, застосування соціальної відповідальності несе в собі позитивний вплив на результативність підприємства, хоча й має в своїй основі затратну складову.

Нажаль, КСВ в Україні ще не стала частиною стратегічного менеджменту: лише деякі компанії мають стратегію соціальної відповідальності, процес формування окремих підрозділів так і не розпочався, відсутній механізм контролю впровадження заходів з соціальної відповідальності. Більшість підприємств, які мають чітко функціонуючу КСВ, це представники міжнародних компаній, які мають підрозділи в Україні, а також найбільш великі українські підприємства (СКМ) [86; 87].

Як зазначає Д. Задирак, тема КСВ поки що не набула масового звучання та практичного поширення в Україні. Він виділяє такі факти, що підтверджують його думку: порушення з боку роботода-

вців міжнародних прав людини та трудових стандартів; недотримання законодавчо встановлених соціально-трудова прав і гарантій працівників; низький рівень заробітної плати; тривала заборгованість із виплати заробітної плати; невиправдана економія на інвестиціях в охорону праці та здоров'я працівників, а також у професійний розвиток [46]. Дані факти відображають реальну ситуацію на українських підприємствах, яка склалась з часів отримання незалежності нашою державою та відсутністю реальних регуляторних важелів та стимулів з боку держави з врегулювання цього питання [77].

Недостатній рівень розвитку КСВ в Україні пояснюється наявністю низки стримуючих факторів, таких як нестача фінансових ресурсів, недосконалість чинного законодавства у сфері соціальної відповідальності бізнесу, складність визначення економічного ефекту від соціально відповідальної діяльності, відсутність належних стимулів розвитку соціальної відповідальності. Ступінь впливу цих факторів на підприємства різних розмірів має певні відмінності. Так, для малих підприємств найбільшим стримуючим фактором є недосконале вітчизняне законодавство, для середніх і великих – нестача фінансових ресурсів [148, 184].

В Україні ще не сформувалася національна модель соціальної відповідальності бізнесу. Ця діяльність охоплює багато напрямків, зорієнтована на задоволення нагальних потреб суспільства, зумовлена специфікою даного етапу соціалізації економіки та традиціями розв'язання соціальних проблем, які стосуються функціонування соціальної інфраструктури. Специфіка і складність зумовлена деякими особливостями, серед яких можна виділити, що СВБ в Україні розвивається стихійно. Не існує чітко виписаних державних чи виважених корпоративних рішень для її впровадження, у більшості випадків не визначені ті напрямки соціалізації бізнесу, які можуть забезпечити максимальну віддачу [158]. Саме це й об-

ґрунтує напрями розвитку механізмів соціальної відповідальності в Україні. Усунення існуючих проблем та врахування потреб суспільства (як-то споживачів, так і самих власників підприємств) й створить підґрунтя для формування ефективної системи соціальної відповідальності в Україні у двовимірному аспекті: держава-бізнес.

Сьогодні вже неможливо уявити скільки-небудь значущу західну компанію, яка не була б провідником принципів корпоративної соціальної відповідальності, які декларують добровільне рішення компаній брати участь в оздоровленні природи і захисту навколишнього середовища. Цей підхід, сформульований у державній доктрині соціальної відповідальності бізнесу, набув широкого поширення в Європі, США, Японії. Багато соціально відповідальних корпорацій створюють внутрішні комітети або комісії з етики та/або соціальної відповідальності, завдання яких – об'єднання широкого кола пов'язаних з компанією організацій і людей для участі в розробці стратегії розвитку корпорації в питаннях корпоративної етики та соціальної політики щодо найманої праці і суспільства в цілому, політики з охорони навколишнього середовища, створення ефективного кодексу корпоративного управління, дотримання прав людини у відносинах з постачальниками, споживачами і персоналом [32]. Вивчення досвіду іноземних країн, які досягли в цьому успіху, допоможе визначити найбільш прийнятні для України шляхи з розвитку соціальної відповідальності бізнесу нашими підприємствами.

В.В. Ровенська та В.В. Лінник у своєму дослідженні наводять розуміння КСВ з боку іноземних та вітчизняних компаній, які представлено у додатку А. Для міжнародних фірм більш типовим сприйняття КСВ є не тільки як відповідальність перед споживачами та співробітниками, але й перед акціонерами та стейкхолдерами [265]. Тоді як для наших підприємств довгий проміжок часу розуміння цієї категорії відбувалось саме з боку споживачів та співро-

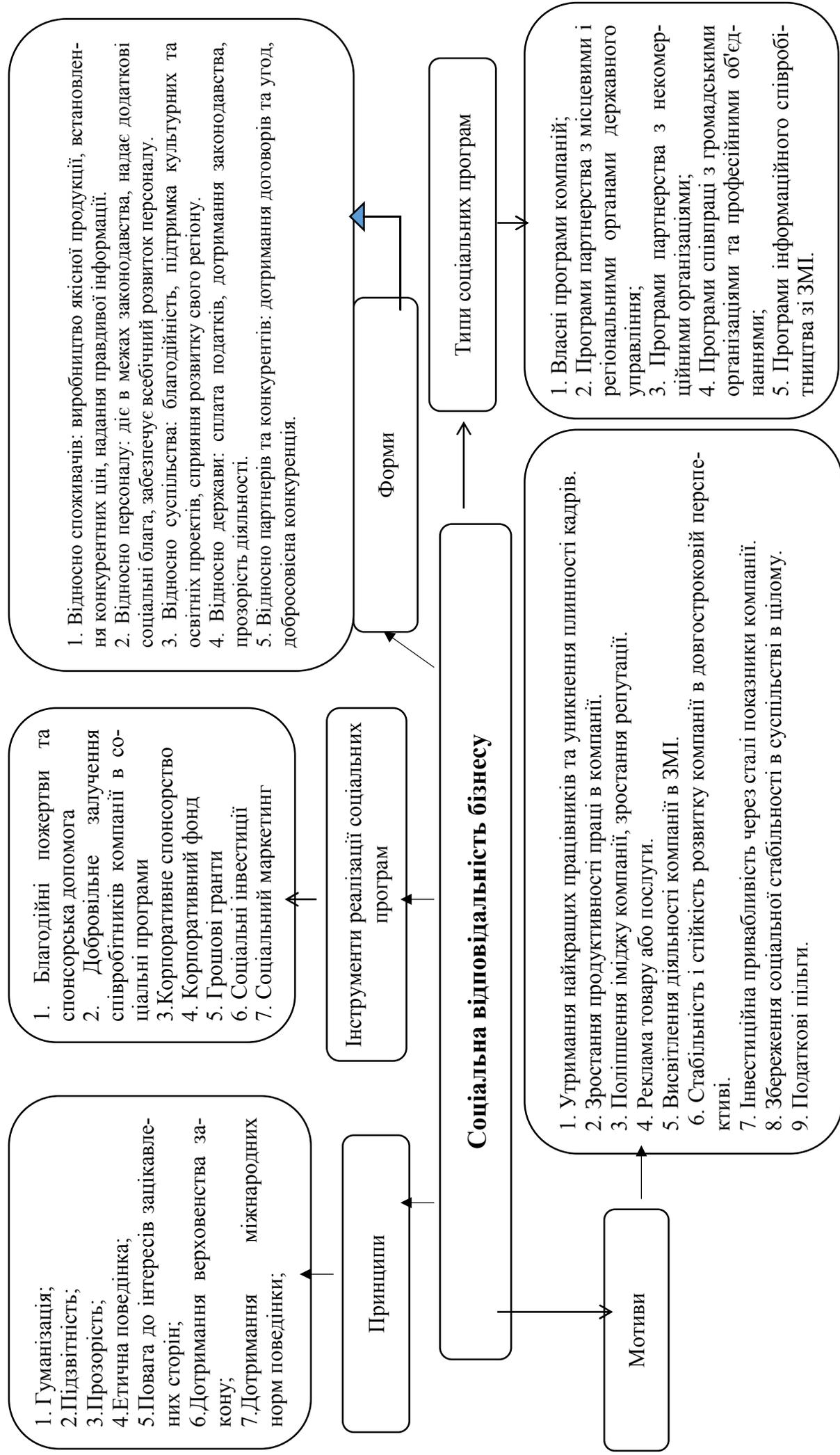
бітників. Необхідним є розвиток бачення соціальної відповідальності бізнесу в бік урахування інтересів усіх груп стейкхолдерів.

З кожним роком у світовій економіці усе більш очевидно стає тенденція до перегляду основних постулатів ведення бізнесу, до зміни його головних орієнтирів, пріоритетів і цінностей. «Дикий капіталізм», при якому кожний його учасник намагається швидко, без врахування інтересів інших суб'єктів нагромадити великі капітали, втрачає свої позиції. Його місце займає сучасний тип підприємництва, орієнтований на суспільство, його потреби й інтереси – соціально-відповідальний бізнес. Такий процес сучасної переорієнтації цілей і інтересів бізнесу є не випадковим. Він викликаний об'єктивними причинами, пов'язаними з еволюцією підприємницьких цінностей [273] та прийняттям концепції сталого розвитку, в умовах якої й має відбуватись розвиток національної економіки України.

Подібна практика ведення бізнесу одержує сьогодні все більше й більше поширення у світі. Україна не є винятком. У країні постійно збільшується число соціально-відповідальних компаній, залучених у благодійні програми, що відкрили свої власні благодійні фонди, що й реалізують стратегічні благодійні ініціативи. Однак становлення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу й підприємництва у порівнянні з розвиненими країнами помітно відстає. При цьому соціально активними підприємствами в Україні в основному є філії й представництва великих міжнародних корпорацій [100].

Основною причиною такої ситуації в Україні є багато в чому відсутність у вітчизняних підприємців елементарних навичок ведення цивілізованого бізнесу, а також відсутність необхідної законодавчої бази, що заохочує соціально відповідальний бізнес [260].

На рис. 1.2. представлено авторську розробку – узагальнюючу різні підходи та погляди вчених теоретико-методологічну модель КСВ.



**Рисунок 1.2. - Теоретико-методологічна модель соціальної відповідальності бізнесу (Складено автором)**

Таким чином, було узагальнено теоретико-методологічну модель соціальної відповідальності бізнесу, яка включає в себе основні принципи, інструменти, мотиви та переваги від реалізації соціальної відповідальності на підприємстві. Ця модель побудована на вивченні різних теоретичних точок зору на проблематику КСВ та їх узагальненні, являє собою уніфікований вигляд соціальної відповідальності бізнесу будь-якого підприємства.

Але вивчення поглядів вчених та їх узагальнення показало, що вони є обмеженими в орієнтації саме на соціальну складову відповідальності, що не повністю розкриває зміст цього цієї категорії. Для обґрунтування цієї точки зору розглянемо основні моделі соціальної відповідальності.

У практиці соціальної відповідальності використовуються різні моделі, що залежать від сфери діяльності підприємства, цілі операцій та напрямку діяльності компанії. Найбільш розповсюдженою є модель, яку запропонував А. Керолл, один із засновників теорії соціальної відповідальності.

За словами А. Керолла, «корпоративна соціальна відповідальність передбачає ведення бізнесу таким чином, щоб він був економічно вигідним, підпорядковувався закону, етичним та соціально сприятливим. Тобто бути соціально-відповідальним означає, що рентабельність та дія в межах закону є найпершою умовою під час обговорення етики фірми та того, наскільки підтримує суспільство, в якому цей бізнес існує, внесок коштів, часу та таланту». Керолл зобразив свою модель у вигляді піраміди, де різні шари піраміди допомагають бачити менеджерам різні типи зобов'язань, які суспільство очікує від бізнесу [394]. Модель А. Керолла охоплює чотири види соціальної відповідальності: економічну, правову, етичну та філантропічну. Їхню коротку характеристику представлено у табл. 1.8.

**Таблиця 1.8. – Модель СВБ за А. Кероллом**

№ з/п	Тип	Характеристика
1.	Економічна	Перша відповідальність компанії – це її економічна відповідальність. Це стосується відповідальності бізнесу за виробництво товарів і послуг, необхідних суспільству, та продажу їх задля прибутку.
2.	Правова	Юридична відповідальність компанії – це вимоги, які встановлені законом. Поряд із забезпеченням того, що компанія є прибутковою, забезпечення її відповідності всім законам є найважливішою відповідальністю.
3.	Етична	Після того, як компанія виконала економічні та юридичні обов'язки, вона має виконати обов'язок етичний. Етичний обов'язок – це обов'язок, який компанія висуває собі сама, оскільки вважає це за потрібне. Етичні обов'язки можуть включати в себе бережливе ставлення до довкілля, виплату справедливої заробітної плати або відмову у веденні бізнесу з країнами, що справляють негативний вплив на політичну ситуацію, наприклад.
4.	Філантропічна	Якщо компанія здатна виконувати всі свої інші обов'язки, вона може розпочати виконання добродійної відповідальності. Добродійні обов'язки – це обов'язки, які виходять далеко за межі того, що просто потрібно або які компанії вважають правильними. Вони включають в себе зусилля, спрямовані на покращення благ суспільства – наприклад, шляхом надання послуг громадським організаціям, залучення проектів, спрямованих на сприяння навколишньому середовищу або пожертви коштів на добродійність. Тобто, це найвищий рівень відповідальності компаній.

\* Складено автором на основі [336; 388; 394].

Отже, з таблиці видно, що А. Керролл вперше розділив КСВ на 4 моделі та економічна виступає першою в компанії, тобто мета будь-якого бізнесу – заробляти гроші, щоб мати можливість платити заробітну плату, виробляти товари та послуги. На основі економічної відповідальності будуються всі інші види. Тобто, це є основою КСВ.

Джеймс Бруннер у своїй книзі «Корпоративна відповідальність та легітимність» описує чотири теорії КСВ: класичні, заціка-

влені сторони, соціальна вимоги та соціальний активіст. Він розрізняє типи КСВ іншим чином, аніж А. Керолл (табл. 1.9).

**Таблиця 1.9. –Типи КСВ за Дж. Бруннером**

Тип	Характеристика	Примітка
<b>Класична</b>	Люди, які працюють разом у задовольняючих умовах або за умови вигідного обміну – призводять до найбільш ефективної економічної системи. Щоб виконати свою інституційну відповідальність перед суспільством, корпорації повинні обмежувати будь-які соціальні заходи, які додають витрати та зменшують їх прибуток. У цій моделі уряд має функціонувати, щоб просувати діяльність та закони, які захищають/від них відіграють громадськість.	Класичні теоретики вважають, що їхня модель є найбільш соціально відповідальною, оскільки вона є найбільш ефективною: 1. Акціонери отримують вигоду, оскільки вони отримують більший прибуток від своїх інвестицій. 2. Споживачі отримують вигоду, оскільки ціни залишаються низькими. 3. Працівники задоволені тим, що вищі прибутки допомагають компанії розширюватися, створюючи більше робочих місць, підвищуючи заробітну плату та інші переваги. 4. Суспільству в цілому вигідно, тому що ці успішні підприємства та їхні працівники сплачують податки уряду, який потім виконує свої соціальні функції: освіта, дороги, соціальні служби тощо. Уряд також виступає в інтересах суспільства для визначення законів які ці компанії повинні дотримуватися.
<b>Стейкхолдерів</b>	Окрім отримання прибутку, ця модель включає в себе розгляд впливу на основні зацікавлені сторони при прийнятті рішень. До зацікавлених сторін входять: <ul style="list-style-type: none"> <li>• акціонери</li> <li>• працівники</li> <li>• споживачі</li> <li>• постачальники</li> <li>• кредитори</li> <li>• конкуренти</li> <li>• члени державних установ, які</li> </ul>	Аргументи на користь цієї моделі надають деякі приклади більш широкої етичної структури. Багато теоретиків роблять протекціоністські аргументи.

Закінчення табл. 1.9

1	2	3
	<p>здійснюють нагляд за фірмою (у випадках юрисдикції та функціонування державних агенцій)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• професійні групи, що представляють людей в компанії</li> <li>• жителі місцевих громад, в яких розташовані об'єкти або заводи.</li> </ul>	
<b>Соціального попиту</b>	<p>Згідно цієї теорії, корпорація існує для виконання вимог широкої громадськості. На відміну від теорії зацікавлених сторін ця теорія стверджує, що керівництво є безпосередньо відповідальним перед широкою громадськістю.</p>	<p>Прихильники цієї моделі стверджують, що менеджери розглядають вимоги або очікування своїх зацікавлених сторін та громадськості. Керівники повинні приймати рішення, які сприяють добробуту широкої громадськості, як ними очікується.</p>
<b>«Соціальний активіст»</b>	<p>Ця модель передбачає, що корпорації несуть відповідальність перед усім суспільством. Прихильники обох цих моделей стверджують, що керівники повинні бути соціальними та моральними лідерами в суспільстві, а корпорації повинні вирішувати такі важливі проблеми, як бідність та глобальне здоров'я. Модель соціальної активності (або моралізму) передбачає універсальний стандарт визначення цих обов'язків. Багато теоретиків стверджують, що основою для цього стандарту є етичність, тоді як інші відносяться до релігійної основи.</p>	<p>Існує велика різноманітність, але тут є кілька обов'язків:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• добровільно розкривати вміст продуктів</li> <li>• вивчити етичний вплив їх дій</li> <li>• розкривати результати своїх соціальних показників</li> <li>• впровадити кодекс поведінки</li> <li>• приймати на роботу фахівців з соціальних або етичних рішень для надання консультацій керівникам</li> <li>• проводити дослідження соціального впливу до прийняття основного рішення</li> <li>• бути більш щедрим у благодійництві</li> <li>• впровадити планування соціальної відповідальності.</li> </ul>

\* Складено автором на основі [378-381].

Таким чином, запропонована Бруннером модель також розрізняє 4 типи КСВ, але вони дещо відрізняються від моделей А. Кер-

ролла. Вони описують, як саме підприємство залучається до КСВ. Перша – найпростіша – класична модель, що має якесь відношення до економічної моделі Керролла. В інших моделях підприємства все більше долучаються до соціальної відповідальності. Останній тип «Соціальний активіст» деякі вчені вважають навіть релігійними або етичними стандартами [350].

Існує також інша модель КСВ, яка буде представлена нижче. Вона також передбачає чотири моделі соціальної відповідальності, але має відмінності. Необхідним є зауваження, що ця типологія розроблена для малих та середніх підприємств (МСП). Теоретично Юн Ма (Jun Ma) виділяє наступні: ієрархічна модель КСВ, модель пліч-о-пліч, моделі зірок та моделі координування КСВ.

Відповідно до цієї типології, першою відповідною структурою є модель ієрархії КСВ з огляду на особливості МСП. Перша відповідна структура – це чотири частини визначення КСВ, що включає економічну відповідальність (робочі місця, заробітну плату та послуги), юридичну відповідальність (юридичну відповідність і гра на правилах), етичну відповідальність (бути моральним і щось робити є справедливим, правильним та чесним), а також дискреційна (філантропічна) відповідальність (необов'язкові благодійні внески), яку запропонував Керролл і описано вище.

Друга – це модель КСВ «пліч-о-пліч», в якій розглядаються принципи мотивації відповідальної поведінки, процесів реагування та результатів соціальної діяльності. Комплексний та інтегрований підхід до КСВ в ідеалі призведе до уваги до всіх трьох аспектів КСВ (принципів КСВ, процесів соціального реагування та наслідків корпоративної поведінки) у всіх сферах діяльності компанії (наприклад, економічних, юридичних, етичних, і дискреційних).

Модель зірок – третя відповідна основа, яка забезпечує ще один теоретичний погляд. Це допомогло переосмислити характер фірми, заохочуючи до розгляду нових зовнішніх зацікавлених сторін за традиційними фондами-акціонерами, клієнтами, працівниками та постачальниками, а також легітимізувати нові форми взаєморозуміння та дії керівництва.

Четвертою за Юн Ма теоретичною моделлю є Координаційна модель КСВ, в якій автор визначає два відповідні параметри для аналізу КСВ на практиці, що включає мотивацію (стратегічну проти альтруїстичної) та місце відповідальності (корпоративний/індивідуальний). Стратегічний мотив спрямований на узгодження твердих та управлінських інтересів з суспільними інтересами, а альтруїстичний мотив – гуманітарний чи благодійний, що включає справжню необов'язкову турботу, незалежно від того, чи отримає фірма конкретні переваги чи ні. Корпоративний локус відповідальності покладає відповідальність за соціальні дії на саму корпорацію, тоді як індивідуальний локус відповідальності посилює увагу до ролі окремих менеджерів як поборників КСВ, здійснюючи управління та вплив у досягненні певних соціальних заходів [361].

Таким чином, можна зробити висновок, що подібні моделі класифікації КСВ підходять для підприємств МСП та багатонаціональних компаній. Ця класифікація є більш складною, ніж перша, тому що вона розглядає це у своїй першій моделі. Інші моделі відрізняються за тим, що вони вивчають, або що є мотиваційним аспектом або частиною окремих громадян та працівників у сфері КСВ тощо.

Наступна класифікаційна модель КСВ пропонує дві моделі: модель виборчого округу та модель стійкості КСВ.

Виборча модель КСВ розглядає корпорацію як організацію, що складається з ряду різних груп людей, в яких члени кожної групи поділяють більш-менш спільні інтереси. Наприклад, акціонери, як правило, прагнуть отримати максимальну віддачу від своїх інвестицій. Працівники хочуть нагороди від роботи, задовільні умови праці та хорошу зарплату. Кредитори очікують, що вони отримають усі виплати відповідно до умов їхніх контрактів. Згідно з цією точкою зору корпорації, КСВ вимагає від керівництва збалансувати інтереси акціонерів та недержавних осіб. Соціально відповідальне лідерство, отже, вимагає того, щоб керівництво стримувало своє прагнення до отримання прибутку з огляду на такі міркування.

Підхід до сталого розвитку у КСВ ґрунтується на ідеї про те, що корпоративний суб'єкт господарювання повинен залишатись економічно життєздатним у довгостроковій перспективі. Корпорація повинна генерувати прибуток, оскільки виживання вимагає цього, але виживання найбільш виразно не вимагає короткострокової максимізації прибутку.

Зв'язок між стійкістю та КСВ – це просто усвідомлення того, що довгострокове процвітання корпорації залежить від добробуту її різних зацікавлених сторін, включаючи працівників, постачальників та клієнтів. Стійкість також вимагає наявності природних ресурсів та природного середовища, в якому корпорація та її різні округи можуть вижити і процвітати. Оскільки сама корпорація відіграє значну роль у визначенні добробуту цих зацікавлених сторін та у виробленні продуктивних, надійних відносин з ними, підхід до стабільності до успіху в бізнесі має потенціал для досягнення багатьох цілей, які захищають прихильники КСВ [377].

Також є класифікація Дж. Лантоса, яку він презентував в роботі «Етичність альтруїстичної соціальної відповідальності бізне-

су». Вона заснована на моделі Керолла, але автор виділяє в ній три різні типи СВБ: етичну СВБ (моральний обов'язок компанії забезпечувати власну економічну відповідальність, правову та етичну); альтруїстичну СВБ(задоволення організаційної філантропічної відповідальності, виходячи за рамки запобігання можливої шкоди (етичної СВБ), щоб допомогти пом'якшити недоліки суспільного добробуту, незалежно від того, чи буде це корисно для самого бізнесу); стратегічна СВБ (догляд за діловими колами, які виконують стратегічні ділові цілі) [361].

Останні дві класифікації розглядають відповідальність в організаціях, тобто не напрямків її реалізації, а саме обсяг поглиблення соціальної відповідальності в діяльності компанії.

Для більш глибокого аналізу СВБ необхідним є вивчення моделі, яка запропонована українським науковцем М. О. Кужелєвим. Він пропонує модель СВБ розглядати як систему «відповідальностей» корпорації, що визначає комплекс соціально відповідальних дій і заходів. Мотивом для соціально відповідальної поведінки є очікування стейкхолдерів, дії яких обумовлюють економічний успіх корпорації, а значить і її існування. Він розглядає корпоративну соціальну відповідальність як кубічну модель.

Саме кубічна тривекторна структура КСВ дозволяє детально розглянути систему корпоративних відносин, які виникають у трикутнику «держава – суспільство – корпорація» у проекціях «економічна відповідальність – юридична відповідальність», «економічна відповідальність – етична відповідальність» і «юридична відповідальність – етична відповідальність» для вибору оптимальної моделі КСВ для України. У своєму дослідженні він бере за константу, незалежну та залежну змінну, ту чи іншу відповідальність та розглядає основні тенденції у відповідальності. Виходячи з цього,

зазначає якій моделі це більше притаманно та яка може бути більш прийнятною для України [170].

Можна зробити висновок, що досить велика увага приділяється вивченню моделей соціальної відповідальності. В основі кожної моделі лежить його економічна складова, яка стверджує, що компанія спочатку зосереджувала увагу на економічному розвитку, і це ще одна відповідальність за оновлення компанії. Але очевидно, що тільки економічне зростання не є соціально відповідальним, це довгий і взаємний причинний процес.

У табл. 1.10 виокремлено економічні складові в розглянутих вище моделях.

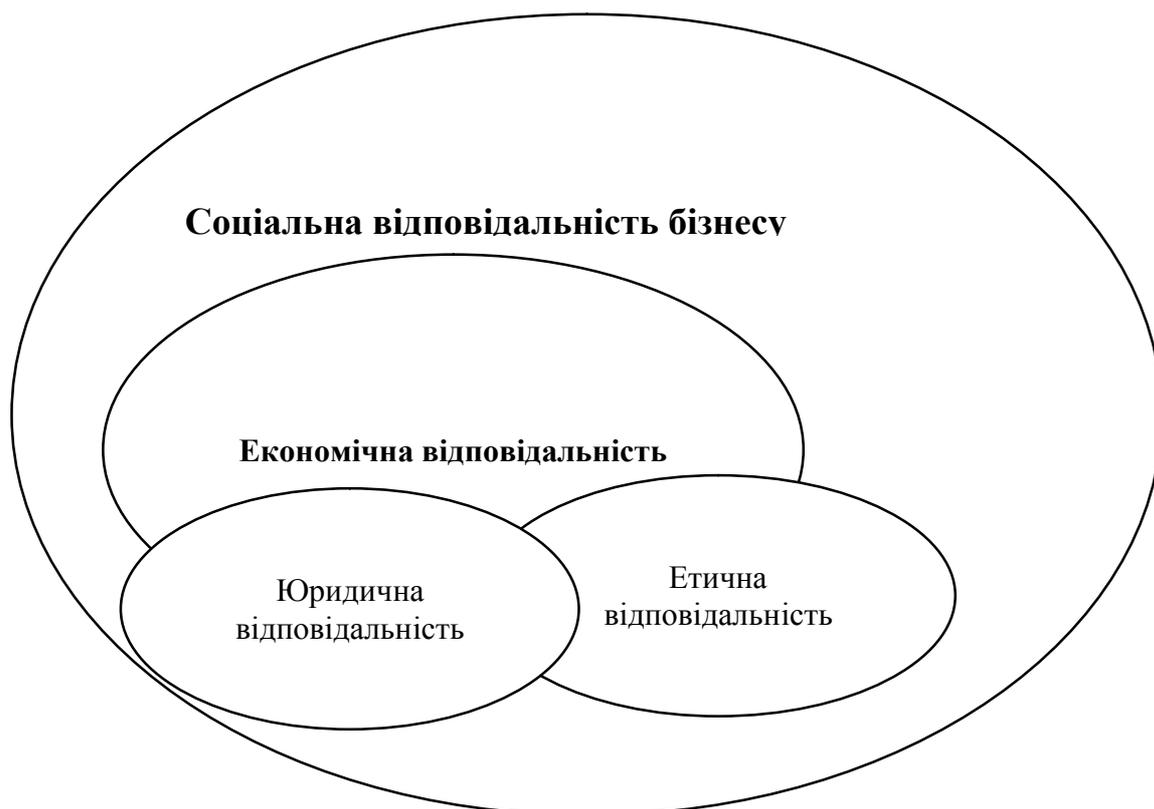
**Таблиця 1.10. – Соціально-економічний аспект КСВ моделей**

	<b>Автор</b>	<b>Назва моделі</b>
<b>Соціально-економічна відповідальність</b>	А. Керролл	Економічна
		Філантропічна
	Дж. Бруннер	Класична
		Стейкхолдерів
	Юн Ма	Ієрархічна модель
		Модель зірок
	Д. Міллон	Виборча модель
		Модель стійкого розвитку
	Дж. Лантос	Етична
		Альтруїстична
		Стратегічна
	М. Кужелєв	Економічна відповідальність

\* Власна розробка автора

Тобто, після розгляду вищенаведених моделей, можна дійти висновку, що вони в основному розглядають відповідальність з точки зору її спрямування. Мається на увазі, що це економічна, етична, юридична сфера. Тобто там, де вона реалізується.

Узагальнену схему моделі соціальної відповідальності бізнесу та взаємозв'язок її складових представлено на рис. 1.3.



**Рисунок 1.3. – Схема соціальної відповідальності бізнесу та взаємозв'язок її складових**

Так, виходячи з того, що велика частка СВБ орієнтована саме на економічний напрям, то доцільним є виокремлення такої її складової як соціально-економічна відповідальність.

Знову звернемось до моделі А. Керолла, де саме економічна відповідальність визначається базовою функцією компанії на ринку товарів і послуг, на якому вона постає в ролі виробника. Ця функція спрямована на задоволення потреб споживачів та одержання

економічних вигід (доходів). У неї входить: заробіток достатнього прибутку на власний акціонерний капітал для задоволення акціонерів, надання продукції, що варта сплачених за неї грошей, для задоволення покупців, створення нових робочих місць та нових матеріальних цінностей для свого бізнесу, заохочення інновацій [156].

Основний сенс соціально-економічної відповідальності полягає в тому, що це відповідальність підприємництва перед співробітниками, споживачами, конкурентами, суспільством взагалі, за допомогою економічних засобів та важелів. На відміну від характеристики просто економічної відповідальності в означеній моделі, соціально-економічна полягає не тільки в підвищенні рентабельності підприємства та отриманні доходу, а в реалізації соціальної відповідальності саме економічними інструментами, також отримання додаткових економічних вигід підприємством як результат реалізації соціальної відповідальності [95- 97].

Т. М. Савіна у своїй дисертації визначає соціально-економічну відповідальність бізнесу як особливо інтегрований феномен, що характеризує діяльність кожного окремого суб'єкта господарювання, що забезпечує економічне зростання і прогресуюче якісне поліпшення життя населення [268].

Отже, можна узагальнити, що соціально-економічна відповідальність стосується тих сфер, які конкретно спрямовані на отримання грошей. Звичайно, що існують ще елементи екологічної, правової, етичної відповідальності, але вони носять трохи інший характер. Якщо юридична відповідальність вимагає від підприємств відповідати усім правовим нормам, етична – дотримання етичних норм та принципів, екологічна – захист навколишнього середовища, то соціально-економічна спрямована на покращення

життя населення саме економічними засобами. Поліпшення життя населення відбувається шляхом реалізації соціальних програм, грантів, соціально-відповідальних інвестицій, філантропії тощо [352].

Мухаммад Захід зі співавторами описують соціальну та економічну відповідальність наступним чином: соціальна відповідальність стосується відносин між фірмою та суспільством. У цьому ракурсі досліджується вплив компаній на суспільство, де компанії функціонують. Це стосується трудової практики, якості праці, прав людини, окремих осіб суспільства та відповідальності за продукцію. Соціальна відповідальність зобов'язана підтримувати позитивні відносини між фірмою та її зацікавленими сторонами; економічна відповідальність, в свою чергу, забезпечує економічну та фінансову стійкість фірми. Основним завданням КСВ є підтримка екологічної та соціальної стійкості, без шкоди для економічної стабільності підприємств [397].

Можна зробити висновок, що соціальна та економічна відповідальність полягає у поєднанні соціальної відповідальності з економічними важелями, що означає економічний розвиток компанії для підтримки своїх працівників та навколишнього середовища.

На мікрорівні вона проявляється у відповідальності перед усіма групами стейкхолдерів, також враховуючи суспільство, тоді як на макрорівні передбачається, що вона буде виявлятися у діях держави по забезпеченню нормативно-правового регулювання економічної складової, а також стимулювання її реалізації.

Таким чином, у дослідженні було окреслено обмеженість поняття соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях та уведено нову категорію «соціально-економічна відповідальність підприємництва», що розширює усталений погляд на проблемати-

ку КСВ та підвищує значущість саме економічної складової в реалізації соціальної відповідальності. Окреслено реалізацію соціально-економічної відповідальності на перетині макро- та мікрорівнів.

### **1.3 Інструментарій реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва**

Вище було виокремлено авторську категорію «соціально-економічна відповідальність підприємництва», яка була визначена як відповідальність підприємства перед широким колом осіб (власники, акціонери, працівники, постачальники, клієнти, конкуренти, суспільство), яка реалізується за допомогою економічних заходів та спрямована на отримання прибутку, реалізації соціально-відповідальних дій та збільшення загального добробуту населення.

Для концептуалізації цього поняття необхідним є вивчення основних його складових, однією з яких виступають інструменти, як засіб, за яким реалізується сама соціально-економічна відповідальність. Їх доцільно розглядати крізь призму інструментів соціальної відповідальності бізнесу (табл. 1.11).

**Таблиця 1.11. – Підходи до виділення інструментів соціальної відповідальності бізнесу**

<b>№п/п</b>	<b>Автор</b>	<b>Інструменти</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1.	Ф. Котлер, Лі Н.	1.Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу 2.Доброчинний маркетинг 3.Корпоративний соціальний маркетинг 4.Корпоративна філантропія 5.Просування доброчинної справи 6.Волонтерська діяльність

Продовження табл. 1.11

1	2	3
2.	Стандарт SA 8000:2001 Соціальна відповідальність	1.Грошові гранти 2.Благодійні пожертвування та спонсорська допомога 3.Соціально значущий маркетинг 4. Еквівалентне фінансування 5. Соціальні інвестиції 6. Адміністративний/соціальний бюджет
3.	Діловий журнал в області КСВ та сталого розвитку Sustainable business [127]	1.Соціальні програми підприємств 2.Волонтерство 3.Спонсорство 4.Благодійність
4.	О. П. Гоголя, М. М. Кудінова	<u>Внутрішні:</u> 1.Філософія фірми 2.Ціннісно-нормативна культура 3.Соціально-психологічна культура 4.Культура внутрішніх комунікацій 5.Подієва культура <u>Зовнішні:</u> 1.Просування соціально-значущої проблеми 2.Корпоративний соціальний маркетинг 3.Благодійний соціальний маркетинг і корпоративна філантропія 4.Волонтерська робота на благо суспільства 5.Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу 6.Соціальні звіти 7.Соціальні експертизи
5.	В.О. Огородник	1.Благодійність 2.Програми, спрямовані на вирішення системних соціальних, економічних, екологічних та правових проблем 3.Спонсорські проекти у сфері культури, науки та спорту 4.Меценатство 5.Фандрайзинг
6.	О.О. Охріменко, Т.В. Іванова	1.Філантропія 2.Соціально відповідальне інвестування 3.Соціальне підприємництво 4.Соціальні венчурні фонди 5.Соціально-відповідальний маркетинг 6.Відповідальне управління ланцюгом постачання

Закінчення табл. 1.11

1	2	3
7.	Л. М. Бухаріна, А. В.Сучков	1. Благодійні пожертви та спонсорська допомога 2. Добровільне залучення співробітників компанії в соціальні програми 3. Корпоративне спонсорство 4. Корпоративний фонд 5. Грошові гранти 6. Соціальні інвестиції 7. Соціальний маркетинг

\* Складено автором на основі [29; 44; 135; 165; 221; 231; 287].

Отже, з наведеної таблиці можна дізнатись про основні інструменти, за якими може бути реалізована соціально-економічна відповідальність підприємства. Так, видно, що майже в кожного автора присутні такі інструменти соціальної відповідальності як філантропія, спонсорство, волонтерство, меценатство. Ці інструменти є історично першими в соціальній відповідальності. Однак, зараз все більше стають розповсюдженими новітні: соціальний маркетинг, соціальні інвестиції, соціально-відповідальні інвестиції, гранти, соціально-відповідальне управління поставками тощо. Цей спектр розширюється постійно і залежить від сфери діяльності компанії, її цілей та місії. На українських підприємствах вони ще недостатньо розвинені, що можна пояснити багатьма факторами: починаючи з економічної ситуації, яка не сприяє їх застосуванню, так і тим, що власники бізнесу взагалі ще не дійшли до рівня соціально-відповідальної компанії.

З табл. 1.11 можна наочно побачити, що список інструментів Ф.Котлера, Н.Лі, В.О.Огородника, Л.М.Бухаріної та А.В.Сучкова, а також представлені в стандарті SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність» та в діловому журналі в області КСВ та сталого розвитку Sustainable business майже збігається. Звичайно, вони не тотожні, але

багато в чому автори мають однакову основу. Хоча й В.О.Огородник додає фандрайзинг, Л.М.Бухаріна та А. В.Сучков – соціальні інвестиції. Але науковці О.О.Охріменко та Т.В.Іванова, а також О. П.Гоголя та М.М.Кудінова взагалі пропонують достатньо відмінні інструменти. Так, перші акцентують увагу, що зараз розвиваються нові форми фінансової відповідальності, а саме філантропії, а інші додають соціально-відповідальні інвестиції, соціальне підприємництво, відповідальне управління ланцюгом поставок тощо.

О. П.Гоголя та М.М.Кудінова пропонують авторську класифікацію інструментів соціальної відповідальності бізнесу. Вона поділяє інструменти на внутрішні та зовнішні. Їхню більш детальну характеристику буде розглянуто пізніше, щоб визначити, чи можна їх віднести до соціально-економічної відповідальності. Але зовнішні також у великій мірі не виділяються із загального переліку інструментів, хоча вони й додають до кола інструментів соціальну експертизу та соціальні звіти [29].

Розглянемо більш детально інструменти СВБ. Спочатку представимо історично перші – традиційні інструменти СВБ (табл. 1.12).

**Таблиця 1.12. – Традиційні інструменти соціальної відповідальності бізнесу**

Термін	Автор	Трактування
1	2	3
Філантропія	Ф.Котлер, Н.Лі	надання пожертв безпосередньо благодійній організації, найчастіше у формі грошових грантів, подарунків та (або) товарів чи послуг
Спонсорство та благодійність (добročинна справа)	А.М. Колот, О. А.Грішнова, О. О.Герасименко	форма адресної допомоги, що виділяється компанією для проведення соціальних програм як в грошовій, так і в натуральній.

Закінчення табл. 1.12

1	2	3
	В.О.Огородник	діяльність із метою надання благодійної допомоги нужденним.
	Ф.Котлер, Н.Лі	надання коштів, негрошових та інших корпоративних ресурсів, аби привернути увагу до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, залучити учасників та волонтерів.
Волонтерство	Ф.Котлер, Н.Лі	добровільна неприбуткова діяльність, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги.
	О. П. Гоголя, М.М.Кудінова	компанія підтримує і заохочує зусилля співробітників, партнерів або франчайзі щодо надання допомоги місцевим ГО або жителям регіонів, в яких працює компанія.
	О.О. Охріменко, Т.В. Іванова	підтримка і заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам.
	Діловий журнал в області КСВ та сталого розвитку Sustainable business	широке коло діяльності з традиційними формами взаємодопомоги та самопомоги, офіційне надання послуг та ін. форми громадської участі, яка здійснюється добровільно без розрахунку на грошову винагороду.
Меценатство	В.О. Огородник	надання можливості розвиватися тому члену суспільства, який бажає це суспільство поліпшувати.
Еквівалентне фінансування	А.М. Колот, О. А.Грішнова, О. О.Герасименко	форма адресної фінансової допомоги, яка полягає у спільному фінансуванні соціальних програм з боку організації, органів державного управління.
Грошові гранти		форма адресної фінансової допомоги компанії на реалізацію соціальних програм, наприклад, в галузі освіти чи на проведення прикладних досліджень в сфері діяльності підприємства.

\* Складено автором на основі [29; 44; 135; 165; 221; 231].

У табл. 1.12 представлені традиційні форми соціальної відповідальності бізнесу, а саме: філантропія, спонсорство, благодійність, меценатство, волонтерство, грошові гранти та еквівалентне фінансування. Учені активно досліджують ці категорії та помітним є те, що за своєю суттю вони не відрізняються. Так, усі вони, окрім волонтерства, передбачають фінансові відрахування на ту чи іншу діяльність, це може бути як для вирішення якоїсь суспільної проблеми, так і просто для людей, які потребують допомоги. Волонтерство також належить до традиційних форм соціальної відповідальності та передбачає допомогу нужденним без грошової оплати. Тобто, це такий інструмент СВБ, який не має економічного виміру та таким чином, його не можна віднести до відповідальності соціально-економічної.

Розглядаючи поняття філантропії, спонсорства, благодійності та меценатства, можна зробити висновок, що вони однакові за своєю суттю. Однак це не завжди вірно. Дійсно, раніше з'явився термін «філантропія», а вже після цього (1969 р.) у науковий обіг входить термін «благодійність» [135]. В. Кучероносів стверджує, що благодійність є «проявом філантропії» [174]. Також він зауважує, що меценатство та спонсорство є специфічними формами благодійності [174]. Але спонсорство відрізняється ще й тим, що воно передбачає рекламу конкретного бренду, який надає допомогу [135].

Терміни філантропія та КСВ часто використовуються взаємозамінно, але вони не однакові. Хоча філантропія може бути частиною стратегій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, КСВ набагато ширше, аніж просто жест філантропії [351].

Корпоративна соціальна відповідальність має набагато більше охоплення та більший вплив. КСВ дивиться на компанію в цілому,

і закликає бізнес взяти на себе відповідальність за вплив на навколишнє середовище, працівників, місцеву спільноту та за її межами [335].

А. Керролл визначає філантропію як пік чотиривимірної піраміди (етична, юридична та економічна відповідальності). Він назвав це добродійною відповідальністю. Також її називають дискреційною відповідальністю, це найкраще описується ресурсами, які корпорації надають для соціальних, освітніх, рекреаційних та / або культурних цілей [385].

Визначення А. Керролла благодійної КСВ – а саме: «дії, що відповідають очікуванню суспільства на те, що бізнес стає гарним корпоративним громадянином», – відкриває широкі можливості для тлумачення [336].

Але основою будь-якої інтерпретації цієї концепції є вилучення з компанії грошей з метою поліпшення ситуації в суспільстві. Це можуть бути як окремі громадяни або групи та верстви, так і суспільство в цілому. Оскільки основою цього є економічна база – вирахування грошей для поліпшення життя громадян – автор вважає, що це прояв СЕВП. Крім того, це перший інструмент і один з найпопулярніших.

Згідно з опитуванням Комітету із заохочення корпоративної філантропії (СЕСР), 77 відсотків керівників відзначили, що найважливіша дія, яку вони можуть ініціювати сьогодні для вирішення суспільних проблем, які вплинуть на їхню компанію в 2020 році, полягає в тому, щоб «втягнути соціальну участь у бізнес-стратегію та організаційну структуру» [369].

Таким чином, можна дійти висновку, що філантропія є важливим елементом соціальної відповідальності бізнесу, і через її економічне підґрунтя її можна віднести до соціально-економічної відповідальності підприємництва. Деякі вчені вважають її окремим компонентом КСВ, деякі вважають набагато вужчою, ніж КСВ. Але ва-

жливість філантропії не може бути спростована. Оскільки її реалізація має подвійний ефект: як для громади-одержувача, так і для самого підприємства-донора. Для одержувачів це можливість отримати грошові надходження для власного добробуту та розвитку. Одержувачами можуть бути особи, а також групи, верстви та спільнота в цілому. Для донора позитивний ефект спостерігається у формуванні стабільного позитивного іміджу в очах громади, що впливає на збільшення гарного ставлення до її продуктів та компанії. Автор вважає, що благодійність повинна бути віднесена до реалізації не КСВ в цілому, а саме соціально-економічної відповідальності бізнесу, оскільки вона може бути інтерпретована як грошові відрахування для розвитку громади, культури, екології тощо. Тобто, що матиме соціальний ефект, але завдяки економічному важелю. Тому благодійництво можна вважати еволюційно першим і одним з найбільш широко використовуваних інструментів соціально-економічної відповідальності підприємництва.

Варто звернути увагу на грошові гранти, які також представлені в табл. 1.12 і які можна охарактеризувати як надання коштів на вирішення конкретного питання в будь-якій сфері, наприклад, охорона зовнішнього середовища, підтримка місцевої громади, розвиток конкретних верств населення тощо. Підприємство таким чином може бути соціально-відповідальним, але й розвивати саме ті сфери, в яких воно зацікавлене, і отримати подвійний ефект. Таким чином, грошові гранти можуть вважатись одним з найбільш доступних, ефективних і традиційних інструментів реалізації соціально-економічної відповідальності.

Отже, серед представлених традиційних інструментів СВБ до інструментів соціально-економічної відповідальності можуть бути віднесені усі, окрім волонтерства [74].

Для більш глибокого та змістовного аналізу інструментів соціально-економічної відповідальності розглянемо новітні інстру-

менти, які вже було перелічено у табл. 1.9 та які будуть охарактеризовані у табл. 1.13.

**Таблиця 1.13. – Сучасні інструменти соціальної відповідальності бізнесу**

<b>Термін</b>	<b>Автор</b>	<b>Трактування</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Соціальні інвестиції	Р.Т. Мацьків / Асоціація менеджерів Росії / О. Кузнецова, В. Садков	матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові засоби компаній, які спрямовуються на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін.
	А.В. Бондаренко, Л.О.Омелянович	це спосіб реалізації корпоративної соціальної відповідальності за допомогою цільових програм, які відповідають потребам основних груп зацікавлених осіб – споживачів, персоналу, місцевих громад.
	Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова, В. С. Альошкін	вкладення в об'єкти соціальної сфери з метою отримання доходу й підвищення рівня і якості життя людей за допомогою задоволення їх матеріальних, духовних або соціальних потреб.
	Н.Я. Яневич	компонент інвестицій у людський капітал, що в свою чергу є компонентом соціальних інвестицій загалом.
Соціально-відповідальне інвестування	А.І. Іващенко	це інвестиційний процес, що враховує соціальні й екологічні наслідки вкладень (як позитивні, так і негативні) у контексті фінансового аналізу.
	С.З.Мошенський	є новою інвестиційною стратегією, яка враховує не тільки прибутковість інвестицій, а й корисність чи шкідливість їх для суспільства.

Продовження табл. 1.13

1	2	3
Соціально-відповідальне інвестування	О. Кузнецова, В. Садков	це процес вкладення коштів інвесторів з урахуванням факторів соціального, екологічного і етичного характеру поряд з традиційним фінансовим аналізом.
	О.В. Майстренко	сукупність прийняття інвестиційних рішень, які враховують у рамках традиційного фінансового аналізу соціальні та екологічні наслідки інвестицій.
	Ю. В. Лазар, О. С. Завальна	це процес прийняття інвестиційних рішень, які, крім кінцевого фінансового результату, враховують екологічні, етичні та соціальні наслідки інвестицій.
	І.М. Польова	є інвестиційним процесом, який враховує соціальні, ментальні, екологічні наслідки інвестування (як позитивні, так і негативні) крізь призму аналізу фінансових показників діяльності підприємств.
Соціальне підприємництво	О.О. Охріменко, Т.В. Іванова	застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємництва до соціальних проблем.
Соціальні програми	Діловий журнал в області КСВ та сталого розвитку Sustainable business	специфічна область управління компаніями, що представляє собою розробку, реалізацію та оцінку соціальної сфери, спрямованих на підвищення значущості компанії в діловому співтоваристві, владних структурах і громадських колах.
Соціальна експертиза	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова	запропоновані для оцінки і складання звітів про соціальний вплив дій і програм організації.
Соціальна звітність	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова	це звіти компанії, включають не тільки результати виробничої і фінансової діяльності, а й соціально-екологічні показники.
Соціальний маркетинг	О.О. Охріменко, Т.В. Іванова	діяльність суспільних організацій, спрямована на задоволення існуючої соціальної потреби шляхом ознайомлення людей з необхідним продуктом, послугою чи програмою.

Продовження табл. 1.13

1	2	3
	Н.М. Соломянюк	вид маркетингу, який полягає в розробленні, реалізації та контролі соціальних програм, спрямованих на підвищення рівня сприйняття певними прошарками населення деяких соціальних ідей або практичних дій.
	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова	кошти, при використанні яких компанія підтримує розробку та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до поліпшення громадянського здоров'я і безпеки, захисту навколишнього середовища та суспільного добробуту.
	Ф. Котлер, Н. Лі	засоби, застосовуючи які компанія підтримує розробку та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до покращення громадського здоров'я та безпеки, захисту довкілля чи суспільного добробуту.
	Б.М. Голодець	вивчення і формування потреб покупців і задоволення їх більш ефективними методами, ніж конкуренти, за умови підвищення добробуту всіх членів суспільства.
	Т.В. Шталь, О.О.Тищенко	дослідження ринку не тільки з позиції окремого бізнесу, а всіх зацікавлених в успішному розвитку цього бізнесу груп.
Благодійний/ соціально значущий маркетинг	Ф.Котлер, Н.Лі	пожертви чи відрахування відсотку доходу на конкретну суспільно корисну справу, ґрунтуючись на обсягах збуту продукції.
	Н.А. Задорожнюк	сукупність інструментів і заходів некомерційного маркетингу, спрямованих на залучення людських і матеріальних ресурсів з метою забезпечення підтримки та розвитку благодійної діяльності, а також для вирішення соціально-значущих проблем суспільства.

Продовження табл. 1.13

1	2	3
	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова	компанії зобов'язуються брати участь у вирішенні соціально значущих проблем, роблячи відповідні внески або перераховуючи певні відсотки від обсягу продажів.
	А. М. Колот, О. А.Грішнова, О.О.Герасименко	форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в нарахуванні відсотка від продажу товару на проведення соціальних програм
	І. В. Лантух	надання безкорисливої допомоги нужденним.
	С.Фірсова	пожертвування частини доходу, отриманого протягом певного оголошеного періоду, на користь благодійної місії.
Фандрайзинг	В.О. Огородник	діяльність по залученню і акумулюванню фінансових коштів з різних джерел на реалізацію соціально-культурних проектів і програм, зазвичай які не мають безпосередньо комерційної вигоди, і носять короткочасний характер
Просування соціально значущої проблеми	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова]	стратегічне позиціонування, що зв'язує компанію або торговельну марку з соціально значущою проблемою, для досягнення спільної вигоди, спрямованої на задоволення потреб споживачів шляхом альянсу з благодійною організацією.
Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу / Відповідальне управління ланцюгом постачання	О. П. Гоголя, М. М.Кудінова	ключова стратегія полягає в тому, що компанія робить вільний вибір на користь інвестицій, які сприяють зростанню добробуту суспільства і захисту навколишнього середовища, турботу про здоров'я працівників, задоволення їх психологічних і емоційних потреб.
	О.О. Охріменко, Т.В. Іванова	комплексний процес управління, що покликаний знизити негативний вплив виробничого процесу на навколишнє середовище, сприяти дотриманню прав та умов праці для персоналу, а також спрямований на збереження і підвищення якості продукції відповідно до міжнародних стандартів.

\* Складено автором на основі [44; 135; 138; 141; 163; 165; 175; 176; 186; 195; 207; 231; 239; 269; 282; 308; 322; 330].

У табл. 1.13 досить широко представлені сучасні інструменти соціальної відповідальності бізнесу. Найбільшу вагу мають два з них, це: соціальні інвестиції та соціально-відповідальне інвестування. Вони заслуговують на увагу через можливість бути ототожненими, однак вони відрізняються за своєю сутністю. Так, соціальні інвестиції – це інвестиції в суспільно-значимі проекти, що спрямовані на вирішення важливих питань, які є актуальними для конкретного суспільства та середовища.

Однак існує ще поняття «соціально-відповідальне інвестування», яке має зовсім іншу сутність – це економічні інвестиції підприємства, але з урахуванням можливих наслідків, які може мати інвестиційний проект. Обидва інструменти є проявом соціальної відповідальності підприємства, а також соціально-економічної відповідальності, тому що вони використовують економічні засоби, але які мають суспільно-корисний ефект.

Слід звернути увагу на інструменти маркетингу, які можуть бути використані в СВБ – це соціальний маркетинг та благодійний маркетинг. За допомогою першого звертається увага на важливі соціальні проблеми в суспільстві засобами маркетингу. Тоді як другий має за основу відрахування грошей на соціально-значущі проблеми чи соціальні програми, у вигляді частини чи відсотку від отриманого прибутку. Обидва ці інструменти можуть бути віднесені до соціально-економічної відповідальності, оскільки і той, і інший передбачають вирішення соціальних проблем економічними засобами.

Цікавим є той момент, що соціально-економічно відповідальне підприємство може бути як грошовим донором (грошові гранти), так і реципієнтом, тобто не тільки надавати кошти для вирішення соціальних питань, але й шукати для розвитку тих чи інших сфер своєї діяльності, які є позитивними для розвитку суспільства.

Соціальне підприємництво, яке також наведено серед інструментів СЕВ в табл. 1.13, можна представити як підприємницьку діяльність, яка має на меті вирішення якогось соціального питання чи проблеми (наприклад, зайнятість людей з особливими потребами). Безумовно, воно може бути віднесено до соціально-економічної відповідальності суспільства, тому що надання робочих місць збільшує добробут працівників та акумулює «соціально-відповідальний» прибуток підприємства.

Соціальна звітність та соціальна експертиза також є інструментами соціально-економічної відповідальності в частині надання звіту та оцінки такої діяльності за результатами конкретних дій в сфері збільшення добробуту населення.

Соціально-відповідальний підхід до ведення бізнесу разом з представленими інструментами передбачає ведення бізнесу, виробництво продукції з урахуванням усіх можливих наслідків діяльності підприємства, не тільки економічних, але й соціальних, етичних, правових, екологічних та обрання тих можливостей, де ефект від діяльності підприємства буде позитивним як для працівників компанії, так і споживачів та суспільства взагалі. Він може бути за своїм змістом віднесеним до соціально-економічної відповідальності підприємства.

На окрему увагу заслуговують грошові гранти та фандрайзинг, як дві сторони однієї активності. Так, підприємство може бути як донором (тобто тим, хто надає гранти), так і реципієнтом – суб'єктом отримання грантових коштів на проведення досліджень в конкретній галузі чи проведення діяльності на вирішення суспільно-значимого питання. В обох випадках це є проявом соціально-економічної відповідальності підприємства, тому що спрямоване на отримання коштів для підвищення добробуту населення.

Досліджуючи питання інструментів соціально-економічної відповідальності необхідно дослідити ще дві категорії: «соціальне інвестування» та «соціально відповідальне інвестування», оскільки вони обидві використовуються для характеристики соціальної відповідальності бізнесу.

Соціальне інвестування відіграє виключно важливу роль у суспільстві, так як від величини інвестицій в значній мірі залежить рівень і якість життя населення [197]. Необхідно зазначити, що в економічній літературі сутність, роль і значення соціальних інвестицій відображені явно недостатньо [68].

Науковці та дослідники у сфері КСВ пропонують різні підходи до визначення соціальних інвестицій (див. табл. 1.13).

Трактування, представлене Р. Т. Мацьків, є одним із перших найповніших та таким, яке найкраще встановлює суть соціальних інвестицій, що реалізуються корпораціям. У ньому акцент робиться на тому, що саме компанія буде одержувачем корисного ефекту від соціально-відповідальної діяльності [195].

Тобто можна дійти висновку, що соціальне інвестування виступає інвестуванням у соціальні програми, які спрямовані на вирішення питань, що стоять перед суспільством, та є проявом соціальної відповідальності бізнесу.

Під соціально відповідальним інвестуванням у західних країнах розуміють прийняття рішень інвесторами про підтримку тих компаній, які не тільки мають привабливі показники рентабельності, але й відрізняються відповідальним ставленням до навколишнього середовища, розвитку місцевого співтовариства й не виробляють таку продукцію, яка негативно впливає на здоров'я населення [138].

Отже, соціально відповідальне інвестування має взагалі інше трактування та за своєю сутністю відрізняється тим, що спрямова-

не на інвестиції, наслідки яких враховуються у різних сферах: як соціальних, так і етичних, екологічних, ментальних тощо. Тобто воно й стає інструментом реалізації соціально-економічної відповідальності підприємств. Хоча не можна не заперечувати й того, що соціальні інвестиції також є інструментом, але вони більш відносяться до соціальної відповідальності взагалі, аніж до соціально-економічної. Це можна побачити із формулювання самої категорії «соціально-економічна відповідальність».

Основні погляди щодо категорії «соціально відповідальне інвестування» також детально представлено в табл. 1.13.

Узагальнюючи вищенаведене, можна дійти висновку, що соціально відповідальне інвестування більш складне за своєю сутністю ніж соціальні інвестиції, які йдуть на вкладання коштів в соціально-значущі об'єкти, тоді як соціальні інвестиції спрямовані на отримання прибутку від своїх вкладень, але перед цим проводиться глибокий аналіз не лише фінансового стану, а й інших сторін функціонування сучасного конкурентоздатного підприємства, яке активно інтегрується у світове суспільство: це й соціальний аспект, екологічний, етичний, правовий, моральний тощо. В обох випадках, при соціальному та соціально відповідальному інвестуванні значно зростає соціальна відповідальність підприємства. Але саме до соціально-економічної відповідальності більш тяжіє соціально відповідальне інвестування, яке в своїй основі прагне отримувати економічний ефект з урахуванням усіх можливих наслідків в соціальній сфері.

Використання обох інструментів значно підвищить соціально-економічну відповідальність будь-якого підприємства, що може бути пояснено тим, що кожен з них спрямований на покращення умов життя, праці оточуючих, що й лежить основі КСВ [90].

Застосування кожного з них у своїй діяльності допоможе підприємству виконати свою соціально відповідальну роль та сформувати ефективну систему соціально-економічної відповідальності, так як інвестування (не важливо, соціальне чи соціально відповідальне), яке зроблено з метою покращення добробуту та життя суспільства, несе в собі як соціальну складову – покращення життя населення, так і економічну – інвестиції, що передбачає отримання зворотного позитивного ефекту. Тільки у випадку соціальних інвестицій цей ефект бачиться соціальним, а у випадку соціально відповідального інвестування цей ефект ще й економічний, але й зі значним соціальним ефектом. Напрямки розвитку соціального інвестування та соціально відповідального інвестування в Україні стануть подальшим предметом дослідження автора.

Подальший аналіз присвячений розгляду соціального маркетингу та благодійного маркетингу. Вперше термін «соціальний маркетинг» з'явився в 1971 році, коли один з авторитетних теоретиків Філіп Котлер обґрунтував необхідність застосування соціального маркетингу для сталого розвитку компанії. У його визначенні вирішальним виступає комунікаційний фактор: «Соціальний маркетинг – це розуміння людей і таке з ними спілкування, яке веде до засвоєння ними нових поглядів. Зміна їх позиції змушує змінювати власну поведінку, що впливає на рішення тієї соціальної проблеми, в яку ви залучені» [308]. Це трактування соціального маркетингу Ф. Котлера відносить соціальний маркетинг до етичної відповідальності, але, звичайно, на економічному підґрунті. Тому що маркетинг, беззаперечно, є економічною категорією.

С. Фірсова в своєму дослідженні зазначає, що зміни, які відбулись за останнє десятиліття, потребують іншої практики маркетингу й бізнесу в цілому. Зростання взаємозалежності між економічними і соціальними процесами призвело до того, що до марке-

тингу підприємства поступово долучилися серйозні соціальні завдання – гуманізація умов праці, постійна підготовка й перепідготовка управлінського персоналу, якісні та нешкідливі вироби чи послуги, захист навколишнього середовища тощо. Маркетинг компанії, яка дбає про благо суспільства, спрямовується на створення товарів, які не лише подобаються споживачам, а й не завдають шкоди їхньому здоров'ю [305]. Тут видно, що соціальний маркетинг виходить саме із економічних основ, але має як напрям розвиток соціального, благополуччя та добробуту людей [321].

Соціальний маркетинг являє собою, таким чином, механізм узгодження потреб та інтересів споживачів, потреб та інтересів підприємства і потреб і інтересів суспільства. Тобто мова йде про інструмент, націлений на врахування інтересів не тільки виробника і споживача, але і суспільства в цілому, за допомогою вирішення соціальних завдань маркетинговими технологіями [308].

Ф. Котлер у своїй іншій роботі, написаній у співавторстві з Н. Лі, визначає корпоративний соціальний маркетинг як засіб, застосовуючи який компанія підтримує розробку та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до покращення громадського здоров'я та безпеки, захисту довкілля чи суспільного добробуту. Зміна поведінки – це мета і очікуваний результат таких заходів. Характерною особливістю цієї ініціативи є зосередженість на поведінкових змінах, що відрізняє її від просування суспільно корисної справи, яке сконцентроване на підтримці заходів для популяризації, збору коштів та залучення волонтерів [165]. Соціальний маркетинг легше всього відрізнити від решти корпоративних ініціатив саме завдяки цій націленості на зміни в поведінці. І ось тут знаходиться перетин, де соціальний маркетинг можна віднести як до соціально-економічної відповідальності, так і до соціально-етичної. Тобто як наслідок прямої дії соціальний мар-

кетинг має етичні результати. Але, зважаючи на саму основу маркетингової діяльності, його можна вважати інструментом СЕВП.

Соціальний маркетинг виступає інструментом узгодження інтересів між усіма суб'єктами ринку – учасниками соціально відповідального бізнесу. Соціально-етичний маркетинг та соціально відповідальний маркетинг є різновидами (формами прояву) соціального маркетингу в практичній діяльності підприємств, які акцентують увагу лише на одній із сторін діяльності соціально відповідального бізнесу, домінуючою в той чи інший період виробничо-господарської діяльності [94].

Для розмежування поняття «соціальний маркетинг» в межах СЕВП та соціально-етичної відповідальності сформовано табл. 1.14.

**Таблиця 1.14. – Розмежування сфер перетину соціального маркетингу із соціально-економічною та соціально-етичною відповідальністю**

Вид відповідальності	Основа здійснення	Наслідки	Цільова група
<b>Соціально-економічна відповідальність</b>	Економічна	Підвищення довіри до компанії; Покращення іміджу організації; Збільшення споживачів та продажів.	Споживачі
<b>Соціально-етична відповідальність</b>	Економічна	Покращення ситуації в сфері охорони здоров'я, навколишнього середовища, загального добробуту громади.	Громада, групи людей.

\* Власна розробка автора.

Отже, дослідження дефініції «соціальний маркетинг» дало змогу зробити висновок, що це діяльність підприємства, спрямована на вирішення якоїсь проблеми чи привертання уваги до цієї проблеми для покращення ситуації в суспільстві. Виходячи з цього, можна побачити, що соціальний маркетинг є як інструментом як СЕВП, так і етичної відповідальності через основний результат, на досягнення якого він спрямований. Але не можна казати, що він відноситься до того чи іншого виду відповідальності повністю, можна говорити про перетин та розмежування цього перетину. Так, автором зроблена спроба цього і зауважено, що будь-яка маркетингова кампанія має економічні відрахування в своїй основі, а також наслідки для підприємства є економічними: підвищення числа споживачів та продажів, що підвищує рентабельність діяльності цієї організації, що й є прямою задачею підприємства згідно піраміди А. Керолла [11].

Інша категорія СЕВП, яка також пов'язана із маркетингом, благодійний маркетинг.

Н. А. Задорожнюк розкриває сутність благодійного маркетингу як сукупності інструментів і заходів некомерційного маркетингу, спрямованих на залучення людських і матеріальних ресурсів з метою забезпечення підтримки та розвитку благодійної діяльності, а також для вирішення соціально-значущих проблем суспільства [125].

Ф. Котлер та Н. Лі зазначають, що проводячи кампанії із добродійного маркетингу, корпорація зобов'язується робити пожертви чи віддавати відсоток доходу на конкретну суспільно корисну справу, ґрунтуючись на обсягах збуту продукції [165].

Відмінність від інших корпоративних соціальних ініціатив виявляється в кількох аспектах. По-перше, це єдина з шести ініціатив, описаних Ф. Котлером у своїй книзі, де рівень корпоративних

пожертв залежить від дій споживачів. Відмінність добродійного маркетингу від звичайного просування продукції полягає в тому, що корпорація потім робить ще й додаткові внески відповідно до реакції споживачів. Ф. Котлер зауважує, що вигоди із добродійного маркетингу наступні: залучення нових клієнтів, захоплення ніш на ринку, збільшення обсягів продажу та формування позитивного образу бренду. Крім того, такі ініціативи можуть бути однією з найкращих стратегій збору чималих коштів [165].

У табл. 1.1 представлено узагальнення поглядів вчених на трактування благодійного маркетингу.

Проведений аналіз дає можливість зробити висновок, що благодійний маркетинг є засобом соціально-економічної відповідальності бізнесу, оскільки передбачає відрахування коштів на вирішення соціальної проблеми чи фінансування соціальної програми. Тобто, є економічна основа та соціальний результат. Основна різниця між цими двома видами маркетингу полягає в тому, що соціальний маркетинг передбачає звернення уваги на важливу соціальну проблему засобами маркетингу, а благодійний – відрахування коштів.

Необхідним є розгляд такого інструменту як «грошові гранти», які є формою адресної фінансової допомоги, виділеної компанією на реалізацію соціальних програм, наприклад, у галузі освіти чи на проведення прикладних досліджень в сфері діяльності підприємства [157].

А також «фандрайзинг» – діяльність по залученню і акумулюванню фінансових коштів з різних джерел на реалізацію соціально-культурних проектів і програм, які зазвичай не мають безпосередньо комерційної вигоди, і носять короткочасний характер [221].

Фандрайзинг є діяльністю, яка спрямована на пошук коштів для реалізації проекту, який може бути реалізований в різних сфе-

рах: освітній розвиток як працівників компанії, так і населення взагалі, збільшення громадської активності конкретних груп чи суспільства, а також в інших суспільно-значимих сферах.

Саме грошові гранти та фандрайзинг заслуговують на окрему увагу, як дві сторони однієї активності. Так, підприємство може бути донором, тобто тим, хто надає гранти, так і реципієнтом – суб'єктом отримання грантових коштів на проведення досліджень в конкретній галузі чи проведення діяльності на вирішення суспільно-значимого питання. В обох випадках це є проявом соціально-економічної відповідальності підприємства, тому що спрямоване на отримання коштів для підвищення добробуту населення.

Основні мотиви, які є рушійною силою для донорів, навів у своїй науковій роботі О. В. Комаровський : «... персона має лідерську, провідну роль в організації; потреба покращити якість життя суспільства; віра в цілі організації; інтенсивний інтерес до конкретної програми; особистий досвід; почуття відповідальності за проблеми інших людей і суспільства в цілому; визнання; тиск рівних; захоплення професійним лідером; хороший бізнес; міркування фінансового планування; формування і підтримка позитивного іміджу» [160, с. 14].

Досвід закордонних та вітчизняних організацій, які займаються фандрайзинговою діяльністю, свідчить, що донори частіше вкладають ресурси у реалізацію конкретних програм та проектів, аніж довгострокових та глобальних, а саме за напрямками: соціальна та медична допомога і реабілітація; допомога дітям; культура та мистецтво; екологія; соціальні послуги; освіта; захист прав громадян, сприяння розвитку громадянського суспільства та регіонів [281].

Надання грошових грантів має позитивні наслідки як для самого підприємства, так і для суспільства в цілому. Для підприємства це: підвищення іміджу, власної конкурентоздатності, покращен-

ня психологічного клімату всередині організації, підвищення числа споживачів тощо.

Для суспільства: вирішення соціально значущої проблеми, підвищення добробуту населення, якості його життя, покращення здоров'я, зростання свідомості громадян країни.

Фандрайзингом є використання коштів фондів для реалізації визначеного проекту соціальної спрямованості. Проекти можуть бути спрямовані на соціальні потреби як окремих людей, груп людей, так і суспільства в цілому. Тобто й є соціальне втілення економічними засобами.

Грантодавець напряду має можливість реалізувати функцію відповідальності підприємництва. Він може створювати фонди та грантові програми для соціально значущих проектів, таким саме чином застосовуючи економічні кошти для вирішення соціальних проблем [102].

Фандрайзинг у соціальній сфері спрямований на надання допомоги незахищеним групам населення, незаможним, пенсіонерам, ветеранам тощо. Це найбільш традиційна сфера спонсорської підтримки, яка здійснюється найчастіше відповідними громадськими і державними організаціями і фондами, що мають правові, фінансові й економічні пільги [282]. І. В. Лантух також розглядає фандрайзинг як інструмент соціального маркетингу, спрямований на вирішення соціальних задач, основними серед яких є задоволення соціальних потреб конкретних груп населення чи вирішення та висвітлення соціальної проблеми, яка існує наразі в конкретному суспільстві [176].

Він та Н. М. Соломянюк [282] виходять з того, що будь-який фандрайзинговий проект спрямований на вирішення соціальної проблеми в суспільстві. Тоді як соціальний маркетинг також спрямований на висвітлення проблемної ситуації задля її подальшого

вирішення. Але все одно не можна говорити, що фандрайзинг завжди виступає інструментом соціального маркетингу. У випадках, коли підприємство оголошує конкурс, NGO виграє грант та реалізує його на гроші донора, але вирішує це питання без проведення маркетингової кампанії, це може бути самостійним інструментом СЕВП.

Ініціатива з КСВ, яка визнає величезний потенціал як часу добровольців, так і фандрайзингу, в кінцевому підсумку, буде більш успішною, ніж той, який вирішить не залучати коштів взагалі [396].

Отже, проведений теоретичний аналіз дозволив зробити висновки щодо таких інструментів СЕВП як грошові гранти та фандрайзинг, які є двома сторонами одного й того ж процесу. Грошові гранти являють собою надання грошових коштів на вирішення соціально значущого питання. В той час як фандрайзинг є процесом отримання зовнішніх коштів на вирішення тієї чи іншої соціальної проблеми, яка існує в суспільстві. Підприємство в обох випадках стає донором, який дає грошові кошти. Завдяки цій діяльності покращується якість та здоров'я населення, підвищується її добробут. Підприємство отримує також й позитивні наслідки для себе як в соціальному вимірі, так і економічному.

Для подальшої концептуалізації поняття соціально-економічної відповідальності підприємництва розглянемо її форми та напрями.

Для того щоб визначити напрями та форми реалізації соціально-економічної відповідальності підприємства виділимо в яких напрямках може проявлятися соціально-економічна відповідальність, тобто як саме можуть бути відповідальні підприємці. Як уже зазначалось в попередніх дослідженнях, то відповідальність підприємця виявляється як перед працівниками підприємства, так і перед

споживачами, конкурентами, постачальниками, суспільством та державою взагалі.

Серед напрямів соціально-економічної відповідальності можна виділити наступні: напрямок і характер інвестицій; ланцюжок поставок (від участі місцевих постачальників в виробничому циклі до номенклатури товарів і послуг); характер використання трудових ресурсів; наукові дослідження, які замовляються або фінансуються компаніями в інтересах розвитку бізнесу; поводження з ресурсами і матеріалами, які використовуються для виробництва кінцевих продуктів; правила ведення бізнесу і ділових відносин (чесна торгівля) тощо [198; 328]. За О. О. Охріменко та Т. В. Івановою відповідальність підприємства може бути в двох напрямках: перед людиною як потенційного або реального працівника та людиною споживачем [231].

Тобто, напрями застосування СЕВП достатньо чисельні та відображають масштабність цього поняття, що може бути проявлено в різних бізнес-процесах підприємства. Власники можуть обирати, в якому напрямку їм рухатись в розвитку СЕВП в залежності від наявних ресурсів, мети та стратегії кожного окремого підприємства, але в будь-якому випадку, необхідним є формування соціально-економічно відповідального підприємництва на засадах реалізації СЕВП в усіх окреслених напрямках.

Передбачається можливим виділення зовнішньої та внутрішньої соціально-економічної відповідальності, яка характеризує спрямування відповідальності відносно його оточення стосовно підприємства. Внутрішня – це відповідальність перед своїм підприємством, у вигляді його працівників та власників. Зовнішня – відповідальність перед зовнішнім середовищем підприємства [78].

О. О. Фоміна та Н. В. Водницька визначають соціально-економічну відповідальність роботодавця в наступних формах (табл. 1.15).

**Таблиця 1.15.– Форми реалізації соціально-економічної відповідальності роботодавця**

Найманий працівник	Держава	Суспільство
1.Надання гарантій зайнятості	1.Створення конкурентоспроможної продукції	1.Задоволення потреб у товарах та послугах
2. Забезпечення своєчасної виплати заробітної плати	2.Легалізація тіньових доходів	2.Гарантія якості продукції
3.Забезпечення гідної заробітної плати	3.Соціальні виплати до бюджетів усіх рівнів	3.Екологічне виробництво
4.Забезпечення відповідними умовами праці	4.Створення мотиваційного механізму для реалізації робочої сили.	4.Інвестиції до розвитку трудового потенціалу країни
5.Створення умов морального подолання відчуження праці: - можливість кар'єрного зростання, - можливість самореалізації		

\* Складено автором на основі [306].

Можна дійти висновку, що форм реалізації соціально-економічної відповідальності доволі багато, і з'являються нові, на основі використання досвіду розвинених країн. Застосування соціально-відповідального бізнесу в українських реаліях є достатньо новим у порівнянні з загальним розвитком цієї категорії, тому й його розвиток йде поступово, підлаштовуючись під рівень економічного розвитку держави та потреби населення.

Узагальнюючи вищенаведене, можна представити напрямки та форми реалізації соціально-економічної відповідальності підприємства у поєднанні із об'єктами спрямування та інструментами, за якими вони можуть бути реалізовані (табл. 1.16).

**Таблиця 1.16. – Напрямки та форми реалізації соціально-економічної відповідальності підприємства (Власна розробка автора)**

Об'єкт спрямування/ Реципієнт	Форма реалізації	Інструменти реалізації	Характеристика за сферою оточення
<b>Працівники</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Своєчасна та гідна заробітної плати.</li> <li>Надання премії та компенсації.</li> <li>Навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту.</li> <li>Безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств.</li> <li>Легалізація бізнесу та ринку праці.</li> <li>Мотивація персоналу, індивідуальне пенсійне страхування.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Адміністративний/фінансовий/соціальний бюджет.</li> <li>Соціальні інвестиції.</li> <li>Спонсорська допомога.</li> </ol>	Внутрішнє
<b>Власники</b>	Виплата дивідендів.	Фінансовий бюджет.	Внутрішнє
<b>Споживачі</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Задоволення потреб у товарах та послугах</li> <li>Гарантія якості продукції</li> <li>Сплата податків.</li> <li>Достовірна реклама.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Адміністративний/фінансовий бюджет.</li> <li>Соціальний маркетинг.</li> </ol>	Зовнішнє
<b>Постачальники/ конкуренти</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Своєчасна оплата ресурсів та матеріалів.</li> <li>Доброчесна конкуренція.</li> </ol>	Адміністративний/фінансовий бюджет.	Зовнішнє
<b>Суспільство/ Держава</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Створення якісної продукції.</li> <li>Удосконалення якості продукції.</li> <li>Сплата податків.</li> <li>Достовірна реклама.</li> <li>Легалізація бізнесу та ринку праці.</li> <li>Створення нових робочих місць.</li> <li>Розробка навчальних та тренінгових програм для суспільства.</li> <li>Підвищення рівня добробуту населення.</li> <li>Спрямування наукових розробок на дослідження в сферах збільшення добробуту населення.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Адміністративний/фінансовий/соціальний бюджет.</li> <li>Соціальний маркетинг.</li> <li>Соціальні інвестиції.</li> <li>Еквівалентне фінансування.</li> <li>Гранти.</li> <li>Спонсорство та благодійність.</li> </ol>	Зовнішнє

Беручи до уваги вищенаведене, можна зробити наступні висновки. Соціально-економічна відповідальність підприємства – це відповідальність компанії перед широким колом осіб, яка реалізується за допомогою економічних важелів та інструментів та спрямована на зростання добробуту населення. З цього випливає, що економічна складова спрямована на реалізацію соціальної, і навпаки – соціальна підвищує рівень економічної. Сама соціально-економічна відповідальність спрямована на підвищення економічного добробуту працівників, власників, споживачів, суспільства та держави взагалі. Тоді як соціальна відповідальність має й інші аспекти: екологічну, правову, етичну. Що й спрямовані на відповідальність у цих сферах: дотримання вимог до виробництва, підтримання чи покращення екологічного стану нашого суспільства, виконання етичних чи правових норм тощо.

Форми прояву соціально-економічної відповідальності численні: своєчасна та гідна заробітна плата, її зростання, виплата пенсій та компенсацій, укладання індивідуальних чи корпоративних страхових та пенсійних угод, виплата дивідендів, легалізація бізнесу та ринку праці, виплата податків, розвиток та навчання працівників чи зацікавлених верств населення тощо.

Інструменти, за якими реалізуються дані форми, також багатоманітні: це й грошові гранти, і благодійність та спонсорство, адміністративний/фінансовий/соціальний бюджети, соціальні інвестиції, соціальний маркетинг, еквівалентне фінансування та інші. Але, якщо реалізовувати усі наведені форми СЕВП, то можна побачити, що інструментарій, який було наведено на початку параграфу, недостатній. Тому що для реалізації такої форми, як навчання та розвиток персоналу, серед представлених інструментів відсутній засіб досягнення. Тому необхідним є обґрунтування та уве-

дення таких нових інструментів як соціально-відповідальне навчання, а також особистісно-орієнтоване управління. Перший запропонований інструмент – соціально-відповідальне навчання – передбачає собою проведення заходів із навчання та розвитку персоналу, який буде допомагати індивідам професійно та особистісно розвиватись [28; 316]. Тому що розвиток кожного окремого громадянина є основою розвитку суспільства. Також цей інструмент може застосовуватись і до окремих соціальних груп та суспільства загалом. З боку держави він може реалізовуватись у формуванні та реалізації програм з розвитку суспільства, зокрема й у вихованні соціально-відповідальної молоді. Особистісно-орієнтоване управління означає, що підприємство не лише реалізує інструмент відповідального ведення бізнесу для впливу на зовнішнє середовище – тобто конкурентів, партнерів, споживачів, але й керує компанією з урахуванням особистісних та психологічних потреб персоналу. З розвитком українського суспільства кількість інструментів та форм реалізації соціально-економічної відповідальності зростає, що пов'язано із готовністю суспільства, підприємців, держави та освоєнням досвіду розвинених держав. Але все одно, в українських реаліях, соціально-економічна відповідальність розвивається недостатньо, оскільки існує багато перешкод як з боку економічної ситуації в державі взагалі, так і самих власників підприємств. Тому необхідним є розвиток різних форм соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні шляхом доведення ефективності їх впровадження та реалізації та обов'язкове зазначення їх впливу не тільки на соціальний добробут, але й в зворотному боці, коли соціальне підвищує економічне.

У підсумковій таблиці 1.17 представлено авторську класифікацію видів СЕВП.

**Таблиця 1.17. – Класифікація інструментарію СЕВП**

<b>Класифікаційна ознака</b>	<b>Інструменти СЕВП</b>
За еволюційністю розвитку	Традиційні. Сучасні.
За сферою оточення підприємства	Внутрішні. Зовнішні.
За рівнями управління	Мікрорівень – підприємство. Макрорівень – держава.
За психологічним сприйняттям відповідальності	Моральний обов'язок. Очікування подвійної вигоди. Виконання норм держави.
За масштабністю результатів (на яку групу стейкхолдерів спрямовані)	Відповідальність перед працівниками. Відповідальність перед споживачами/партнерами/конкурентами. Відповідальність перед суспільством та державою.
За витратністю застосування	Помірні. Середні. Масштабні.

\* Власна розробка автора

Для визначення загальної теоретико-методологічної концепції СЕВП ще необхідно більш докладно проаналізувати принципи, на яких вона має засновуватися. За основу візьмемо принципи, що були наведені в пункті 1.2 даного наукового дослідження. З представлених авторських точок зору видно, що принципи, спрямовані на досягнення основної мети як СББ, так і СЕВП, а також форми та інструменти, що були представлені вище, допомагають досягати основних цілей розвитку суспільства.

В цілому представлені варіанти достатньо обґрунтовані та багато в чому схожі: так, основними принципами затверджено етичну поведінку (в першому випадку, це дотримання морально-етичних норм), повага до інтересів споживачів (якісне забезпечення потреб споживачів), дотримання закону, прав людини тощо, тобто все, що сприяє розвитку особистості та покращенню рівня

життя населення. Отже, з урахуванням того, що представлені принципи дещо схожі, але другий варіант є більш лаконічним та повним, можемо прийняти його за основу. Але з огляду на те, що в основі СЕВП лежить також розвиток як людини, так і суспільства, то можна додати ще принцип розвитку, який буде включати в себе спрямування програми СЕВП на розвиток персоналу та громади.

Далі слід розглянути мотиви СЕВП, тобто те, що стимулює підприємців впроваджувати СЕВП на своїх підприємствах.

Мотиви соціальної відповідальності бізнесу за Л. М.Бухаріною та А. В. Сучковим також наведені у пункті 1.2. Аплікуючи ці мотиви на СЕВП, можна сказати, що вони поширюються на неї, адже результати, які може отримати компанія, можуть бути досягнені за допомогою інструментів, які вже було згадано. Але доцільно було б додати ще мотив – збільшення кінцевого прибутку діяльності організації. Цей мотив досягається шляхом акумуляції усіх попередніх. Підприємство, застосовуючи інструменти СЕВП та витрачаючи на це гроші, все одно отримує у стратегічній перспективі збільшення доходів [172].

Наступна ознака, що підлягає аналізу, переваги для об'єктів СЕВП. Доцільно розподілити їх по групах: персонал; власники, акціонери; споживачі; партнери, конкуренти; суспільство, держава.

Для персоналу основні переваги вбачаються в наступному:

- отримання гідної заробітної плати, премій та компенсацій, що дає змогу підвищувати рівень життя населення;
- професійний й особистісний розвиток в разі впровадження відповідних програм на підприємстві;
- отримання соціального та правового захисту під час робочої діяльності;
- робота в позитивному соціально-психологічному кліматі;

- робота на підприємстві з високими стандартами виробництва та управління.

Для власників/акціонерів:

- отримання стабільного прибутку, який підвищується в довготерміновій перспективі при активному провадженні СЕВП-практик на підприємстві;

- можливість бути долученими до вирішення нагальних проблем соціуму, в якому функціонує організація;

- підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Для споживачів переваги проявляються у:

- споживанні якісної продукції при дотриманні підприємством усіх світових стандартів;

- тому, що номенклатура представлених товарів відповідає споживчим потребам, якщо підприємство орієнтується на попит та намагається його задовольнити, тобто орієнтоване на клієнта;

- отриманні достовірної інформації про продукцію та якість товарів у разі поширення підприємством достовірної реклами;

- можливості взяття участі у вирішенні важливих соціальних, культурних, освітніх та інших питань при проведенні підприємствами соціальних заходів, соціального маркетингу чи благодійного маркетингу, що значно підвищує свідомість громадян та суспільства взагалі.

Для партнерів/конкурентів переваги наступні:

- співпраця з надійними партнерами;

- отримання товарів, ресурсів, послуг згідно контракту та в обумовлений термін;

- чесна конкуренція на ринку праці;

- можливість акумулювати кошти для вирішення нагальних проблемних питань шляхом проведення соціальних програм, рекламних соціальних кампаній тощо.

Для держави:

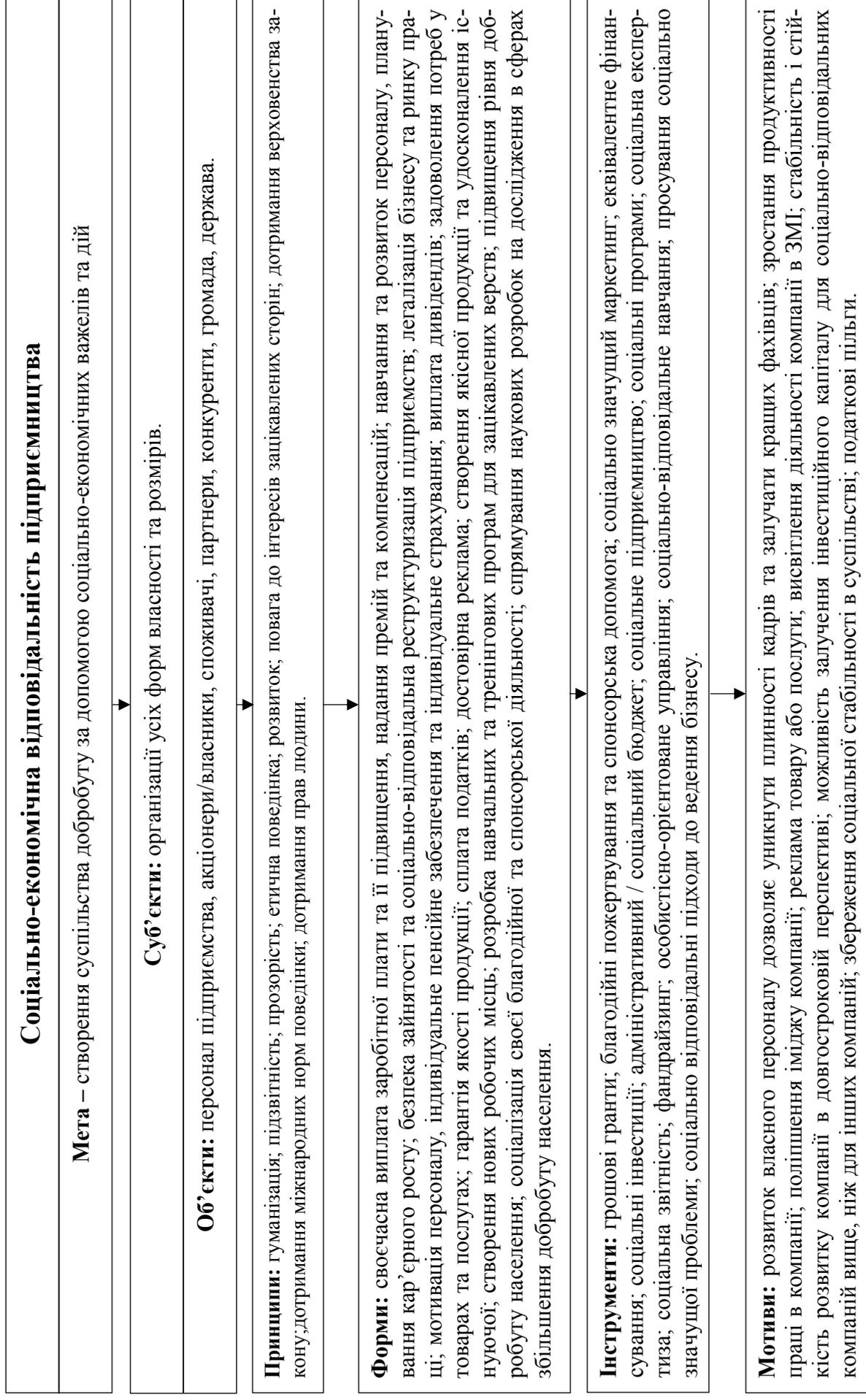
- отримання податків;
- ліквідування тіньової зайнятості;
- підвищення рівня зайнятості населення;
- вирішення значущих проблем суспільства за допомогою підприємницьких структур;
- інвестиційна привабливість країни.

Для суспільства:

- підвищення якості життя кожного окремого громадянина збільшує добробут соціуму взагалі;
- підприємці орієнтовані на вирішення значущих проблем, які існують в суспільстві;
- покращення стану довкілля у разі дотримання світових норм виробництва та орієнтації на якісне виробництво;
- підвищення якості продукції на ринку країни;
- поліпшення соціально-психологічного клімату в країні та стану свідомості людей [13; 15; 25; 27; 172; 320; 339; 349].

Таким чином, були проаналізовані основні переваги для кожної окремої економічної групи суспільства, яка може їх отримувати від СЕВП. Ці переваги досягаються поступово й мають довготермінову основу настання. Їхній реалізації сприяють застосування тих форм та інструментів СЕВП, що вже були описані. Саме на розвиток напрямів СЕВП, яка призведе до досягнення її основної мети та цих переваг, й необхідно спрямовувати діяльність українських компаній.

На рис. 1.4 представлено авторську модель соціально-економічної відповідальності підприємництва. Вона враховує усі основні елементи, що дають можливість побудувати ефективну модель СЕВП в Україні.



**Рисунок 1. 4. – Модель соціально-економічної відповідальності підприємництва**  
(Власна розробка автора)

## Висновки до розділу 1

Підприємництво є основою економіки будь-якої держави та належить до суто економічної категорії, але в сучасному прояві воно несе в собі багато соціальних результатів. Слід зауважити, що в своїй основі воно має також соціально-економічну складову. Навіть початкова характеристика підприємництва, надана в роботах вчених-економістів Р. Кантільйона, А. Сміта, Ж.Б. Сея, М. Вебера, згідно якої головною метою діяльності підприємця було отримання прибутку, має соціальний ефект. По-перше, це винаймання робочої сили, яке вирішує одразу два питання: отримання зарплати робітниками збільшує їх добробут, отримання робочого місця вирішує соціально-економічної проблеми суспільства. По-друге, сплата податків у держбюджет, що також є соціально-економічною дією, оскільки збільшується багатство держави та добробут суспільства.

Згодом, із розвитком економічної та суспільної думки вчені вже починають розглядати підприємництво через його соціальну (Дж. М. Кейнс) чи інновативну (Й. Шумпетер) складову. Сучасні вчені вже трактують підприємництво не тільки як переважно діяльність з отримання прибутку, але як два рівноправні види діяльності з реалізації суспільних потреб, чи діяльність, яка має соціальну та моральну відповідальність, чи діяльність, яка має соціальний ефект. Що ще більше розширює соціально-економічну складову підприємництва.

Запропоновано включити до функцій підприємництва функцію відповідальності як засіб для формування національної економіки на засадах раціонального використання природних ресурсів, зменшення тіньового сектора економіки, переорієнтації від максимізації прибутку на покращення добробуту населення тощо. Функція відповідальності відрізняється від інших функцій підприємництва

тва в тому, що вона відходить від самої сутності підприємництва, до якої ми звикли – економне використання ресурсів з метою зниження собівартості, максимізація прибутку, а наближається до соціально-відповідального підприємництва, коли керівник націлений на роботу підприємства як засіб покращення життя та добробуту населення.

Сьогодні вагомим елементом будь-якої розвиненої компанії стає корпоративна соціальна відповідальність. Вона спрямована й одночасно впливає на розвиток підприємництва в багатьох аспектах: по-перше, це захист власного працівника, завдяки чому вирішується питання підвищення працездатності та зниження плинності висококваліфікованих кадрів; по-друге, захист споживача якісною продукцією; по-третє, підтримка екологічної безпеки суспільства, а також підтримання іміджу та рейтингу компаній, які активно використовують КСВ на своїх підприємствах. Тобто значимість КСВ є незаперечною як для бізнесу, так і для держави в цілому. Тому з її боку також проводяться заходи щодо підтримки соціальної відповідальності бізнесу. Дослідження з'ясувало обмеженість використання поняття КСВ та надало можливості для удосконалення понятійно-категоріального апарату в частині виокремлення категорії «соціально-економічна відповідальність підприємства», яке передбачає розширення економічної компоненти до змісту корпоративної соціальної відповідальності та обґрунтування її складових (економічні важелі, а саме стимули та санкції), розмежування особливостей прояву явища соціально-економічної відповідальності на мікро- та макрорівнях, визначення принципових варіантів сполучення соціально-економічної відповідальності підприємства та соціально-економічних зобов'язань держави; це дало змогу подолати обмеженість концепту КСВ за сучасних умов та

визначити передумови концептуалізації напрямів інституційної трансформації механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва.

Досліджено основну сутність поняття «соціально-економічна відповідальність підприємництва», її мету, форми, інструменти принципи, мотиви та переваги від впровадження. Соціально-економічна відповідальність підприємництва є похідною категорією від соціальної відповідальності бізнесу та більш вузьким за своєю сутністю. Вона характеризується як дії підприємств з досягнення добробуту в суспільстві саме соціально-економічними засобами та економічними важелями. Слід зауважити, що СББ за своєю суттю є добровільною участю, але деякі її інструменти вже в розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, законодавчо закріплені (соціальна звітність та благодійність). Тобто можна зробити висновок, що з боку держави існує розуміння важливості цього явища і необхідності його поширення. Так і в Україні, розвиток практик СЕВП може стати вагомим підґрунтям для створення держави загального добробуту та підвищення якості життя населення. Переваги від реалізації СЕВП-ініціатив є безумовними як для окремих громадян, так і держави й суспільства взагалі, й тому на рівні держави має бути створений ефективний та гнучкий механізм соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні, що й стане предметом майбутніх досліджень авторів.

Структуровано форми (в залежності від групи стейкхолдерів), напрями та інструментарій реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва за рахунок уведення нових класифікаційних ознак інструментів (за еволюційністю розвитку; за психологічним сприйняттям відповідальності; за масштабністю результатів; за витратністю застосування), принципу (розвитку); міждисци-

плінарного підходу до опису множини традиційних та нових інструментів (особистісно-орієнтоване управління; соціально-відповідальне навчання); що дозволило сформувати базу знань про можливості та ефекти реалізації підприємцями політики соціально-економічної відповідальності, окреслити основні мотиви і стимули поведінки усіх стейкхолдерів.

## **2. МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

### **2.1. Генезис та еволюція механізму забезпечення відповідальності підприємництва та держави**

Для подальшого обґрунтування шляхів упровадження СЕВП в діяльність підприємств в українських реаліях необхідно провести дослідження еволюційного розвитку механізмів забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в світі та в Україні.

Еволюція розвитку СВБ є достатньо багатограним та складним процесом, що впливає з самої сутності цього поняття [63]. Так, А. М. Колот вважає, що «тисячолітня історія людства являє собою ніщо інше, як історію пошуку ліпшої долі та більш справедливого соціально-економічного устрою для абсолютної більшості людей. Слід зазначити, що на межі двох тисячоліть, незважаючи на всі труднощі, суперечності, перманентні кризові явища у царині соціально-економічного розвитку загалом і соціально-трудової сфери зокрема також спостерігається певна динаміка. Утім ця динаміка є далеко не тією, на яку очікувало людство ще 10-15 років тому» [154, с. 4].

Зародження концепції соціальної відповідальності бізнесу слід, очевидно, віднести до початку ХІХ століття, коли почався рух за захист прав трудящих, що виник на ґрунті поширення ідей морального та економічного порядку з приводу людських витрат промислової революції. Ця ініціатива виходила від промислового середнього класу. Організований робітничий рух виник пізніше, коли в ряді країн були усунуті різні перешкоди для реалізації права на свободу об'єднання [36]. Тобто, зародження ідей соціальної відповідальності відбувалось у руслі свого часу, що пояснювалось рі-

внем розвитку продуктивних сил, а також пануючими в суспільстві моральними та етичними нормами [71].

Але Є.В.Коваленко, наприклад, зазначає, що перші випадки запровадження відповідальності бізнесу можна знайти ще у XVIII-XIX ст. Наприклад, Quaker Lead Company будувала міста в Англії для своїх робітників, школи та бібліотеки для їх сімей, а New Lanark добровільно зменшила робочий день до 10,5 годин замість прийнятих 13 і 14, увела медичне та пенсійне страхування, покращила будинки для працівників. У Нідерландах підприємці Д. Гелдерман та В. Сторк створювали медичні фонди, фонди для вдів та сиріт, а Ж. ван Маркен платив своїм працівникам набагато більшу зарплату, аніж це було прийнято, відкривав дитсадки та школи, бібліотеки з читальним залами, кооперативні магазини, рекреаційні зали і навіть створив щотижневу газету саме для працівників своєї компанії. В Україні піонерами соціальної відповідальності і меценатства були родини Терещенків і Харитоненків [147]. Отже, одиничні випадки соціально-відповідальних дій підприємців спостерігались і раніше та були спрямовані на покращення умов праці та підвищення рівня життя населення, але на інституційному рівні ще не спостерігалось змін в частині розвитку соціально-відповідальних ідей.

План щодо поліпшення умов життя робітників розробив і намагався утілити на одній з прядильних фабрик Шотландії англійський промисловець, соціаліст-утопіст Роберт Оуен, поклавши тим самим початок руху за захист права на свободу об'єднання. Оуен не лише намагався реалізувати на практиці свої ідеї, а й пропонував радикальні теоретичні програми перебудови капіталістичного суспільства в цілому. Але якщо його практичні починання зазнали невдачі, то запропоновані ним ідеї та проекти переорієнтації робо-

тодавців на соціальну відповідальність перед трудящими відіграли позитивну роль як в усвідомленні робітниками своїх прав, так і в усвідомленні необхідності державного та міжнародного регулювання соціально-трудова відносин. У 1818 р. в ході конгресу «Священного союзу» в Екс ля Шапель, Оуен вимагав вжиття заходів щодо захисту робітників і утворення з цією метою спеціальної комісії. Його ідеї про необхідність державного регламентування соціальної відповідальності підприємця пізніше були підтримані й розвинуті французьким промисловцем Даніелем Леграном. Спільно з рядом видних бізнесменів, політиків і економістів він неодноразово звертався до урядів європейських країн з пропозиціями прийняти міжнародні закони про умови праці на заводах і фабриках, рудниках і шахтах. Ним були висунуті три доводи на користь прийняття міжнародних трудових норм. Перший з них, гуманітарного плану, указував на необхідність полегшити важку долю працюючих мас. Другий аргумент, швидше політичного плану, підкреслював важливість зміцнення соціального миру в промислово розвинених країнах з метою запобігти суспільним потрясінням. Третій мав економічний характер: вказувалося на те, що міжнародне регулювання праці допоможе країнам, які захищають трудящих своїм законодавством, уникнути втрат, які спричиняє подібна соціальна політика.

Ці аргументи були наведені в Преамбулі прийнятого в 1919 р. статуту Міжнародної Організації Праці (МОП), пізніше вони були уточнені в Філадельфійській декларації 1944 р. і зберігають актуальність до сьогодні, будучи ідеологічним фундаментом МОП [147].

Термін «Корпоративна соціальна відповідальність» завдячує своєю появою управлінській революції у США, яка відбулася на рубежі XIX-XX ст. Виконавчий директор US Steel Джордж Перкінс

написав у 1908 р.: «Чим більшою стає корпорація, тим більше зростають її обов'язки щодо всього суспільства. Корпорації майбутнього мають бути напівдержавними, які служать суспільству, з майном, широко розподіленим серед суспільства, і зі справедливим ставленням до праці, яка дивитиметься на корпорацію як на свого друга» [46, с. 34-35]. Тобто, це одна із перших ідей щодо розвитку відповідальності великих підприємств перед суспільством за власні дії.

До наступного історичного етапу осмислення соціальної відповідальності бізнесу можна віднести зародження доктрини капіталістичної благодійності. Це також є актуальним й зараз, адже багато громадян й досі бачать СВБ саме як благодійність. Відповідно до цієї концепції, прибуткові організації мають жертвувати частину своїх коштів на благо суспільства (фінансувати суспільні потреби). Взагалі, слід відмітити, що деякі вчені вважають, що зародження корпоративної соціальної відповідальності відбулось в США, де, починаючи з XVII століття філантропія була важливою складовою американського суспільства, проте до п'ятдесятих років XX століття ця діяльність проводилась окремими приватними особами, а не компаніями [19]. Корпоративна філантропія найбільш тісно пов'язана з добродійними (і часто релігійними) вікторіанськими підприємцями, такими як Лорд Левергулм, Джордж Кедбері та Джозеф Роунтрі. На початку дев'ятнадцятого сторіччя ділові титани Ендрю Карнегі та Джон Рокфеллер теж заслужили подібну репутацію серед благодійної спільноти в США [336].

Так, Е. Карнегі ще в 1900 р. опублікував роботу «Євангеліє процвітання», де розглядав філантропію та її вплив на процвітання корпорацій. Тоді ж деякі з представників великого американського бізнесу публічно заявили про обов'язок корпорацій використовувати свої ресурси таким чином, щоб суспільство залишалось у ви-

граші. Сам Карнегі, наприклад, вклав 350 млн. доларів в соціальні програми і побудував понад 200 публічних бібліотек. Д. Рокфеллер пожертвував 550 млн. доларів і заснував фонд Рокфеллера, а в 1905 році в США зародився рух «Ротарі» (Rotary), суть якого полягає в тому, що матеріально процвітаючі люди повинні (якщо, звичайно, вони дозріли до цього розуміння) робити внесок у поліпшення соціальної ситуації не лише у професійній сфері, але й в ареалі свого проживання [136].

Систематичний науковий аналіз проблематики СВБ розпочався працею Говарда Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953), у якій він проаналізував можливості поширення концепції соціальної відповідальності на бізнес: як усвідомлення соціальних цілей при прийнятті ділових рішень може приносити соціальні та економічні вигоди суспільству. На думку Г. Боуена, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або дотриманні такої лінії поведінки, які були б бажаними з позицій цілей та цінностей суспільства» [37]. Ця книга започаткувала не тільки появу наукової літератури з проблеми відповідальності бізнесу, але й окрему наукову школу [147]. У ній були визначені принципові підходи щодо проведення КСВ, концептуально окреслена теза, що бізнес – це частина суспільства, перед яким він несе відповідальність [46].

Протягом 60-х–70-х років двадцятого сторіччя корпоративна філантропія була визнана окремою складовою діяльності компаній. Даний період характеризувався наданням благодійних внесків, що були спрямовані на поліпшення загального стану соціального розвитку суспільства. У тому числі пожертви університетам, місцевим лікарням, культурним установам та підтримку інших суспільно корисних справ. Така діяльність сприяла створенню перших корпора-

тивних фондів компанії. Відмінністю даного етапу була безкорисність філантропії, без будь-яких вигод для компанії. За умови отримання прибутку або іншої вигоди компанією, діяльність не вважали за філантропічну, а розглядали як звичайну комерційну діяльність [19].

60–70-і рр. ХХ століття охарактеризувалися не лише поширенням викладених вище поглядів, а й появою протилежної точки зору. Економісти чиказької та австрійської шкіл назвали концепцію СВБ штучною, протиставляючи їй «невидиму руку ринку», здатну ефективно впоратися із соціальними проблемами. Т. Левіт трактував зростаючу увагу бізнесу до проблем освіти, медицини та соціального забезпечення як «новий феодалізм», поширення якого може загрожувати існуванню ринкової економіки [37].

Поступово, починаючи із 70-х рр. ХХ ст., починають з'являтися противники класичної соціальної відповідальності – це були представники класичної школи лібертаріанців на чолі з Мілтоном Фрідманом. Стаття, написана ним у 1970 р., в самій назві однозначно декларує її основну тезу. Фрідман висунув ідею, що обговорення корпоративної соціальної відповідальності, крім максимізації прибутку, не має сенсу [373]. На думку Фрідмана, відповідальність бізнесу перед суспільством полягає лише в тому, що бізнес повинен ефективно використовувати свої ресурси, «діючи в цілях збільшення прибутків, і в той же час дотримуватись «правил гри», що передбачають вільну конкуренцію без обману і шахрайства». З позиції Фрідмана, пошуком засобів на соціальні потреби повинні займатися уряд, суспільство і самі громадяни [46].

На думку М. Фрідмана, «існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за

умови, що він дотримується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства» [37]. Ця ідея відноситься до класичної концепції КСВ, згідно якої бізнес сам по собі є соціально-відповідальним, прагнучи до отримання прибутку і діючи в межах правових та етичних норм.

Ідею М. Фрідмана потужно розвинув американський економіст П. Гейне у 1970-х роках, який також стверджував, що коли підприємство ефективно функціонує та збільшує прибутки, то й виконання соціальних обов'язків бізнесу збільшується. Основну мету бізнесу він вбачає в ефективному господарюванні, й досягнення цієї мети, вважає він, робить бізнес соціально відповідальним [103].

У роботах Ф. Найта та А. Ріха основна ідея М. Фрідмана щодо соціальної відповідальності бізнесу заперечується. Вони акцентують увагу на тому, що основним принципом бізнесу є не максимізація прибутку, а «уважне ставлення до загальнолюдських цінностей» (Ф. Найт) та «підприємництво – специфічно людський спосіб задовольняти фундаментальну потребу жити, впевненіше почуватися в матеріальному світі, потребу зростати й розвиватися не тільки як окремі індивіди, але і як елементи суспільства» (А. Ріх). [275, с. 243-244].

По-іншому розуміється соціальна відповідальність у концепції «стейкхолдерів» (зацікавлених сторін), оскільки її автори не переконані у природній здатності підприємництва до добровільного та спонтанного задоволення суспільних потреб. Концепція ґрунтується на тому, що керівництво та менеджмент підприємства, установи чи організації, незалежно від типу, форми власності та характеру діяльності, несуть відповідальність перед багатьма групами людей, які впливають на організацію і так само відчувають на собі вплив від її діяльності. Такими «зацікавленими сторонами» є: працівники

підприємства, акціонери, контрагенти (постачальники, посередники, кінцеві споживачі), держава, місцеві громади та суспільство в цілому [194, с. 333-334].

Вже на початку 70-х років ХХ ст. Д. Вотав дав таке ґрунтовно-розширене тлумачення КСВ: «Для когось він [термін – *Авт.*] виражає ідею правової відповідальності або правових зобов'язань; для інших він характеризує соціально відповідальну поведінку в етичному змісті; наступна група наділяє його значенням «бути відповідальним» у казуальному сенсі; багато хто просто дорівнює його до благодійних внесків; хтось трактує його як суспільну свідомість; більшість з тих, хто ним користується, особливо гаряче відстоюють трактування терміну як простого синоніму «легітимності» у контексті... правильності й обґрунтованості; деякі розглядають його як своєрідний фідучіарний обов'язок встановлювати більш високі стандарти поведінки для бізнесменів, ніж для звичайних громадян» [194, с. 333]. Таким чином Д. Вотав зацентрував увагу, що сама соціальна відповідальність є багатогранним поняттям, яке суб'єкти можуть розуміти з різних сторін, що пояснюється широкою сферою, яку охоплює це поняття.

З початком 1980-х років погляди на філантропію дещо змінилися. У цей період відбулися перші спроби поєднати два протилежні суспільні погляди на корпоративну філантропію, зокрема на її зв'язки із загальними цілями компанії. Приміром, філантропічна діяльність компаній починає трактуватися як «освічений егоїзм» [103]. Отже, можна зауважити, що відтоді погляди на філантропію змінилися, так само як і ставлення до неї серед підприємців. Традиційно філантропія була найпоширенішою в Сполучених Штатах, і її розвиток у Європі був трохи пізніше, тому вважається,

що це апріорі американська активність. Хоча зараз вона розвинулась серед сучасних європейських компаній.

Соціальна відповідальність бізнесу як окремий напрямок виникла в 70–80 роках ХХ століття в західних країнах. До цього часу реалізація принципів і методів корпоративної соціальної відповідальності проводилася спорадично, ця діяльність не була інституціалізована, будучи швидше проявом активності окремих представників бізнесу та наукової спільноти.

У цей час з'являються громадські та наукові організації, що займаються вивченням, пропагандою і впровадженням принципів та інститутів КСВ: американська асоціація етики бізнесу (Society for Business Ethics), європейська асоціація етики бізнесу (EBEN – European Business Ethics Net), всесвітнє суспільство етики бізнесу та економіки (ISBEE – International Society for Business Ethics and Economics), КСВ Європа (CSR Europe – The European business network for CSR). Саме їх діяльність зіграла істотну роль у розвитку корпоративної соціальної відповідальності як економічного та управлінського феномена [18].

Важливим етапом у становленні ідей СВБ стала концепція «корпоративної соціальної відповідальності», запропонована К. Девісом (1975). К. Девіс і Р. Бломстром визначили СВБ як «обов'язок осіб, що приймають рішення чинити такі дії, які будуть спрямовані не тільки на задоволення їхніх власних інтересів, але також на захист і примноження суспільного багатства» [37]. Концепція охоплює п'ять ключових положень: соціальна відповідальність виникає з суспільної влади, тому держава має створювати умови та показувати приклад соціальної відповідальності; бізнес є відкритою системою, що зазнає впливу суспільства та визначає суспільний розвиток (на місцевому, регіональному, національному

рівнях); необхідним є аналіз соціальних витрат з точки зору правомірності їх віднесення до собівартості продукції та послуг; оскільки витрати на соціальні проекти бізнесу покриваються за рахунок реалізації продукції, робіт, послуг, їхня вартість оплачується споживачем; бізнес несе відповідальність за розв'язання соціальних проблем, що перебувають за межами звичайної сфери його діяльності [37]. Отже, головним тут є визначення основоположної ролі держави в розвитку соціально-відповідальних дій підприємств шляхом створення відповідних стимульних умов, а також необхідності несення відповідальності підприємствами не тільки в межах своєї діяльності. Тобто, ця концепція вже закладає основи сучасного бачення СББ.

Тоді ж, у 1970-х роках, з'явилась концепція «корпоративної соціальної сприйнятливості», представники якої (Р. Акерман, В. Фредерік, Л. Престон, Дж. Пост), описали можливості корпорацій сприймати суспільні дії та «корпоративну соціальну діяльність» (С. Сеті, А. Керолл, Ф. Кохрен, Д. Вуд), у рамках якої було розроблено модель соціальної діяльності підприємства. С. Сеті конкретизував зміст СББ, вказавши, що вона «передбачає виведення корпоративної поведінки на рівень, відповідний домінуючим соціальним нормам, цінностям і очікуванням» [37]. У ній також збільшується роль підприємств в соціумі, що має позитивні наслідки для розвитку суспільства.

Ще одним підходом до трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності та визначення її основних складових є концепція обов'язків А. Керролла, яка отримала широке розповсюдження і є базою сучасних досліджень в цій області. Згідно концепції обов'язків будь-яка організація, яка претендує на отримання статусу соціально відповідальної, повинна виконувати економічні,

правові, етичні та філантропічні обов'язки перед суспільством [194].

А. Керролом (1979 р.) на основі узагальнення результатів попередніх досліджень було запропоновано розглядати соціальну відповідальність як «відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що висувуються суспільством до організації на даний період», що в подальшому знайшло своє відображення в детально розробленій концептуальній моделі соціальної відповідальності. Наступні роки відзначилися активізацією досліджень у сфері соціальної відповідальності бізнесу (що пояснюється, перш за все, загостренням екологічних та соціальних проблем), і, як наслідок, появою нових теорій і конкретизацією існуючих, що, в свою чергу, викликало необхідність уточнення термінології і систематизації накопиченої інформації [16]. Модель А. Керрола є наразі основною при дослідженні соціальної відповідальності, на основі якої відбувається розвиток ідей, категорій, концепцій.

З початком 1980-х років відбувається зміна поглядів на філантропію. Підприємці намагаються поєднати два протилежні суспільні погляди на корпоративну філантропію, а саме: яким чином філантропія вписується в загальні цілі компанії. У цей час філантропічна діяльність компаній починає трактуватися як «освічений егоїзм». Важливим кроком у цьому сенсі стало передавання частки повноважень на рівень підприємств та зменшення впливу влади в рамках політики Рональда Рейгана. Тобто, вже тут з'являється спроба перекласти на приватний сектор відповідальну функцію, що пояснювалось ідеєю, що зменшення державного фінансування на освіту, культуру та інші соціальні програми має бути компенсоване внесками приватного сектора. Стимулами на той час держава США визначила податкові важелі та провела реформу податкової систе-

ми (1986 р.), за якою було скорочено максимальні ставки податку як для окремих осіб, так і для корпорацій. Цей закон ввів і додаткові податкові пільги також для тих осіб та корпорацій, які спрямовують частину своїх прибутків на благодійність. У цьому проявилася саме соціально-економічна відповідальність, адже підприємства отримали економічні засоби для несення соціальної відповідальності. Наприкінці 1980-х рр. Дж. Буш продовжував консервативну політику, в рамках попередньої, що характеризувалась подальшим зменшенням ролі федерального уряду в соціальних програмах та зростання ролі приватного сектора в цьому. Це призвело до того, що на початку 1990-х років у США розпочалася широкомасштабна кампанія, спрямована на збільшення рівня філантропії загалом і корпоративної філантропії зокрема. Крім того, не лише в США але й за межами країни в 90-х роках відбулося пожвавлення розвитку сектора корпоративної філантропії [19]. Сьогодні філантропія у США залишається основним інструментом СЕВП, що вже стало безумовним заходом для підприємців.

Подальші економічні процеси 1990-х рр. у Центральній та Східній Європі відзначились розвитком ринкової економіки та зламом старих соціалістичних укладів. Як наслідок, загострилася конкурентна боротьба на цих ринках і підприємці почали шукати нові можливості для отримання конкурентних переваг та збільшення власної конкурентоспроможності, що спричинило два важливі процеси: глобалізацію та розвиток ТНК з подальшим поширенням їхньої влади на великі регіони та усвідомленням компаніями важливості соціального розвитку на нових ринках. В останньому також бачилась конкурентна перевага. Тож соціальний розвиток суспільства стає запорукою стабільного бізнес-середовища [19]. Таким чином, саме розвиток ринкової економіки, основною метою

якої є максимізація прибутку, й формує засади для розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва, в якій бачиться конкурентна перевага.

Щодо наукового опрацювання проблеми соціально-відповідального бізнесу, то слід зауважити, що у 1990-х рр. вчені активно намагались знайти зв'язок СВБ із фінансовою ефективністю, внаслідок чого з'являються нові концепції. Так, концепція (не)достатності ресурсів стверджує, що реалізація заходів у сфері СВБ зумовлена наявністю вільних коштів на репутаційні проекти. Концепція опортунізму менеджменту, протилежна до теорії (не)достатності ресурсів, зауважує, що висока фінансова результативність стимулює скорочення соціальних проектів, а у випадку погіршення фінансового стану соціальні витрати допомагають приховати помилки управлінців. Згідно з сигнальною концепцією, високий рівень СВБ створює «репутаційне гасло», яке для партнерів та інвесторів демонструє стабільне фінансове становище та може розглядатися як гарантія захищеності інвестицій. У цей же період створюється концепція синергійної дії, автори якої на основі результатів емпіричних досліджень виявили кореляцію між СВБ та фінансовою ефективністю, що утворюють замкнутий цикл взаємного впливу, послідовно підвищуючи одна одну [37]. Отже, ці концепції намагались знайти зв'язок між соціально-відповідальними діями підприємств та фінансовою результативністю їхньої діяльності. Найбільш вірною можна вважати концепцію синергійної дії, адже, як вже зауважувалось раніше, соціальне впливає на економічне та навпаки. Так, згідно цієї концепції, вони знаходяться у постійному взаємозв'язку, впливаючи на розвиток одне одного.

У 1995 році провідні компанії країн Євросоюзу утворили ініціативу Corporate Social Responsibility – Europe, що об'єднує сьогодні близько 50 великих корпорацій. У 2000 році за ініціативою Ге-

нерального секретаря ООН Кофі Аннана був створений Глобальний пакт, який закликає об'єднати зусилля бізнесу та громадянського суспільства на підтримку принципів у галузі прав людини, трудових відносин і навколишнього середовища [18]. Цей пакт і досі залишається одним із головних в сфері соціальної відповідальності.

Зазначимо, що наприкінці ХХ століття бізнесмени, політики, соціум у цілому врешті-решт почали усвідомлювати те, на чому багато десятиліть акцентували увагу вчені, а саме: пріоритет у формуванні загальної політики має належати політиці соціальній, а людина – це не тільки і не стільки фактор виробництва, це – найбільша цінність, мета економічного розвитку [154].

І ось на початку 2000-х років було висунуто важливий аргумент на користь нового підходу до корпоративної філантропії. Він свідчив, що у кінцевому підсумку економічні та соціальні цілі компаній не конфліктують, а поєднуються. Багато економічних інвестицій приносять суспільну користь, і багато соціальних інвестицій є вигідними економічно. Замість того, щоб повністю розділяти ці дві вигоди, компанії мають приділяти головну увагу проектам, які є корисними для них фінансово та одночасно приносять користь у соціальній сфері. І хоча наразі не всі компанії повністю інтегрували корпоративну філантропію до своїх загальних стратегій, більшість із них визнають її стратегічну важливість [19]. Проте парадокс і чи не основна суперечність, яка окреслилася на рубежі тисячоліть, полягає в тому, що тим часом, коли, здавалося б, економіка має, нарешті, працювати в інтересах абсолютної більшості населення, маючи для цього економічні, організаційні, психологічні, соціокультурні передумови, світ, образно кажучи, перевернувся, – інститути суспільства, економіки почали відсторонювати людину

на другий план, економічна доцільність дедалі більше почала брати верх над соціальною спрямованістю [154].

Вчені зазначають, що за останні роки відбувся бурхливий розвиток інституту соціальної відповідальності бізнесу, вона перестала бути характерною рисою лише великих та іноземних підприємств, а стає вагомим елементом діяльності багатьох компаній малого та середнього бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу стає технологією із складовими, відповідними процесами реалізації та методами впровадження. На цей час на підприємствах різних форм власності та розмірів створюються спеціальні підрозділи і координаційні групи з упровадження системи КСВ, вводяться в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з КСВ, впроваджуються етичні кодекси і корпоративна культура, яка характеризується соціально-активною позицією персоналу та власників, розробляються проекти соціального інвестування, публікуються соціальні звіти.

Слід зазначити, що однією з п'яти базових передумов успішної організації майбутнього, які були сформульовані у ході глобального дослідження, проведеного компанією IBM у 2008 р., визнана соціальна відповідальність [155].

Узагальнення етапів еволюції соціальної відповідальності бізнесу представлено в табл. 2.1.

**Таблиця 2.1. – Еволюція розвитку СВБ:  
міжнародний аспект**

Етап	Роки	Основні ідеологи	Основна характеристика
1	2	3	4
I	Початок XIX століття	Роберт Оуен, Даніель Легран	Орієнтація на захист робітників та поліпшення умов їхнього життя. Науковці вважали необхідним державне регулювання соціальної відповідальності. Ідеї щодо захисту працівників лягли в основу статуту МОП.

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4
II	Початок XX ст.	Е. Карнегі	«Євангеліє процвітання» заклало основи американської благодійності. Орієнтація великих корпорацій на благодійність. Заснування фонду Рокфеллера та зародження руху «Ротарі».
III	1950-і рр.	Говард Боуен	Праця «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953) стала основою для появи наукової школи, яка визначає сутність соціальної відповідальності у прийнятті рішень підприємцем з урахуванням потреб та цінностей суспільства.
IV	60-і–70-і рр.		Цей етап характеризується декількома підетапами: 1. Збільшення ролі корпоративної філантропії, яка вважалась звичайною діяльністю компаній.
		Т. Левіт, М. Фрідман	2. Також саме в цей час з'являється протилежна точка зору. Т. Левіт бачив у соціальній відповідальності загрозу для ринкової економіки. А М. Фрідман у рамках класичної школи стверджував, що підприємство вже є соціально-відповідальним за умови отримання прибутку.
		К. Девіс, Р.Бломстром	Становлення концепції «корпоративної соціальної відповідальності» (1975), яка визначала необхідність підприємців діяти в рамках не лише власних інтересів, але й для захисту та примноження суспільного багатства.
		Р. Акерман, В. Фредерік, Л. Престон, Дж. Пост	Поява концепції «корпоративної соціальної сприйнятливості», представники якої описали можливості корпорацій сприймати суспільні дії.
		С. Сеті, А. Керолл, Ф. Кохрен, Д. Вуд	Поява концепції «корпоративної соціальної діяльності», в рамках якої було розроблено модель соціальної діяльності підприємства.
V	70–80-і рр.		Поява перших громадських та наукових організацій, які опікуються вивченням, пропагандою і впровадженням принципів та інститутів КСВ: американська асоціація етики бізнесу (Society for Business Ethics), європейська асоціація етики бізнесу

Продовження табл. 2.1

1	2	3	4
			(EBEN – European Business Ethics Net), всесвітнє суспільство етики бізнесу та економіки (ISBEE – International Society for Business Ethics and Economics), КСВ Європа (CSR Europe – The European business network for CSR).
VI	80-і рр.	Рональд Рейган, Джордж Буш.	Філантропія сприймається вже як «освітчий егоїзм». Зменшення частки влади та передання повноважень приватному сектору.
VII	90-і рр.		Пожвавлення розвитку сектора філантропії як відповідь на реформи попередніх урядів США. На цьому етапі активно відбувався пошук взаємозв'язку СВБ із фінансовою ефективністю. Поява концепцій: 1. Концепція (не)достатності ресурсів. 2. Концепція опортунізму менеджменту. 3. Сигнальна концепція. 4. Концепція синергійної дії.
VIII	2000-і рр. – теперішній час		СВБ отримала поширення в бізнес-структурах та стандартні технології реалізації. На рівні держав створюються органи влади з розвитку СВБ, приймаються закони та стандарти. Підприємства створюють спеціальні підрозділи і координаційні групи з упровадження СВБ, приймаються етичні кодекси, активно публікуються соціальні звіти.

\* Власна розробка автора

Таким чином, можна дійти висновку, що розвиток соціальної відповідальності у світі відбувався достатньо активними темпами у другій половині ХХ ст., що можна пояснити поживленням світової економіки, загостренням конкурентної боротьби, розвитком науки взагалі. Причому на початку розвитку ідеї соціальної відповідальності велика роль в її розвитку лягла на державу, яку потім в США, наприклад, частково переклали на приватний сектор. В роз-

винених країнах Європи цей процес також можна спостерігати, але це залежить від країни. На даний момент відбувається достатньо активний розвиток соціальної відповідальності з боку підприємств та урядів. Так, створюються спеціальні органи як на державному рівні, так і на рівні бізнесу, які спрямовані на розвиток СВБ.

Досліджуючи еволюційний розвиток соціальної відповідальності, необхідно також узагальнити досвід України з цього питання.

В Україні поступово формуються нове правове поле і практика використання різних форм взаємодії влади і бізнесу, орієнтованих на принципи ринкової поведінки. Про це свідчить прийняття законів України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про державно-приватне партнерство», «Про соціальний діалог в Україні» та інших нормативно-правових актів, спрямованих на підтримку бізнесу; поширення досвіду соціального партнерства в сфері регулювання соціально-трудових відносин на трьохсторонній основі між роботодавцями, владою і профспілками, а також поступовий рух від благодійності до запозичення зарубіжних механізмів і технологій для досягнення цілей державної політики, у тому числі шляхом подальшої інституціоналізації відносин у вигляді державно-приватного партнерства з метою вирішення політичних і суспільно-значущих завдань на національному, регіональному та місцевому рівнях. Саме ефективна взаємодія влади та бізнесу, спрямована на розвиток суспільства в умовах ліберальної демократії, здатна стати базисом політичної та економічної стабільності в суспільстві [18].

В Україні КСВ започатковано створенням мережі Глобальної угоди ООН, а її розвиток відбувався за особливим сценарієм: спочатку саме компанії брали на себе ініціативу, розвиваючи ті чи інші практики соціально відповідальної поведінки, залучаючи до такої ді-

яльності решту гравців: споживачів, неурядові організації, представників влади на регіональному й національному рівнях [23].

Українська дослідниця М. Є. Дейч відносить початок формування та розвитку КСВ в Україні до 1996 року. Змістовно цей період, зазначає вона, розпочався з поширення ідей соціальної спрямованості і соціальної активності бізнесу та їх застосування в економічній практиці українських підприємств. З боку неурядових структур очолили та скоординували цей рух Українська асоціація якості (УАЯ) та Український союз промисловців та підприємців (УСПП). Вони ж синхронізували заходи соціальної відповідальності з упровадженням в діяльність вітчизняного бізнесу концепції TQM (Total Quality Management) і моделі EFQM (European Foundation for Quality Management). Така синхронізація стала можливою і логічною, оскільки і концепціями, і моделлю передбачено-задоволення бізнес-компаніями інтересів всіх зацікавлених сторін, у тому числі споживачів, персоналу компаній, суспільства, захисників довкілля, та всіх соціально незахищених прошарків суспільства, підтримуючи які бізнес може сприяти сталому розвитку суспільства [62].

Доведено, що економічні ефекти, які демонструють надійність економічних відносин суб'єктів господарювання, забезпечуються завдяки реалізації етичних, морально-ціннісних норм у сфері ведення бізнесу. Отже закономірним є зростання інтересу до соціальної відповідальності бізнесу в світі загалом і в Україні зокрема. У межах творення інституціональної інфраструктури соціальної відповідальності бізнесу по всьому світу, в Україні це стало можливим завдяки світовій ініціативі Глобального договору, який називають найвагомим способом поширення соціально відповідальних бізнес-практик. Попри те, що вперше в нашій країні ініціатива

ГД ООН була презентована в квітні 2006 р., на лютий 2008 р. можна вже констатувати створення української мережі Глобального договору ООН, яка сьогодні об'єднує компанії, бізнес-асоціації, профспілки, об'єднання роботодавців, неурядові організації та інші громадські спілки, академічні інституції – всього понад 140 організацій різної форми власності. Змістом діяльності офісу ГД в Україні є семінари та тренінги для компаній із запровадження принципів бізнес-відповідальності. Приміром, квітень 2008 р. відзначений семінаром на тему прав людини; жовтень того ж року – семінаром зі складання соціальної звітності (Global Reporting Initiative); у лютому 2009 відбувся тренінг «Використання принципів Зеленого офісу в організації», а за рік потому – перше засідання Консультативної ради з розробки Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. До складу Консультативної ради увійшли представники уряду, бізнесу та наукових кіл, керівники фондів, громадських та міжнародних організацій, представники інтернет-медіа-проектів та професіонали у сферах КСВ і зв'язків з громадськістю. Секретаріат ради складають чотири організації: Центр розвитку КСВ, секретаріат Глобального договору ООН, Інститут власності і права та Асоціація якості.

Учасники Глобального договору в Україні постійно актуалізують та обговорюють питання побудови моделі соціально відповідального партнерства, дискутують щодо його принципів та з метою забезпечення стійкого ефективного соціального діалогу між бізнесом, владою і суспільством створили постійну дискусійну платформу – громадський рух «Форум соціально відповідального бізнесу України» [59].

С. Брехаря в своєму дослідженні [24] навела кроки українського бізнесу на шляху до СВБ; вони систематизовані у табл. 2.2.

**Таблиця 2. 2. – Розвиток КСВ в Україні**

Етап	Назва, роки	Характеристика	Чинники	Результат
1	2	3	4	5
Перший	Корпоративної філантропії, початок 2000-х рр.	Українські ФПГ створюють благодійні фонди олігархів, які є власниками цих ФПГ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– негативний імідж, що став результатом первинного накопичення капіталу;</li> <li>· необхідність подолання негативного сприйняття громадянами ролі великого капіталу в суспільних процесах, необхідність легітимації великого капіталу серед громадян країни;</li> <li>· необхідність виходу ФПГ на західні ринки, залучення іноземних інвестицій;</li> <li>· розуміння того, що успіх бізнесу залежить не лише від фінансових показників і взаємовідносин з владою, а й від взаємовідносин компанії із суспільством.</li> </ul>	Створення фонду Віктора Пінчука – фінансував боротьбу зі СНІДом, працював над створенням центрів допомоги для новонароджених, підтримував талановитих студентів, виплачуючи їм стипендію фундації, реалізував програму вивчення Голокосту в Україні, організував роботу центру сучасного мистецтва Pinchuk Art Centre. Фонд Ріната Ахметова – проект щодо подолання епідемії туберкульозу в Україні, програма «Ні сирітству!», освітній проект для журналістів «Журналістика цифрового майбутнього». Сьогодні фундація Ахметова переважно допомагає переселенцям з тимчасово окупованих територій і населенню, що залишилося на Донбасі.
Другий	Інтеграція КСВ в корпоративні стратегії, середина 2000-х рр.	КСВ стає новим напрямом діяльності, і в країні з'являються перші фахівці з корпоративної соціальної відповідальності – КСВ стає професійною сферою.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Розуміння важливості КСВ.</li> <li>Загострення конкуренції.</li> </ul>	У 2008 році вперше в Україні дві компанії – банк «Надра» і ДТЕК – опублікували соціальний звіт, розроблений за стандартами GRI (Глобальної ініціативи зі звітності).

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5
Третій	Відокремлення благодійності від КСВ, кінець 2000-х рр.	Активи підприємців почали працювати за власною програмою КСВ, яка поступово ставала частиною стратегічного менеджменту.		Відбувся перший український бізнес-саміт з питань зміни клімату, в портфоліо українських компаній з'явилися КСВ-кейси з охорони довкілля («Тетра ПАК», «Прикарпаттяобленерго», «Астарта», ДТЭК, «Галнафтогаз», «Київстар» та інші). На цьому ж етапі одним із напрямів КСВ стають освітні програми. «Київстар» зосередився на проекті допомоги дітям з обмеженими можливостями: компанія у 2010 році обладнала мультимедійні класи у восьми інтернатах для дітей, які не бачать. За допомогою комп'ютерної техніки, спеціального програмного забезпечення, доступу в Інтернет і безкоштовного трафіку діти отримали нові можливості для розвитку і освіти.
Четвертий	Освітні проекти, Кінець 2000-х-початок 2010-х рр.	Поява двох освітніх проектів, які реалізовувалися за підтримки Міносвіти.	Розрив між якістю освіти та вимогами роботодавців.	Перший– Міжкорпоративний університет, що стартував у 2009 році. Українські компанії та провідні виші («МТС Україна», «МЕТРО Кеш енд Керрі Україна», «Київська інвестиційна група», Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Національний університет «Києво-Могилянська академія») об'єднали зусилля. Ця програма стала першим в Україні партнерським проектом у галузі освіти, який передбачав інтеграцію практичних знань і досвіду компаній у процес підготовки майбутніх фахівців. Студенти, які здобували освіту в стінах університету, надбали саме тих навичок та знань, які затребувані в бізнес-практиках. Другий проект – «паспорт професії», що був започаткований СКМ в 2011 році. Компанія ініціювала проект з розробки сучасних професійних стандартів, які мали на меті допомогти скоротити дисбаланс на ринку праці між попитом і пропозицією фахівців. У профстандартах чітко прописано, що повинен знати і вміти фахівець, щоб відповідати сучасним вимогам ринку.

\* Складено автором на основі [24].

Проаналізувавши таблицю, можна дійти висновку, що розвиток КСВ в Україні відбувався поступово: розпочавшись із упрова-

дження КСВ-ініціатив на підприємствах великих українських фінансово-промислових груп, поширився й на підприємства середнього бізнесу, привернув увагу громади, науковців та освітян. Соціальна відповідальність стає тим засобом, за допомогою якого підприємницькі структури можуть стати конкурентоспроможними на вітчизняному ринку та ринках інших країн, всередині наших підприємств відбуваються ті ж самі процеси, що й на підприємствах розвинених країн, але все одно переважаючими за цією активністю поки що є представники великого бізнесу.

Такий перебіг дає підстави для висновку, що наша держава та бізнес-структури проходять ті стадії розвитку, на яких усвідомлюється необхідність застосування нових форм та методів функціонування на ринку. У розвинених країнах на допомогу цьому й приходить соціальна відповідальність, яка стає їхньою філософією. Так як українські підприємці намагаються зайняти міцні позиції на закордонних ринках, то й виклики цих ринків стають необхідними до впровадження, саме тому соціальна орієнтація підприємств й отримує свій розвиток.

О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч та О.В.Панькова предметом свого дослідження обрали конкурентоспроможність компанії, її зовнішній імідж, відповідність міжнародним стандартам якості та етики ділових відносин в контексті соціальної відповідальності. З огляду на актуальність зазначених характеристик для потенційних інвесторів, власників компаній та держави, на території якої ведеться соціально відповідальний бізнес, вони акцентують гостру необхідності формування національної моделі з підвищення СЕВП в національній економіці в межах тріади «бізнес-влада-суспільство». У межах свого дослідження автори визначають сприятливі та несприятливі фактори для формування такого партнерства. Зокрема серед несприятливих найголовнішими вони бачать дефіцит людсь-

ких цінностей, відсутність раціональної трудової етики та соціальної відповідальності, кризу корпоративної ідентичності та самовіддачі, що стримує формування відносин довіри між основними суб'єктами партнерства. Результати проведеного ними в межах дослідження соціологічного опитування показали також високий рівень недовіри громади до державних інститутів, підприємницьких структур і взагалі до впроваджуваних в Україні реформ. Це, на думку авторів, значно уповільнює процес побудови держави загального добробуту на засадах економіки сталого розвитку [218].

Висновки наведеного вище дослідження та наші власні студії цієї проблеми переконують, що задля розвитку соціально-економічної відповідальності в державі має бути створене належне інституційне забезпечення, складові елементи якого утворюють єдиний механізм управління соціально-економічною відповідальністю підприємництва, що дозволить розвивати це явище в нашій країні та виводити його на нові рівні.

Соціальна відповідальність в різних країнах світу – давно усталена практика великого, середнього та малого бізнесу. Н. А. Сокол, вважає, що з огляду на таку поширеність СВБ, управління процесом його поширення має належати до сфери особливої уваги органів державної влади та провідних міжнародних організацій. Результатом її досліджень є розроблені рекомендації для державних органів влади до щодо змістового наповнення стандартів із СВБ та заходів стимулювання організацій до соціально-відповідальних дій. При цьому вона зауважує, що відчутних результатів інституційної підтримки СВБ в Україні поки що не спостерігається, і називає причинами цього надмірну «зарегульованість» економіки з боку держави у вигляді високих податків і соціальних трансфертів, яка тотально знижує мотивацію до праці працівників та не спонукає до вкладень інвесторів. Відсутність проду-

маної соціальної політики, підтримки з боку держави певних секторів економіки, пріоритетних галузей і видів діяльності, зауважує авторка, може вдарити в першу чергу по найбільш незахищених економічних агентах і змусити їх порушувати формальні правила гри або взагалі змінити їх, використовуючи неформальні інструменти впливу. У результаті матимемо макроекономічну нестабільність і загальну неефективність та неконкурентоспроможність національної економіки [301].

Серед загальних проблем соціально-трудова відносин, які гальмують розвиток української економіки, авторка виділяє такі, як масові порушення роботодавцями міжнародних прав людини та трудових стандартів; недотримання законодавчо встановлених соціально-трудова прав і гарантій працівників, економія витрат на охорону праці; низький рівень заробітної плати, приховування заробітної плати, тривала заборгованість із виплати заробітної плати; значне забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів; невисока якість продукції, приховування небажаної інформації, неправдива реклама [280].

На нашу думку, в Україні корпоративна соціальна відповідальність ще не отримала широкого охоплення, але в останнє десятиріччя розвинулись і поступово зміцнюються певні інститути (табл. 2.3).

**Таблиця 2.3 – Інституціоналізація корпоративної соціальної відповідальності в Україні**

<b>Роки</b>	<b>Інституційні форми КСВ</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
2005	Форум «Корпоративна соціальна відповідальність та Глобальний договір (ГД)». Створення провідної експертної організації з КСВ. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні».

Продовження табл. 2.3

1	2
2006	Підписання «Глобальний договір» в Україні (34 учасника).
2007	Зростання обізнаності про КСВ і перші зусилля українських компаній. Україна приєдналася до міжнародної групи з розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000: обрано 6 національних експертів від різних груп зацікавлених сторін.
2008	Україна – одна з трьох найбільш результативних мереж ГД у світі і найбільш динамічна мережа ГД у Східній Європі. Створено Раду Глобального Договору ООН в Україні. Складено перший рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній – Діловий журнал «Контракти» (РА «Гвардія») Відділення особистих благодійних фондів акціонерів від компанії благодійний фонд «Розвиток України» Р. Ахметова відділений від компанії СКМ.
2009	Розвиток ініціатив у сфері екологічного менеджменту: перший український бізнес-саміт на найвищому рівні з питань зміни клімату (спільно з ГД ООН). Формується мережа «КСВ в бізнес-освіті».
2010	Представлений перший аналітичний звіт дослідження української Маркетингової Групи «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку».
2011-2013	Зростання соціальної (нефінансової) звітності. Зростання філантропії та волонтерства. Складається Індекс прозорості та підзвітності на основі методики Beyond Business (Ізраїль).
2014-2016 рр.	Щорічний звіт з Індексу прозорості. Включення до нього підприємств державної форми власності. Зростання числа нефінансової звітності.

\* Удосконалено автором на основі [119].

З табл. 2.3 видно, що робляться певні кроки з поширення соціальної відповідальності, але вони представлені в цілому неурядовими діями в цій сфері. Тобто, створено неурядову організацію

Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні», проводяться форуми, розроблений Індекс прозорості, який єдиний в Україні може бути віднесений до індексів, що оцінює рівень СВБ. Але слід більше розвивати саме урядові інституції, що спричинить розв'язання наявних в суспільстві багатьох проблем, що мають відношення до СЕВП, а саме: необхідним є зростання довіри з боку громадян до бізнес-структур та владних інституцій, вирівнювання диспропорцій в розвитку суспільства; сприяння розвитку соціально-відповідальних практик підприємств [275].

Після розгляду теоретичного матеріалу щодо розвитку напрямків соціальної відповідальності бізнесу можна зробити висновки щодо СВБ в Україні та світі. Як уже було зауважено, СВБ є відносно молодого економічною категорією, яка, проте, зайняла вагомим місце в розвитку компаній розвинутих держав. Вона стала обов'язковою при визначенні конкурентоспроможності компаній за світовими рейтингами. Зароджувалася СВБ як категорія регулювання соціально-трудова відносин та отримала розвиток у вигляді благодійності спочатку американських багатіїв, а згодом й американських корпорацій. Але зараз кількість форм її прояву більш численна: це й захист довкілля, і впровадження новітніх засобів виробництва та управління, і всебічний соціальний захист працівника тощо. В Україні соціальна відповідальність розповсюджена не широко, а представлена в стратегії найбільш розвинутих українських підприємств чи представництв ТНК. Цьому є декілька пояснень: недосконалість правової бази, необізнаність підприємців щодо переваг, складне політичне та економічне середовище, в якому опинилися українські бізнесмени і, як наслідок цього, переважна сконцентрованість на економічних проблемах. Саме вивчення досвіду

розвинених держав може стати в нагоді при формуванні загальнодержавної політики стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Так, приклад податкової реформи США є корисним, коли уряд держави знизив податковий тягар для корпорацій, які відраховують гроші на благодійність. Також важливим є вивчення досвіду поступового дистанціювання уряду від СВБ та збільшення ролі саме підприємців в цьому. Використання цих елементів та інших рекомендацій дозволить підвищити рівень соціальної відповідальності бізнесу України.

## **2.2. Сучасні інституційні моделі поєднання зусиль держави та підприємців в реалізації функції відповідальності**

Соціально-економічна відповідальність бізнесу є похідною соціальної моделі всієї держави, тобто вона залежить від основних законодавчих та нормативних ініціатив з боку держави. Саме соціальна модель в державі виступає основним регулятором соціальної відповідальності підприємництва, вона впливає на рівень соціального захисту працівника, впроваджуючи необхідні норми та підтримуючи ініціатив підприємства в тій чи іншій соціальній сфері. В залежності від соціальної політики держави можна передбачити рівень соціальної відповідальності підприємництва. Взагалі, держава також виступає соціально відповідальним суб'єктом ринку. Досвід європейських держав може бути корисним для України [106].

У цілому для виокремлення моделей соціальної політики використовуються такі критерії, як кількісні («екстенсивні») та якісні («інтенсивні») показники соціального захисту, його ідеологічне підґрунтя; розмір виплат; ступінь та перерозподіл адміністрування

соціального захисту з боку різних інститутів, таких як держава, недержавний сектор, приватні агенції тощо.

Взагалі, моделі соціальної політики відрізняються одна від одної за обсягами втручання держави в соціальні процеси, ступенем охоплення громадян системою соціального захисту, зокрема на підприємстві, роллю профспілок у житті суспільства, участю самих громадян в соціальному житті країни. Саме це й обумовлює наявність численних класифікацій.

В.В. Собченко зазначає, що питання про те, скільки моделей соціальної політики можна виділити і на яких підставах, є досі дискусійним, оскільки при відповіді на нього необхідно враховувати специфіку різних країн за наявності загальних ознак. При розгляді Європейською Комісією питання з розроблення уніфікованої модифікації соціальної політики для «Загальноєвропейського будинку» було виділено дві основні моделі: «бісмарківську» та «бевериджську» [280].

«Бісмарківська модель» встановлює жорсткий зв'язок між рівнем соціального захисту й успішністю професійної діяльності. Виходячи з цього, соціальні права людини в даній моделі обумовлюються тими відрахуваннями, які виплачуються нею протягом усього активного життя, тобто соціальні виплати набувають форми відкладених доходів (страхових внесків). Тут сфера соціального захисту є принципово незалежною від «фінансових вливань» з боку держави. Виключення складають сім'ї із слабкими можливостями активної трудової участі: для яких існує національна солідарність, що реалізується через спеціальні, зазвичай муніципальні, соціальні служби для малозабезпеченого населення, або добродійність.

Друга ж, «бевериджська», модель виходить з того, що будь-яка людина, незалежно від її приналежності до економічно актив-

ного населення, має право на мінімальну захищеність у разі захворювань, старості або іншої причини зменшення власних можливостей самозабезпечення. Невід'ємними складовими даної моделі є системи страхування через хворобу, прикріплення до яких є автоматичним, і пенсійні системи, які забезпечують мінімальні доходи всім літнім людям незалежно від їхніх минулих зусиль з відрахувань від заробітної платні (так звані «соціальні пенсії» на відміну від «професійних»). При цьому дані системи фінансуються через податки з державного бюджету [279].

Уявлення про найбільш помітні відмінності у підходах до соціальної політики, що існують у світі, дає класифікація данського соціолога Г. Еспінг-Андерсена, яка одержала останнім часом широке визнання. Ним виділені три основні моделі соціальних держав: ліберальна, консервативна (корпоративна) і соціал-демократична [8].

Інший дослідник, С. Лейбфрід запропонував класифікацію, яка базується на принципі «сімейної схожості». Запропоновані ним чотири моделі – це чотири групи країн, які характеризують переважно європейські підходи до соціального захисту: англосаксонська модель (залишкова) характерна для Великобританії, США, Австралії, Нової Зеландії; «бісмарківська» (інституціональна) модель застосовується в Австрії, Німеччині; скандинавська (модерна) запроваджується в Швеції, Норвегії, Данії, Фінляндії; латинського узбережжя (рудиментарна) реалізується в Іспанії, Португалії, Греції, Італії, Франції [105].

У. Лоренц, об'єднуючи типології Г. Еспінг-Андерсена та С. Лейбфріда, виокремлює чотири моделі: скандинавську, залишкову, корпоративістську та рудиментарну [73].

Останнім часом все частіше зустрічається класифікація, яка поділяє моделі соціальної політики Європи на: північну, англосаксонську, континентальну та середземноморську. Також є поділ на: католицьку, консервативну, ліберальну та соціал-демократичну [279]. Усі вище згадані класифікації моделей корелюють одна з одною, що можна представити у вигляді табл. 2.4.

Тепер перейдемо до більш детального розгляду цих моделей. Формування ліберальної(англо-саксонської) моделі (обмеженої соціальної держави), яка властива таким країнам, як Великобританія, Ірландія, відбувалося при пануванні приватної власності, перевазі ринкових відносин і під впливом ліберальної трудової етики. Один з основних постулатів класичного лібералізму – абсолютна свобода індивіда в економічній сфері. Звідси – економічна доктрина мінімального державного втручання в соціальну сферу «laissez-fair», концепція держави – «нічного сторожа».

**Таблиця 2.4 – Співвідношення європейських моделей соціальної політики**

Типи моделей			
«Бісмарківська»		«Бевериджська»	
Європейська (континентальна)		Північна (нордична)	
Католицька	Консервативна	Ліберальна	Соціал-демократична
Модель досягнень		Залишкова	Інституціональна
Консервативна / статична		Ліберальна/англо-американська	Соціал-демократична/скандинавська
Католицька	Корпоратистська	Ліберальна	Північна
Рудиментарна	Інституціональна	Залишкова	Сучасна

\* Сформовано автором на підставі [279].

Якщо глобально подивитися на історію участі держави в розвитку свого економічного сектора, то слід констатувати, що на початку ХХ ст. панівну доктрину невтручання держави в економіку змінює неолібералізм, в основі якого лежить ідея соціал-політичної держави, яка бере на себе відповідальність за кожну людину і покликана забезпечити «загальне благо» всього народу. Політика неолібералізму прийшла на зміну ліберальній державі, адже остання виявилася неспроможною забезпечувати достатній рівень життя громадянина, його право на соціальний захист і отже економічну безпеку в жорстких умовах ринкової економіки.

Прийнято вважати, що ліберальна модель передбачає соціальну політику залишкового типу, тобто люди, як правило, повинні бути здатними існувати в суспільстві й без соціального забезпечення. Відповідно до цього і фінансування соціальної сфери здійснюється за залишковим принципом, тому реалізація ліберальної моделі залежить від наявності великого обсягу добровільної та неформальної допомоги; по-друге, відповідно до даної моделі центральний уряд характеризує хоча й обмежену, проте, загальну відповідальність за соціальний захист всіх громадян [279], цій моделі притаманне помірковане, вкрай дозоване втручання держави в соціальну сферу; вибірковість, адресність, а не універсалізм під час розподілу соціальних виплат; посилення співробітництва між суспільним та приватним секторами в реалізації соціальних програм; розширення системи соціального страхування; активна та динамічна політика прибутків.

Має місце високий рівень перерозподілу прибутків, тому державна система характеризується: забезпеченням мінімального рівня соціальних гарантій для значної частини населення; відносно високим рівнем зайнятості; високим рівнем податків.

Дана модель цілком задовольняє своє основне призначення в умовах економічної стабільності або підйому, але при спаді і змушеному скороченні виробництва, яке супроводжується неминучим урізуванням соціальних програм, в уразливому положенні виявляються багато соціальних груп, насамперед жінки, молодь, люди похилого віку [121]. СЕВП тут проявляється у тому, що держава активно підтримує підприємство та перекладає на нього частку функцій із захисту працівників, тому й рівень СЕВП у ній достатньо високий.

Наступною моделлю соціальної політики держави є консервативна, яка ще має назву корпоративної та континентальної та більш притаманна для країн із соціально-орієнтованою ринковою економікою (Австрія, Німеччина, Італія, Франція). У порівнянні із попередньою моделлю, роль держави в регулюванні соціальної політики значно сильніша: бюджетні відрахування на соціальні заходи приблизно дорівнюють страховим внескам працівників і роботодавців, основні канали перерозподілу знаходяться або в руках держави, або під її контролем. Одночасно із цим держава делегує матеріальну підтримку громадян системі соціального захисту, що означає, що розмір соціальної допомоги залежить прямо пропорційно від розмірів трудових доходів громадянина та відрахувань на страхові платежі. Страхові каси знаходяться у спільному веденні власників підприємств та профспілок та характеризуються самоврядністю в своїй роботі, що дає їм велику кількість повноважень та напрямків діяльності. Розмір гарантованих виплат у випадку безробіття залежить від виробничого стажу, а терміни виплат – від тривалості сплати страхових внесків, їхнього розміру й віку працівника. У більшості країн цієї моделі період виплат допомоги з безробіття збільшений для осіб, старше 50 років [121].

У даній моделі під державним наглядом одночасно розвивається і ринок, і обов'язкове соціальне страхування. Консервативна модель базується на принципі досягнень, що обумовлено розміром страхових внесків та розміром заробітної плати. Тобто, праця є визначальною для майбутнього соціального забезпечення громадянина [8; 279]. В цьому й полягає принцип справедливості, який було розглянуто нижче і який визначає той рівень соціального захисту, на який може розраховувати людина в залежності від власних внесків, тобто досягнень у професійному та фінансовому розрізі.

У консервативній моделі наявний рівномірний розподіл відповідальності між державою, підприємцями та самою особою, що проявляється у взаємозв'язках тріади «держава-бізнес-індивід». Держава гарантує соціальне забезпечення, яке реалізується за кошти самих громадян через систему підприємницьких страхових механізмів чи фондів. Також має місце поміркований рівень перерозподілу прибутків, а сама державна система характеризується такими ознаками: рівень соціального забезпечення залежить від особистого внеску громадян до страхових фондів; має місце неповна зайнятість; рівень податків та допомоги – поміркований. Тобто рівень податків не відрізняється великими розмірами, але й, відповідно, рівень допомоги невеликий [8]. Саме через них і характеризується соціально-економічна відповідальність перед працівниками. Через високу роль профспілок як найбільш масових і соціально активних об'єднань спостерігається міцний соціальний захист працівників із дотриманням усіх нормативів та законодавства.

Для третьої моделі соціальної політики – соціал-демократичної (солідарна, скандинавська, північна) характерна провідна роль держави в захисті населення та дотримання принципу солідарності – вирівнювання рівня доходів населення, а також досягнен-

ня загальної зайнятості. Чільне місце в соціал-демократичній ідеології займають проблеми соціальної справедливості, солідарності, рівності, та свободи. Рівність означає однакову цінність всіх людей і є неодмінною умовою вільного розвитку як окремої особистості, так і всього суспільства; свобода виявляється в тому, що кожен має право бути вільним від політичного примусу, діяти у відповідності зі своїми цілями та індивідуальними можливостями, дотримуючись при цьому солідарності. Солідарність як загальний принцип спільності людства є дуже вагомим у соціал-демократичній ідеології, поряд зі справедливістю [65].

Основним принципом цієї моделі є «універсалізм». Тобто мається на увазі, що соціальний захист є правом усіх громадян, тому він забезпечується, головним чином, державним бюджетом [279].

Дана модель знайшла практичне втілення в країнах північної Європи — Швеції, Норвегії, Фінляндії, Данії, а також у Нідерландах і Швейцарії. Основою фінансування соціальної сфери служить розвинений державний сектор економіки, зміцненню якого не в останню чергу сприяє дуже високий рівень оподаткування. Частка державних витрат у ВВП складає у Швеції 66%, у Данії – 61%, у Фінляндії – 56%. Основна частина цих витрат йде на задоволення потреб об'єктів соціального призначення. Досить значну частину серед них складають і трансферні платежі, завдяки яким відбувається перерозподіл національного продукту на користь найменш забезпечених шарів населення [121].

Така модель характеризується максимальним рівнем соціального патерналізму держави й мінімальною соціальною відповідальністю людини, має високий рівень перерозподілу прибутків та такі ознаки: рівне соціальне забезпечення всіх громадян; проведен-

ня політики повної зайнятості; високий рівень податків та допомог – низький рівень бідності [331].

Іншими відмітними рисами даної моделі є розвинена система виробничої демократії, регулювання трудових відносин на загальнонаціональному рівні, а не на рівні окремих підприємств або галузей, використання діючих засобів, що дозволяють мінімізувати рівень безробіття [121].

Фінансування соціал-демократичної моделі базується на стабільному та високому рівні продуктивності, сильних профспілках як працедавців, так і найманих працівників і договірних відносинах між ними, які контролюються державою, тобто на розвиненому соціальному партнерстві. Передбачається, що держава фінансує соціальну сферу через систему оподаткування, при цьому вона несе відповідальність не лише за розширення й фінансування соціальної допомоги, але і за дійсне функціонування різних соціальних служб, що є можливим лише за наявності сильного, але децентралізованого управління.

Тобто, основну роль в цій системі відіграє держава, яка виконує функції перерозподілу соціальних благ від забезпечених до найуразливіших категорій населення та регулювання соціальної відповідальності перед працівниками. Основою соціально відповідального підприємництва тут є курс на повну зайнятість населення. Висока вартість такої системи повною мірою компенсується високою соціальною захищеністю населення, відсутністю шокуючих контрастів між багатством і бідністю і, відповідно, високою політичною і соціальною стабільністю, що знову дає підстави казати про високу соціальну відповідальність в цих країнах.

Південно-європейська модель соціального захисту (середземноморська, рудиментарна) властива для Португалії, Іспанії, Греції,

Ірландії та частково Італії: в цих країнах юридичні права на соціальне забезпечення повністю відсутні або мінімальні.

Соціальні служби в цих країнах розвивались несистематично, водночас обіцянки майбутньої всеохоплюючої системи соціального захисту залишаються політичним засобом забезпечення стабільності в суспільстві [65]. Лише в останні десятиліття під впливом соціально-економічних і структурних змін системи соціального захисту почали удосконалюватися. Цю модель можна вважати перехідною, саме тому тут немає чіткої організації надання соціальних послуг [331].

Основну роль відіграє сім'я та інші інститути громадянського суспільства, а соціальна політика носить переважно пасивний характер і орієнтована на компенсацію втрат в доходах окремих категорій громадян [121].

Якщо розглянути італійську соціальну модель, то тут можна зауважити наступне: тут історично склалася відмінність у доходах населення північних і південних регіонів. Починаючи з 1992 р. уряд Італії вдався до реформування галузі соціального страхування, в особливості пенсійного страхування – передбачалося поступове збільшення пенсійного віку [331].

Слід зауважити, що останнім часом майже усі розвинуті країни, які відносяться до цих типів соціальних держав з тих чи інших причин провели соціальні реформи, змістом яких є збільшення частки приватного сектора в системі соціального захисту, а саме соціального страхування. Тобто, ця модель серед представлених найменш охоплює свого працівника соціальним захистом. Через мінімальні соціальні права СЕВП тут також не має такого високого рівня, як у попередніх моделях. Однак, з проведенням реформ, які спрямовані саме на підвищення соціального захисту та відповіда-

льності зокрема, можна прогнозувати підвищення СЕВП і в цих країнах.

Таким чином, можна сказати, що єдиної соціальної політики Європи не існує через велику кількість чинників, основним з яких є численність держав, які входять до складу цього регіону. Вчені виділяють чотири основні моделі, які відрізняються за своїм змістом та наповненістю соціальними зобов'язаннями держав. Однак, все одно рівень соціального захисту населення цих країн є достатньо високим та міцним та створює підґрунтя для всебічного розвитку людини у суспільстві. Задля досягнення цієї мети створюються інституційні та структурні органи, приймаються програми з вивчення, дослідження, аналізу ситуації в соціальній сфері, розробки та впровадження ефективних заходів із вирішення проблемних задач та контролю за цим. Основними їх відмінностями стають: рівень впливу та регулювання держави на СББ, а також власними ініціативами підприємців з боку поширення СББ на працівників. Навіть перекладаючи повноваження на підприємства, держава може впливати на їхню соціальну відповідальність шляхом нормативного регулювання. Досвід європейських держав може бути корисним для України, як країни з декларативною соціальною орієнтованістю.

Окрім наведених моделей соціальної політики поширення в теоретичних дослідженнях отримують моделі соціальної відповідальності, які відображають основні тенденції формування системи корпоративної соціальної відповідальності у компаніях різних країн. Як правило, виділяються американська, британська, європейська (континентальна), японська та російська (пострадянська) моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Найстарішою за віком є *американська модель КСВ*, оскільки співпадає з віком самих корпорацій як форми економічної діяльно-

сті. Сформовані у межах цієї моделі традиційні механізми форми реалізації корпоративних соціальних програм характеризуються такими ознаками: добровільність та ініціативність у галузі КСВ, фінансування різних проектів і програм, благодійність, меценатство, спонсорство. Ці практиковані американськими компаніями види діяльності не є обов'язковими по закону, але заохочуються суспільством і державою, зокрема, компанії, що активно реалізують програми КСВ, мають податкові пільги і це закріплено і законодавстві країни [47; 212].

Країни поширення описаної вище моделі – США, Канада, країни Латинської Америки, а також англомовні країни Африки, наприклад, Камерун. Цю модель називають відкритою моделлю, вона найбільш, консервативна, стабільна і віддана американським цінностями і американському способу життя [35]. Держава у формуванні соціальної відповідальності відіграє другорядну роль, при цьому соціальний захист у цій моделі відокремлений від вільного ринку, і обмежує у захисті людей, які не мають інших доходів, окрім соціальних виплат. Тобто, чим більше працюєш і отримуєш доходів – тим більше ти соціально захищений.

Зразком ліберальності у проведенні державою своєю соціальної політики виступають США. Основний принцип цієї політики полягає у відокремленні соціального захисту від вільного ринку і пряма допомога держави тим, хто не має інших доходів, окрім соціальних виплат. Найбільша частка коштів пенсійного забезпечення американців надходить з системи соціального страхування, що фінансується за рахунок податків на роботодавців і працюючих. З коштів програми «Медікер» оплачується значна частина витрат престарілих громадян на медичне обслуговування, а програма «Медікейд» покриває витрати на медичні ціни малозабезпечених

сімей. У багатьох штатах за рахунок держави містяться установи для розумово і фізично неповноцінних пацієнтів. Федеральна влада видає малозабезпеченим продовольчі талони, на які вони можуть придбати продукти харчування, і, разом з владою штатів, надає фінансову підтримку малозабезпеченим сім'ям з дітьми.

Американська бізнес-модель ґрунтується на максимальній свободі суб'єктів господарювання. Це означає, що дотепер багато сфер суспільної та економічної діяльності є саморегульованими, а також те, що відповідальність з благо суспільства є цінністю самого підприємця, а не держави. Приміром, трудові відносини «працівник – роботодавець» є предметом двостороннього договору і жорстко не регламентуються законодавством. Те ж саме стосується реалізації американцями своїх основних прав і свобод. Усе це робиться на добровільних засадах. Державне регулювання трудових відносин та інших сфер діяльності стосується лише базисних невід'ємних прав членів суспільства. Усі ініціативи у сфері КСВ є для корпорацій добровільними за природою. У зв'язку з цим США є лідером за кількістю механізмів участі бізнесу у соціальній підтримці суспільства: тут найбільше корпоративних фондів та інших підприємницьких утворень, спрямованих на вирішення різних соціальних проблем. Так, наприклад, Фонд Білла Гейтса із капіталом у 27 млрд. дол. США було створено з метою поліпшення системи освіти та охорони здоров'я, а корпорація «NVIDIA» систематично фінансує програми боротьби з наслідками цунамі [46].

В американському суспільстві поширена практика добровільних пожертв на освіту, а пенсійні та страхові схеми для персоналу є соціально важливими програмами. Соціально активна поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами та заліками, що закріплено на федеральному законодавчому рівні. Причому

від податків на прибуток звільняються тільки ті компанії, які роблять пожертви за одним із трьох напрямів: культура, наука та охорона здоров'я, і пільги отримуються тільки після того, як відповідне міністерство внесе їх до переліку звільнених від податку компаній.

Прийнята в США відкрита модель КСВ визначає лінію поведінки корпорації, змушуючи її до відповідальності за суспільство. нею передбачені переважно добровільні лінії поведінки, програми й стратегії корпорацій з питань, які самостійно визначаються і сприймаються ними та/або їх стейкхолдерами як частина їхньої (корпорацій та/або стейкхолдерів) відповідальності перед суспільством. Більшість сфер суспільства через природу американського підприємництва, спрямованого на максимальну свободу суб'єктів, є саморегульованими. Державне регулювання здійснюється лише щодо базисних невід'ємних прав членів суспільства, відповідно всі ініціативи у сфері КСВ для корпорацій є добровільними за своєю природою. У США відпрацьовані численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства (наприклад, надзвичайно велика кількість корпоративних фондів, цілями яких є вирішення різноманітних соціальних проблем за рахунок бізнесу). При цьому відповідальна поведінка корпорацій перед суспільством заохочується, в тому числі і відповідними податковими пільгами та заліками, закріпленими на законодавчому рівні [17].

Характерною ознакою «соціальної відповідальності по-американському» є акцент на зовнішній її бік, тобто вітається все, що може мати наочний ефект, як-то благодійництво, ринкова поведінка підприємця, охорона довкілля тощо. Свій суспільний внесок американські компанії визначають самостійно, і тому вони й тільки вони є творцями своєї репутації. Держава ж дотримується визначених законодавчо «правил гри» і виконує в цьому процесі другорядну роль [35].

Друга модель отримала назву *європейської* або *континентальної*. На відміну від попередньої моделі КСВ, її характерною рисою є державне регулювання, внаслідок чого її визнають як приховану форму КСВ.

На відміну від США, європейські корпорації більш схильні до обмеження своєї відповідальності перед суспільством. Саме це й зумовлює велику роль держави у регулюванні КСВ в цьому регіоні світу. Європейська модель КСВ не є відкритою лінією поведінки компанії і, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав, тому що більшість соціальних проблем відносяться європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності. Європейці взагалі не дуже довіряють приватному сектору, саме цим пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку громадськості, наприклад, до питань атомної енергетики, випробувань препаратів на тваринах, генної інженерії тощо. Благодійність у Європі не така популярна, як у США, та пояснюється високим загальним рівнем податкового тягаря, що суттєво перевищує американський. Як наслідок, європейські компанії беруть участь у філантропічних акціях винятково через юридично закріплені механізми. У багатьох країнах Європи законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання та інші соціально значущі питання. В цьому й проявляється роль держави в регулюванні механізму СЕВП.

У деяких країнах Європи (наприклад, Франції) існує закон, який зобов'язує компанії звітувати про виконання програм соціальної відповідальності та охорону довкілля. При цьому контроль за дотриманням соціального та екологічного законодавства здійснюється і трудовими інспекціями підприємств, і профспілками. У Німеччині в обмін на пожертвування видається спеціальний сертифі-

кат, що дозволяє зменшити базу оподаткування у розмірі пожертвованої суми. Більш того, найбільші меценати перебувають на вершівці громадського визнання і є постійними гостями на урочистих прийомах різного роду, включаючи й ті, що проводяться в резиденціях керівництва держави, що підвищує імідж компаній, якими вони керують та привертають більше число споживачів [46].

Як показує у своїй роботі У. Волинець, європейська модель соціальної відповідальності більшою мірою орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив, а саме: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища [35]. Порівнюючи її з американською моделлю, можна сказати, що європейська включає додаткові питання відповідальності перед працівниками і місцевими співтовариствами, тоді як американська має на меті прибутковість. Відповідно у Європі соціальна відповідальність поширюється на умови праці, заробітну плату, випуск якісної продукції та надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість у конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення.

Розглядаючи роль європейської держави, слід зауважити, що високі обсяги ВВП перерозподіляються через державний бюджет (близько 50%), а на основі залучених коштів держави та підприємців створена розвинена система соціального захисту. Європейська модель розглядає державу як механізм, що приводить у виконання прийняті правила поведінки, тобто створює законодавчий, організаційний, контролюючий та стимулюючий важелі для реалізації СЕВП. Натомість у США таке втручання держави трактується як порушення свободи діяльності. Більшість країн ЄС розробляють національні стратегії соціальної відповідальності. Крім того, просуваючи соціальну відповідальність, уряди країн Європи передусім намагаються, щоб урядові установи подавали правильний приклад

самі. Урядові установи Нідерландів, наприклад, приділяють особливу увагу умовам виробництва товарів, які вони купують: до 2% закупівель, зроблених державою, мають бути екологічно чистими. Це заохочує компанії виробляти товари й послуги екологічно безпечним способом.

Таким чином, європейська модель відрізняється великою роллю держави в розробці механізму СЕВП, оскільки підприємці не воліють здійснювати КСВ виходячи за межі законодавства. Використовувані підприємствами соціальні інструменти також відрізняються від американських: якщо в США це здебільшого благодійні ініціативи, то в Європі це покращення якості продукції, захист довкілля, обов'язкове соціальне звітування в багатьох країнах.

*Британська модель корпоративної соціальної відповідальності* є за своєю суттю симбіозом європейської та американської моделей. Як і в європейській моделі, держава активно підтримує бізнес, з американською моделлю схожість полягає у великій активності корпорацій в реалізації власних соціальних проектів.

Принциповим моментом британської моделі КСВ є яскраво виражена ініціативність самого бізнесу в утворенні проектів у сфері КСВ, що по своїй суті повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є, насамперед, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я [46].

О.А. Березіна виділяє характерні риси цієї моделі, які полягають у наступному: висока розвиненість сектора незалежного консалтингу в сфері КСВ; пильна увага фінансового сектора до проектів у сфері КСВ (тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних фондів); підвищений інтерес ЗМІ (англійська газета «Таймс» регулярно публікує індекси соціальної відпові-

дальності корпорацій); система бізнес-освіти Великобританії є досконалішою за систему континентальної Європи, у т. ч. за кількістю та різноманітністю навчальних курсів у сфері КСВ; участь уряду в розвитку КСВ (зокрема, створення партнерств між приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримка ініціатив у сфері КСВ через спільне фінансування проектів, податкові пільги, просування ініціатив щодо відповідності національних стандартів міжнародним); чітко окреслена ініціатива самого бізнесу у створенні проектів у сфері КСВ, що повністю узгоджується з принципом добровільності [17].

Остання характеристика є принциповим моментом британської моделі соціальної відповідальності й ґрунтується на принципі добровільності.

Загальною рисою цієї моделі є, передусім, активна підтримка бізнесу з боку держави й добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. У Великобританії ініціатором вияву соціальної відповідальності з боку підприємницьких структур виступають здебільшого урядові органи. Останнім доручена і координація зусиль щодо впровадження соціальної відповідальності у практику. Участь влади в розвитку соціальної відповідальності виявляється в налагодженні партнерства з власниками підприємств, які беруть участь у фінансуванні проектів, стимулюванні учасників. Загалом процес розвитку британської моделі соціальної відповідальності має поступальний характер [35].

На важливість КСВ у державі вказує факт запровадження посади міністра з КСВ у британському уряді. У цілому процес розвитку британської моделі КСВ має поступовий характер. Найбільш важливою подією стало скликання найбільшої асоціації для ініціатив у сфері КСВ «Бізнес у громадськості», яка стимулювала ство-

рення державно-приватних партнерств, завдяки чому влада разом із приватними підприємствами займалася вирішенням найгостріших соціальних проблем. Активну роль відіграє британська влада у політиці підтримки компаній, які висвітлюють свою діяльність у соціальній, природоохоронній сферах та взаємовідносинах із персоналом, ціла низка законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, що дотримуються напрямів соціально відповідального бізнесу та позицій ділової етики, особливо у питаннях ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів виробництва тощо [46].

У структурах більшості великих британських компаній є спеціальні підрозділи КСВ зі своїми бюджетами та представництвом на рівні Ради директорів; близько 95 % найбільших національних компаній включають соціальну звітність у щорічні фінансові звіти. Активна роль британського уряду полягає в політиці підтримки компаній, що забезпечують прозорість своєї діяльності в соціальній і природоохоронній сфері та взаємовідносинах з персоналом, низкою законодавчих актів встановлено пільговий режим оподаткування для компаній, що ведуть свій бізнес соціально-відповідально й етично [17].

Саме приклад британської моделі більш доцільно, очевидно, використовувати в Україні. Оскільки саме поєднання зусиль вектору «держава-підприємство» й зможе сформувати ефективний механізм СЕВП в національній економіці.

*Японська модель КСВ.* Як відзначають дослідники, японська модель КСВ проявляється в системі «довічного найму» та відповідних умовах управління персоналом. Можна навіть сказати, що японська модель корпоративної соціальної відповідальності орієнтована на внутрішнє середовище підприємства [48].

Протягом останніх років у соціальній відповідальності Японія набирає обертів, охоплює всю структуру управління в компаній, не обмежуючись внутрішнім спрямуванням. Тут підприємства реорганізують свої структури через заснування офісу соціальної відповідальності бізнесу, що їх традиційно контролювали відповідні відділи, такі як відділ інвестицій та відділ управління навколишнього середовища. Декілька японських корпорацій заснували департаменти соціальної відповідальності бізнесу, які розповсюджують інформацію про соціальну відповідальність, приділяючи значну увагу зацікавленим партнерам та публікуючи звіти [241].

Але найхарактернішою її рисою є активна роль держави. У зв'язку з тим, що держава тривалий час брала участь у стратегічному плануванні бізнесу, частково підхід до соціальної відповідальності у японців нагадує європейський, оскільки роль держави теж є дуже вагомою. Водночас японський бізнес більше, ніж європейський, зосереджується на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівника сім'єю.

Соціальна відповідальність корпорації в Японії активно підтримується культурними традиціями країни. Відповідно, японська модель відповідальності передбачає соціальну згуртованість на рівні компанії та ділову згуртованість на рівні індустріальної групи. Управління бізнесом орієнтоване не лише на отримання прибутку, воно також повинно базуватися на правильному сприйнятті буття, суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації взагалі [35].

Основні риси японської системи соціальної відповідальності визначає низка концепцій, яких немає в американській моделі. Найважливішими з них є колективне прийняття рішень, відповідальність перед працівниками та соціальна відповідальність керівництва.

Так, Японія першою у світі почала розвивати так званий менеджмент із «людським обличчям». У бідній на природні ресурси країні традиційно культивується принцип «Наше багатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного їх використання. До найпоширеніших напрямів соціальної відповідальності перед працівниками належать такі, як система довічного найму, допомога у придбанні житла, стимулювання сімейних династій, навчання спеціалістів, фінансова допомога при народженні дітей, а потім у їх навчанні, щедрі вихідні допомоги, корпоративні пенсії тощо [241]. Японські корпорації зацікавлені в соціально-орієнтованій поведінці в рамках відтворення і якісного накопичення інтелектуальної складової людського капіталу, оскільки власну вигоду вони бачать, насамперед, у розвитку інтелектуального капіталу та поліпшенні існуючого інституційного середовища.

Зовнішні мотивації в Японії були обумовлені: особливостями бізнес-середовища, зокрема помірно легким проходженням бюрократичних процедур в процесі відкриття, експлуатації та закриття підприємства, наданої урядом помірної свободи від податкового тягаря; несуперечливістю інституційного середовища, зокрема сильною захищеністю прав власності, ефективною і некорумпованою судовою системою, що не залежить від інших гілок влади; високою визначеністю і впевненістю в економічних відносинах внаслідок незначної корупції. Внутрішні мотивації обумовлені інтересами корпорації у здійсненні соціально відповідальної політики їх розвитку. Корпорації мають багаторівневий інтерес у реалізації соціальних програм, а також можливість отримання власних вигод. Внаслідок реально існуючого на кожен момент часу інституційного середовища, суб'єкти бізнесу можуть не «спостерігати» користі від патрона-

жу соціальної сфери, зокрема освітньої, але розуміти підтримувати до освіти незвідний суспільний інтерес, оскільки соціальна відповідальність бізнесу є важливим джерелом відтворення та якісного накопичення інтелектуальної складової людського капіталу.

Вимушене урізання державних витрат на соціальні потреби (в тому числі й освіту) в Японії супроводжувалося наданням податкових пільг і субсидій корпораціям, які, в свою чергу, стали нести відповідальність за добробут своїх співробітників, якісне накопичення їх інтелектуального капіталу. На певному етапі економічного розвитку соціальна відповідальність японських корпорацій постала як незвідний суспільний інтерес в забезпеченні соціальної якості економічного зростання. Держава в рамках податкового стимулювання створила умови для виявлення суб'єктами бізнесу власних вигод від реалізації соціально відповідальної поведінки вище встановленої законом норми в даній сфері. З іншого боку, неформальне інституційне середовище «фірма - наш спільний дім», як морально ціннісне навантаження на японські корпорації, закріпило їх орієнтацію на соціально відповідальну поведінку.

Внутрішні мотивації японських корпорацій у здійсненні соціально відповідальної політики спровоковані вимушеним урізанням державних витрат на соціальні потреби (в тому числі й на освіту) і наданням податкових пільг і субсидій економічним акторам, соціальні функції яких по відношенню до власних співробітників і місцевому співтовариству перевищували встановлені законом норми. З іншого боку, морально ціннісні навантаження суспільства на японські корпорації також закріпили їх орієнтацію на соціально можна дійти висновку бачимо, що японська модель соціальної відповідальності побудована на засадах активної участі держави та самих підприємств. Але інструментарій з боку держави в останні

роки змінюється: знижується фінансування, на зміну яким надаються податкові пільги та субсидії. Це є актуальним за українських умов розвитку національної економіки. Активна роль підприємства проявляється в забезпеченні персоналу соціального захисту та розвитку, піклування про захист навколишнього середовища. Приклад цієї системи також є доволі корисним для України, як і попередній.

*Пострадянська модель.* Пострадянська модель КСВ сформувалась на основі спадщини соціалістичних підприємств, що мають у своїй структурі такі традиційно соціально-спрямовані підрозділи, як дитячі садки, літні табори і пансіонати, власні лікарні, будинки культури, клуби і т.д. В умовах економічної системи Радянського союзу, соціальна відповідальність підприємств не розглядалася як особливий вид діяльності, КСВ була державно закріпленою формою активності виробничого сектора [48].

Слід також звернутись до радянської моделі соціальної відповідальності, яка охоплювала багато сфер та була жорстко регламентованою державою. Законодавство було розроблено таким чином, що СВБ було вже вбудоване в діяльність підприємств. Так, на великих підприємствах була побудована власна соціальна інфраструктура, на середніх та малих – працівники забезпечувались соціальним захистом додатково з боку держави. Також пожиттєвий найм був притаманний не лише Японії, але й СРСР, що характеризувало роботодавців як соціально-відповідальних. Ця система мала багато переваг для суспільства, але як показав досвід, для її функціонування необхідно багато матеріальних витрат, так як державна форма власності вимагала витрат з боку держави. Тож, і великий рівень соціальної відповідальності держави не можна охарактеризувати як остаточно позитивний, тому що це лягає великим тягарем на саму національну економіку. Саме оптимальне поєднання зу-

силь держави із приватним підприємством й дасть змогу сформувати ефективний механізм СЕВП.

В даний час розвиток економічних систем дозволяє виділити додатково африканську модель, латиноамериканську модель і модель країн БРІКС, що обумовлюється розвитком країн цих регіонів.

Африканська – характеризується розвитком інноваційних форм партнерства з КСВ; надання допомоги на проекти розвитку з урахуванням інтересів місцевої громади. Масштабні проекти з розвитку громад; чіткий підхід підприємств до КСВ. Низький рівень доходів населення, бідність, які унеможливають активний розвиток КСВ [180]. Здебільшого зосереджена на впровадженні проектів розвитку місцевих громад. Основними напрямками таких проектів є подолання бідності, підвищення рівня сталості середовища, розвитку економічної активності і створення робочих місць [148]. Також слід відмітити, що дослідження зарубіжної літератури показав, що в великій мірі ТНК, які заходять на ринки африканських країн й здійснюють КСВ, в великій мірі здійснюючи благодійність.

Латиноамериканська модель відрізняється високою активністю ЗМІ, що спричиняє добру обізнаність громади про соціальну відповідальність бізнесу, але в той самий час характеризується низьким рівнем розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

У країнах БРІКС розвиток КСВ направлено на зміцнення корпоративного управління, захист навколишнього середовища і соціальну політику по відношенню до персоналу. Соціальна відповідальність знаходиться на високому рівні і виявляється через кодекси корпоративного управління, використання енергопостачання, соціальну звітність, спонсорство, соціальну політику тощо. Ефективна інтеграція політики корпоративного управління, природоохоронної та соціальної політики [180].

У табл. 2.5 узагальнено вищенаведені характеристики та визначена роль держави та приватного сектора в реалізації соціально-відповідальних практик, що дає змогу виокремити найбільш прийнятну для України модель для трансформації існуючого механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці.

**Таблиця 2.5– Порівняльний аналіз ролі держави та компаній в реалізації СЕВП**

Назва моделі	Роль держави	Роль приватного сектора	Характерні ініціативи держави	Характерні ініціативи компаній	Модель соціальної політики держави
1	2	3	4	5	6
Американська	Другорядна	Головна	Податкове стимулювання	Благодійність	Ліберальна
Європейська	Головна	Помірна	Національні стратегії КСВ, податкові пільги, обов'язковість соціально звіту	Виробництво якісної продукції, дії в межах законодавства.	Консервативна, соціал-демократична
Британська	Велика	Головна	Посада міністра КСВ, асоціація для ініціатив у сфері КСВ – «Бізнес у громадськості»	Прозора діяльність, розвиток громади, природоохоронна діяльність.	Ліберальна
Японська	Головна	Велика	Надання пільг, субсидій.	Орієнтація на відповідальність перед персоналом, суспільством.	
Пострадянська	Головна	Другорядна	Законодавство з соціального захисту	Дія в межах законодавства.	Соціал-демократична
Радянська	Головна	відсутній	Прийняття законодавства, створення системи всеохоплюючого соціального захисту.	Дія в межах законодавства	Соціалістична
Африканська	Другорядна	Головна (здебільшого міжнародні компанії)		Розвиток громади, благодійність.	

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6
БРІКС	Велика	Головна	Державна інтеграційна політика з КСВ	Захист навколишнього середовища, розвиток та захист персоналу. Кодекси корпоративного управління.	

\* Власна розробка автора

Отже, було наведено основні моделі корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах різних країн. Основними їх відмінностями є: рівень впливу та регулювання держави на КСВ, а також власні ініціативи підприємців з боку поширення КСВ на працівників. Кожна з них є достатньо корисною для України, але найбільш прийнятною вважається симбіоз британської та японської. Але, як показує досвід, ефективному розвитку завжди сприяє активна роль держави в процесі регулювання економічних процесів. Так само вбачається необхідним в Україні побудувати механізм, який би об'єднував активні дії як держави, так і підприємництва. Для цього можуть використовуватися урядові (британська модель) та економічні важелі (японська модель).

### **2.3. Методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва**

Для визначення напрямів інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва необхідним є розгляд основних теорій, які створюють інституційні засади соціально-економічної відповідальності підприємництва.

По-перше, це теорії «соціальної справедливості» та «соціальної солідарності».

Поняття соціальної відповідальності включає багато взаємодоповнюючих і альтернативних теорій. Теоретичне обґрунтування інституту соціальної відповідальності бізнесу включає спроби узгодження результатів і намірів ринкової економіки. Розвитку соціальної відповідальності бізнесу сприяли сучасні ідеї, які лягли в її основу – теорія «справедливості як чесності» американських вчених Дж. Ролза, К. Дженкінса та теорія «соціальної солідарності» Л. Дюгі (французького правознавця). Відповідно до цих теорій соціальне положення людей має вирівнюватись тими засобами, які приймаються свідомо й добровільно. Прихильники неоліберальної теорії відстоюють точку зору, згідно з якою бізнес приносить максимальну користь суспільству в тому випадку, коли прагне досягти приватного інтересу. На думку М. Фрідмана, компанія не відповідальна перед суспільством і окремими соціальними групами [45]. М. Фрідман вважає, що розвиток підприємництва неможливий з одночасним служінням суспільству, й що основна функція бізнесу – отримання прибутку. І ця функція має не тільки економічний характер, а й соціальний.

Теорію соціальної справедливості, український дослідник А. М. Гриненко визначає наступним чином: «соціальна справедливість» – це соціально-психологічне сприйняття принципів і форм організації суспільства, що відповідає інтересам людей і соціальних груп, тобто узагальнена моральна оцінка суспільних відносин [51, с. 104].

Соціальна справедливість є загальновизнаною цінністю сучасного демократичного суспільства, що закріплена в документах світової спільноти, зокрема в Міжнародних пактах ООН. У реалі-

зації соціальної політики держави вона виступає як ключовий принцип. Розглядувана категорія як етична є соціально-психологічним сприйняттям принципів і форм організації суспільства, що відповідають інтересам людей і соціальних груп, тобто узагальненою моральною оцінкою суспільних відносин [323].

На думку А. М. Гриненко, соціальна справедливість одночасно виступає як узагальнена моральна оцінка суспільних відносин, так і один із основних людських ідеалів, якого намагається досягти суспільство, але саме розуміння ідеалу, його змісту змінюється протягом часу, що й обґрунтовує складність формулювання та реалізації цієї категорії. Трактування самого поняття соціальної справедливості часто співвідносять його із соціальною рівністю, в контексті чого сама справедливість розуміється як міра рівності і нерівності в розподілі благ. Але «соціальна справедливість» та «соціальна рівність» не є тотожними, тому що соціальна справедливість в економічній теорії є проблемою прийнятного ступеня нерівності в розподілі доходів, що є наслідком нерівномірності розвитку соціальних груп в суспільстві й породжує соціальну напругу. Чинником розвитку подібного стану став ринковий механізм, який спричиняє розвиток нерівномірності в доходах населення через низький ступінь впливу основного регулятора – держави. Проблемою досягнення соціальної справедливості є не тільки вирівнювання рівня доходів населення, але й узгодження внеску кожного громадянина з рівнем його доходів: доходи мають бути співрозмірними з його внеском. Що й обумовлює складність реалізації на практиці принципу справедливості.

Особливу увагу вищеописаним проблемам приділяли теоретики та практики в період 70-80-х рр. в рамках неконсервативного руху в державному регулюванні. Головним предметом дискусій

була роль держави в регулюванні процесу набуття соціальної справедливості та глибина її втручання в ринкову економіку, адже рівень втручання може мати непередбачувані наслідки [58]. Ця проблема й зараз є актуальною для нашої країни.

Механізми такого розподілу по-різному бачаться прихильникам різних політичних доктрин. Так, консерватори наполягають на єдиному ринковому принципі розподілу, адже, сучасне вільне суспільство засноване на вільному розвитку людини, обмеженому втручанні в її права та запобіганні обмеженню її свобод. Будь-яке втручання в ринкові механізми порушує основний принцип ринкової економіки, й тому соціальна справедливість не може бути врегульованою й розвивається стихійно. Ліберали ж визнають доцільність державного регулювання розподілу та вирівнювання доходів населення, тобто припускають поєднання ринкової економіки із елементами державного втручання. Інше наукова теорія – марксизм – вважав за необхідне знищення приватної власності та реалізацію принципу розподілу за працею, в чому вбачалось досягнення соціальної справедливості. У теорії економіки добробуту соціальна справедливість стає можливою, коли можна говорити про рівноправний розподіл, тобто жоден із суб'єктів суспільства не претендує на товарний набір іншої особи на користь власного товарного набору [323]. Поєднання усіх точок зору, дослідження можливостей застосування, визначенні проблемних переваг та недоліків кожної з них є необхідним при формуванні власної методології трансформації інституційних засад формування механізму СЕВП в національній економіці.

На принципі соціальної справедливості побудований такий важливий механізм державного регулювання як оподаткування і таким чином соціальна справедливість є одним з головних понять

податкової сфери та виступає певним індикатором упорядкування податкової системи та забезпечення ефективності її функціонування [208], що є важливим для реалізації СЕВП держави як стимулюючого заходу для розвитку.

Виділяють чотири принципи концепції справедливості: егалітаристський, утилітаристський, роулсанівський і ринковий. Їх характеристики представлено в табл. 2.6.

**Таблиця 2.6. – Принципи концепції справедливості**

Принципи концепції соціальної справедливості	Характеристика
Егалітаристський	Вважає справедливим зрівняльний розподіл доходів, тобто рівні блага для всіх членів суспільства. Але блага, які вони отримують, знаходяться в залежності від внеску громадянина, а не просто порівну поділені. В цьому й виявляється справедливість.
Роулсанівський	Засновник Джон Ролз. На його думку, справедливою вважається така диференціація доходів, при якій відносна економічна нерівність припустима лише тоді, коли вона сприяє досягненню більш високого абсолютного рівня життя найбільш бідними членами суспільства.
Утилітарний	Виходить із вчення Ісремії Бентама. Головне завдання держави Бентам вбачав у забезпеченні найбільшого щастя для якомога більшої кількості членів суспільства. Він виходив з того, що функції корисності в різних людей неоднакові. Інакше кажучи, рівень насолоди в результаті володіння якоюсь кількістю благ у різних людей різний. Одержувати при цьому більшу частку суспільного багатства має той, хто здатний у більшій мірі одержати корисність. Таким чином, загальна корисність максимізується не у випадку рівного розподілу багатства між членами суспільства, а в результаті пропорційного (відповідно до різних функцій корисності) його розподілу.
Ринковий	Припускає відповідність доходу кожного власника фактора виробництва граничному продукту, отриманого від даного фактора. Соціальна справедливість, при цьому, встановлюється ринком і його регуляторами. Таким чином, у цьому випадку припустима значна нерівність у розподілі доходів.

\* Створено автором за [51].

Вибір принципів соціальної справедливості в перерозподілі доходів в кожній країні визначається в залежності від її соціального та економічного спрямування, національних стандартів, духовної та культурної спадщини країни, тобто усього того, що впливає на національну систему країни. Важко виділити, який з означених принципів концепції соціальної справедливості зараз актуальний для України. Раніше в нашій країні панував егалітаристський принцип, але зрозуміло, що з ринковою економікою суспільство переходить від колективістських до індивідуалістських засад.

Реалізація принципу соціальної справедливості в суспільстві означає, що при цьому здійснюється справедливий розподіл в різних сферах, як-то в діяльності, доходах, праці, соціальних благах, винагородах, так і рівні та якості життя, а також у доступі до інформації та культурних цінностей.

Соціальній справедливості протистоїть соціальна нерівність, що означає вивищення одних соціальних груп щодо інших та подальше розшарування суспільства. Моніторинг характеру соціальних відносин дозволяє визначити напрямок руху суспільства – у бік соціальної справедливості чи соціальної нерівності. Це є важливим для формування механізму СЕВП у національній економіці: якщо розвиток соціальних відносин спрямований на декомпозицію статусів соціальних груп, то виникає соціальний консенсус, а соціальний розвиток отримує стійкий прогресивний характер. А.М. Гриненко взагалі називає суспільство прогресивним чи регресивним в залежності від специфіки соціальної справедливості, що встановлена в країні [51].

Щодо економічного аспекту соціальної солідарності, то можна виділити наступні критерії та показники, які характеризують рівень її реалізації: забезпечення необхідного і можливого врахуван-

ня складної економічної ситуації, рівня зайнятості населення; обґрунтованого рівня оплати праці зайнятих; порівняно невисокого рівня диференціації доходів населення (коефіцієнта децильності) тощо. Йдеться не про «силове уведення» соціальної рівності, а про обґрунтоване соціально-економічне регулювання економічних процесів [1].

Розглянемо детальніше концепцію американського політичного філософа Джона Ролза. Його теорія є сучасним варіантом концепції суспільного договору, але на відміну від класичного уявлення, де суспільний договір є реальним, автор надає йому імовірного характеру. Суспільство розглядається Дж. Ролзом як результат взаємовигідної кооперації, а справедливість автор розуміє як інтелектуальну конструкцію, де принципи справедливості обираються людьми свідомо та забезпечують можливість соціального співробітництва. До вказаних принципів належать наступні: принцип відмінностей, принцип рівної для всіх свободи, та принцип чесної рівності можливостей. Загалом, ця ліберальна концепція соціальної справедливості отримала назву «justice as fairness», що перекладається, як «справедливість як чесність». В цьому контексті чесність розуміється досить розлого: не лише процедури соціальної взаємодії позначені дією принципу, але, що більш важливо, й результати такої взаємодії. Сучасна соціальна теорія робить можливим зіставлення ідеї рівності можливостей, або навіть простої формальної рівності життєвих шансів, з ідеєю рівності результатів [182].

Ролзову філософську концепцію соціальної справедливості можна оцінити виходячи з двох обставин: по-перше, Джон Ролз подає практичну модель, яку можливо інтерпретувати емпірично,

оскільки його загальнотеоретичні міркування описують соціальні механізми, з опорою на реальні соціальні індикатори; по-друге, уявлення про оптимальну модель соціального устрою суспільства є продуктивними для аналізу ідей мультикультуралізму. Ідея Ролза про «справедливість як чесність» надає можливість знайти ймовірне рішення для згаданої вище проблеми, що робить, що надає їй виключного характеру. Зазначена концепція справедливості є прикладом процедурної справедливості, де учасники діють без прихованих мотивів на умовах рівності, та вільного доступу до обговорення запропонованих принципів [182].

Реалізація економічних реформ та сприяння відновленню суспільства потребує пошуку компромісу, в основі якого буде лежати взаємозв'язок із актуальною економічною ситуацією країни з національними особливостями та духовним настроєм суспільства.

Саме рівнем економічного розвитку держави визначається ступінь і об'єми споживання, отже і те, в яких умовах формуються людські потреби.

Доречно зазначити, що особливістю системи соціального захисту є її всеосяжність. Вона визначається не лише тим, що враховує підтримку учнів, пенсіонерів, інвалідів, тобто малозабезпечених прошарків населення, які не включені у суспільне виробництво. Вказана система враховує також задіяних у суспільному виробництві осіб, зокрема, важливим є захист найманих працівників. Вона проглядається в таких елементах, як законодавче регламентування форм праці (сюди, окрім іншого, входять принципи охорони праці, визначення тривалості робочого тижня, порядку надання відпусток та їх термінів), враховується в особливостях регулювання оплати праці (наприклад, через запровадження мінімальної ставки

заробітної плати), при визначенні прав працівників під час прийому на роботу та при звільненні. На ці аспекти системи соціального захисту так само чинять вплив рівень економічного розвитку країни, та співвідношення між рівнем суспільної самосвідомості і дією політичних сил [51].

Стаття 3 Закону України «Про соціальні послуги» визначає, серед іншого, що надання соціальних послуг має ґрунтуватися на принципі соціальної справедливості. Отже, під час вибору механізмів реалізації соціальної політики в галузі надання соціальних послуг державою в основу такого вибору може бути покладено теорію принципу соціальної справедливості. Вказаний принцип соціальної справедливості може забезпечити рівність надання державою соціальних послуг безвідносно до таких даних, як стать, мова, національність чи раса, походження, місце проживання чи віросповідання осіб, що знаходяться у складних життєвих ситуаціях.

Дія принципу соціальної справедливості передбачає, що в суспільстві відбувається справедливий розподіл праці, доходів чи винагороди за роботу, діяльності, визнань, доступу до інформації, громадяни можуть сподіватися на справедливий рівень та якість життя, доступ до культурних цінностей, та таких соціальних благ, як права, можливості, влада.

Можливість надавати соціальні послуги як безоплатно так і за плату у сфері надання соціальних послуг є різновидом втілення принципу соціальної справедливості. Стаття 7 згаданого Закону України «Про соціальні послуги», відповідно до державних стандартів соціального обслуговування, визначає, кому саме мають надавати безоплатні соціальні послуги державні та комунальні суб'єкти. До переліку входять діти та молодь, які перебувають у складній життєвій ситуації (через інвалідність, хворобу, сирітство,

конфлікти, жорстоке ставленням у сім'ї, у зв'язку з безпритульністю чи малозабезпеченістю); громадяни, які не можуть самостійно обслуговувати себе (через похилий вік, хвороби, інвалідність), без рідних, які забезпечують догляд і допомогу за ними; особи, що перебувають у складній життєвій ситуації (безробітні, які шукають роботу та обліковуються в державній службі зайнятості, особи, що потерпіли від стихійного лиха, катастроф, є біженцями через збройні та міжетнічні конфлікти), та сукупний дохід яких в середньому за місяць є меншим від встановленого прожиткового мінімуму. При цьому, тарифи на оплату соціальних послуг регулює Кабінет Міністрів України.

Для практичної реалізації принципу соціальної справедливості до системи заходів надання соціальних послуг необхідно залучати індивідуальні інструменти роботи з отримувачами соціальних послуг. По-перше, спрямовані на виявлення причин, через які особа опинилася в складних життєвих обставинах; по-друге, оцінити матеріальне становище та доходи особи, що має одержувати послуги; по-третє, скласти індивідуальний пакет соціальних послуг; та, по-четверте, через систему зворотного зв'язку, визначити, наскільки надана допомога була ефективною [323].

Підсумовуючи, зазначимо, що сутність теорії соціальної справедливості полягає у знятті соціальної напруги в суспільстві, де діють ринкові механізми, через створення умов для того аби врівноважити суспільну нерівність. В концепції соціальної солідарності головним виступає процес створення консенсусу між суспільством з його потребами, громадянином та державою. Постійні ринкові зміни вимагають перегляду підходів до принципів соціальної солідарності та соціальної відповідальності, що діють в Україні разом із успадкованою, як прийнято вважати, егалітаристською кон-

цепцією рівного розподілу. Ефективним може бути прагнення одночасно створити національну систему з мінімальними розбіжностями між соціальними групами, та справедливим розподілом, коли враховується внесок кожного індивіда.

Різновидом теорії соціальної відповідальності є вчення про соціальну солідарність. Основу концепції соціальної солідарності складають дві групи парадигм пізнання.

До першої належать структурні парадигми, або ж макросоціологічні. Їх прийнято поділяти на конфліктні (що уявляє суспільство суперечливим цілим, чий розвиток зумовлений подоланням існуючих в цьому суспільстві конфліктів), та на функціоналістські. В останніх, суспільство постає як соціальна система із чіткою структурою, елементи якої виконують певні функції та взаємодіють за визначеними механізмами. Структурний функціоналізм розглядає як систему будь-які соціальні інститути, що можуть бути зрозумілі через покладені на них функції. Вважається, якщо соціальний інститут задовольняє соціальним потребам на які його створили – він виконує свою основну функцію.

Представники структурно-функціонального підходу зосереджені на дослідженні повторюваності, механізмів відтворення, самовідтворення та функціонування суспільних явищ [179].

Другу групу складають інтерпретативні або ж мікросоціологічні парадигми. Вони зосереджуються на розгляді буденності людини, її думок, прагнень, дій, на дослідженні суб'єктивних параметрів людини – відчуттів, суджень, переживань, мотивів. Сутність цих парадигм проявляється у розумінні суспільства через повсякденне життя людини.

Названі парадигми і будуть визначати побудову механізму СЕВП на українському просторі.

Визначення соціальної солідарності належить до тезаурусу соціологічної науки та позначене різними підходами до його тлумачення, відповідно до розвитку соціологічної думки. Перші розвідки з розроблення категорії соціальної солідарності належать Огюсту Конту та Емілю Дюркгайму в рамках підходу, що пізніше оформився як структурний функціоналізм.

Заслугою вказаних авторів є те, що поняття соціальна солідарність потрапило до центральних категорій у соціології. Через це поняття почали позначати як взаємозв'язки між індивідами в суспільстві так і взаємозалежність соціальних груп і класів. Для засновника соціологічної науки, О. Конта, специфіка соціальної солідарності полягала у досягненні соціумом консенсусу, як найвищого ступеня розвитку соціальної взаємодії. Солідарне суспільство Огюста Конта є цілісним, його частини перебувають в стані «спонтанної гармонії», між членами суспільства існує поділ праці, переважає альтруїзм, люди живуть у злагоді, їх егоїзм є незначним. Досягненню цього стану сприяє додержання таких механізмів соціальної інтеграції, як розподіл соціальних ролей, безперервність та спільність ідей і цінностей. Певною мірою схожими є думки щодо суспільної солідарності у Еміля Дюркгайма. Дослідник переважно зосереджувався на конкретних суспільних формах, структурах та механізмах солідарності. Але робота над проясненням природи солідарності об'єднує його із цариною інтересів О. Конта [111].

Французький соціолог Е. Дюркгайм вбачав зовнішні прояви соціальної солідарності у праві та вважав його символом цього явища. Право за Дюркгаймом можна класифікувати як репресивне та реститутивне. Репресивному праву відповідає такий вид соціальної солідарності як механічна солідарність, а реститутивному праву притаманний органічний тип солідарності [111].

Сучасник Еміля Дюркгайма французький правознавець-позитивіст Леон Дюгі виводив солідарність з тенет соціології, визначаючи її як правове поняття. Солідарність для Дюгі – істинна основа виникнення держави та права. Юрист розумів право як сукупність специфічних соціальних функцій суспільних груп. Кожна з існуючих соціальних груп свідомо ставиться до свого внеску у забезпечення солідарності. Саме соціальна солідарність, на думку Л. Дюгі лежала у витоках права. Не наказ і не державна воля, а зв'язок людей між собою через солідарність стали причиною виникнення права.

Солідарність забезпечує існування суспільства, а воно в свою чергу є умовою існування людини. Дюгі виділяв два види солідарності: механічну та органічну. Суттєвими елементами солідарності для представників однієї соціальної групи дослідник називав згоду людей: або, з приводу того, що у них є загальні потреби, а їх задоволення можливе лише через згуртоване життя; або згода у тому що ці люди мають відмінні потреби й здібності, задовольнити які можуть через обмін взаємними послугами. Перший приклад згоди – це приклад механічної солідарності, або солідарності за подібністю. У другому прикладі наведено органічну солідарність, або солідарність, що полягає у розподілі праці. На переконання Дюгі, прогрес поступово приведе до того, що посиляться відмінності між людьми, їх здібності, потреби, прагнення стануть сильніше відрізнятися тому механічна солідарність втратить своє значення. Але набуде більшої ваги та ускладниться обмін послугами, тому ускладняться та набудуть більшої щільності й зв'язки соціальної солідарності. Такий висновок дав змогу досліднику сформулювати певне правило поведінки для людини, що живе в суспільстві. Це обов'язкове правило таке: жодна дія людини немає наносити зби-

ток в жодному з видів соціальної солідарності, а також діяти для здійснення та розвитку соціальної солідарності. Соціальна норма солідарності складається із трьох пов'язаних між собою норм: економічної, моральної та правової норми як її вершини [216].

За концепцією соціологічної теорії Е. Дюркгайма, механічна солідарність була притаманна в суспільствах традиційного типу, де індивідуальна свідомість повністю розчинялася в колективній.

Для позначення процесів, що відбуваються з традиційними суспільствами, Е. Дюркгайм увів у соціологічний обіг поняття аномії, процесу послаблення родинних зв'язків, руйнування колективних традицій, поширення міграції та автономізація життя для людини. Це призводить до руйнації самого принципу консолідуючої традиційне суспільство соціальної солідарності. Відбуваються також якісні зміни свідомості: колективне відходить на другий план поступаючи індивідуальному. Соціальний організм, проходячи через еволюцію, збільшується та стає більш складним. Тому необхідним механізмом, що забезпечить збереження суспільної цілісності, моральності та інтегрованості індивідів у соціальні групи та стало посилення соціальних зв'язків та їх ускладнення. Зв'язки нового типу, замінили сегментарні зв'язки домінуючої колективної свідомості традиційного суспільства. Постали нові зв'язки органічної солідарності, що відповідають новим процесам у суспільстві з його розподілом праці виникненням реститутивних (відновлювальних) прав та обов'язків [111].

Погляди вчених на соціальну солідарність систематизовано у табл. 2.7.

**Таблиця 2.7 – Погляди вчених на соціальну солідарність**

Вчений	Основна ідея
1	2
Парадигма структурного функціоналізму	
О. Конт	Солідарним є таке суспільство, у якого є цілісність, існує поділ праці та «спонтанна гармонія» між його різними частинами, а також злагода й альтруїзм, що переважають егоїзм.
Е.Дюркгейм	Поняття «соціальної солідарності» пов'язує з проблемою розподілу праці. Розподіл праці збільшує одночасно продуктивну силу та уміння працівника, складає достатню умову матеріального і інтелектуального розвитку суспільства, є джерелом цивілізації, але цивілізація сама по собі не є абсолютною цінністю, тому він акцентує увагу на ще одній істинній функції розподілу праці, що полягає в творенні почуття соціальної солідарності, солідарних відносин в первинних групах, де, переслідуючи власні інтереси, люди солідаризуються. Таким чином, результатом розподілу праці є не тільки збільшення продуктивності функцій, але й те, що розподіл праці робить їх солідарними.
Л. Дюгі	Вважав, що людина існує та може існувати лише в суспільстві; суспільство існує завдяки солідарності. Перший вид солідарності – це солідарність за подібністю (механічна солідарність); другий – солідарність через розподіл праці (органічна солідарність).
П. Сорокін	У своїй монографії «Соціологічний етюд про основні форми суспільної поведінки і моралі» наголошує на тому, що всі соціальні групи, як надіндивідуальні одиниці, являють собою організоване, «замирене» середовище, з єдиними шаблонами поведінки та єдиним розумінням належної, забороненої та рекомендованої взаємодії членів групи. Покарання і нагорода як засоби суспільного впливу стримують або притискають внутрішньогрупову боротьбу, та підтримують «замиреність» соціального середовища. Робить висновок, що внутрішньогрупова роль покарань та винагород полягає у творенні, збереженні та зміцненні внутрішньогрупової солідарності, в попередженні і перешкоді її розпаду, придушенні взаємної неприязні та боротьби, в приведенні її антагоністичних елементів до спільної моральної єдності, цілісності, що досягається за допомогою корегуючого впливу санкцій. Отже, П.Сорокін розглядає соціальну солідарність і конфлікт як природні складові соціальної взаємодії, де соціальна солідарність, консенсус можливі за умови розв'язання соціального конфлікту, як на груповому, так і на міжгруповому рівні.

1	2
Т. Парсонс	Розробив макротеорію суспільства, відображенням якої стало бачення солідарності, з одного боку, об'єктивним феноменом, як соціальна система взагалі, а з іншого боку – динамічним явищем, обумовленим комплексом повсякденних взаємодій акторів, що є головною умовою стабільності та відтворення соціальної системи. За Солідарність у суспільстві уможлиблюється постійним суспільним контролем над змінами як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Наявність у структурному функціоналізмі Парсонса аналітичного тандема аспекту насильства та соціокультурної компоненти стала дуальною підставою тлумачення соціальної солідарності.
<b>Конфліктна парадигма</b>	
К. Маркс	Для К. Маркса суспільний розвиток є постійною та невинною внутрішньою боротьбою. Розподіл класів за К.Марксом є причиною соціальних конфліктів, які в близькому майбутньому можуть зруйнувати буржуазний лад, тоді як для Е.Дюркгейма це був фактор солідаризації суспільства за принципом взаємодоповнення. Саме марксизм у рамках конфліктологічної традиції дав класовій солідарності соціально-економічну обґрунтованість. У капіталістичному суспільстві процес розподілу праці викликає конкуренцію серед робітників, що сприяє роз'єднанню пролетаріату і призводить до його більшої експлуатації. Таким чином, з'являються стихійні виступи, що переростають у більш організовані.
Г. Зіммель	Вбачав причину появи солідарності у ворожості, знайшов структурний зв'язок між конфліктом і солідарністю, сформулював ідею множинності солідарностей, що стало поштовхом до розвитку цього феномена. Солідарність і конфлікт виявляються двома головними формами індивідуального цілепокладання та волевиявлення, що об'єднують людей у суспільство.
<b>Теорія соціального капіталу</b>	
П. Бурдьє	Вбачає основи соціальної солідарності у створених домінуючою групою та індукованих на решту суспільства символічних комплексах, які є складноструктурованими як за змістом, так і з урахуванням когнітивних особливостей людей. На його думку, саме солідарні групи та спільноти є джерелом соціального капіталу, і лише перебуваючи в цих групах, індивіди отримують доступ до нього. Теорія соціального капіталу відкриває інший бік солідарності, показуючи її прикладний аспект, який досягається шляхом співробітництва, взаємодопомоги, реалізації власних інтересів.

1	2
Теорія солідарної економіки	
<p>Основоположники – Р. Оуен, Сен-Сімон, Фур'є і Прудон</p>	<p>Солідарна економіка являє собою набір організацій та ініціатив, метою економічної діяльності яких є не перерозподіл прибутку, а задоволення потреб колективу, наприклад, у створенні робочих місць, реалізації громадянських ініціатив, захисту навколишнього середовища, у сфері культури та освіти.</p>
<p>Є. Г. Бриндін</p>	<p>Розглядає питання «міжнародної економічної солідарності», заснованої на справедливому розподілі вироблених благ, спрямованого колективною мудрістю науки і духовності з урахуванням необхідності духовного підходу до регулювання економіки і соціальної сфери. Міжнародна економічна солідарність практично може бути досягнута благоволіннями і благодіяннями всіх народів у рамках здоров'язберігаючої рівномірної інноваційної економіки шляхом організації її оптимальної структури, колективної компетенції інноваційної діяльності та рівномірного управління і регулювання ціноутворення для створення і підтримки соціально-економічних умов здорової життєдіяльності всім учасникам світової економічної діяльності та міжнародних соціальних програм.</p>

\* Створено автором на основі [64; 111; 216]

У другій половині ХХ століття відбулася зміна класичного соціалізму соціально-демократичним розвитком, яка позначила перехід до нового етапу західної економічної думки.

Відбувається оформлення сучасної соціал-демократичної теорії солідарності. Солідарність, що мала класовий підтекст, стала визначатися виходячи з принципів альтруїзму, взаємозалежності та етики, сприймання відмінностей. На перший план вийшли такі завдання, як сприяння соціальній інтегрованості створення простору для почуття спільності, поділ соціальних ризиків, та визнання пріоритету індивідуальної свободи, що замінили абсолютизований принцип колективізму та бачення революційного шляху побудови соціалізму. Сучасна соціальна економіка будується виходячи з ціннос-

тей та принципів, що відображають потреби народів і суспільств. Балансування соціальної економіки між економічною вигодою та соціальною справедливістю відбувається через добровільну участь, самодопомогу та самостійність як локальних так і глобальних підприємств та організацій. Втілення принципів загальної співучасті та прийняття спільних рішень позначають ті підприємства та організації, управління яких відбувається через соціальну та економічну солідарність. Всередині самих організацій вказані принципи можуть мати різноманітні прояви: члени організацій можуть безпосередньо керувати чи управляти нею, або мають можливість делегувати свого представника до участі в певних заходах.

Загалом, теорія ССЕ сприяє розв'язанню таких глобальних проблемних питань сучасності, як екологічна діяльність (облік ресурсів та захист навколишнього середовища), боротьба з нерівністю та спрямованість на втілення ідеалів соціальної справедливості [64].

Теоретична розробка ССЕ вченими та фахівцями на теренах пострадянського простору спирається на результати досягнень західних науковців, поєднані із самостійними дослідженнями.

Фактично, теорія соціальної та солідарної економіки у пострадянській науці стала розроблятися після 2010 року. На теперішній час, найповніше вона представлена у роботах О.М. Пряжнікової. Дослідниця вважає, що створення стійкого суспільства можливе через практичну реалізацію ідей та принципів ССЕ на противагу процесам неоліберальної глобалізації.

Робиться акцент на розведенні розуміння соціальної та солідарної економіки. Соціальна економіка має своїм завданням запроваджувати до капіталістичної системи соціальної складової, вирівнювати її дефекти засобами поширення соціального підприємництва.

ва та банкінгу, підвищення відповідальності бізнесу перед суспільством, діяльності фондових ринків та сектору, залученого до інвестицій.

Основу концепції соціальної та солідарної економіки збагачують та поглиблюють останні дослідження у антропологічній сфері, в галузі економічної соціології, гендерного аналізу (зокрема, феміністський напрямок в економічній теорії), розробки з царини поведінкової психології та інші транс- та міждисциплінарні здобутки. SSE на сучасному етапі дозволяє поєднувати спрямування на досягнення цілей стійкого розвитку у його економічних, екологічних та соціальних аспектах разом із прагненням досягти соціальної справедливості. Нова парадигма SSE пропонує бачення цілісного та збалансованого розвитку через активізацію економічної активності, та одночасно, соціальний захист населення та навколишнього середовища. Теоретики SSE зосереджують увагу на таких сучасних поширюваних видах економічних відносин, як соціальний капітал, кооперативна і колективна діяльність, довіра та міжособистісні зв'язки.

З іншого боку, економічна наука збагачується теоретико-методологічними розробками в яких обстоюється концепції відмінного економічного устрою. Йдеться про теорію «солідарної інформаційної економіки», яка має змінити систему наявних ринкових відносин. Відмінність цієї концепції від традиційних західних теорій SSE полягає у зміщенні акцентів з соціальної економіки з її домінуванням індивідуальної свободи [64].

Законодавство України в царині загальнообов'язкового державного соціального страхування наголошує, що саме принцип солідарності та субсидування має бути в основі соціального страхування громадян України. Цей принцип вимагає взаємодопомоги

між учасниками системи соціального захисту, що може реалізуватися через перерозподіл коштів між різними соціально-економічними та соціально-демографічними групами населення.

Названий принцип солідарності та субсидування містить кілька ключових елементів. По-перше, однакові страхові внески поєднуються із об'єднанням досить різноманітних ризиків. По-друге, й перерозподіл прибутків носить міжчасовий характер, йдеться про дію, так званого договору поколінь, коли працездатна молодь забезпечує старше непрацездатне покоління. По-третє, міжособистісний перерозподіл прибутків відбувається на основі соціальної солідарності. Механізми такого перерозподілу дозволяють йому здійснюватися в системі соціального захисту на трьох рівнях: між бідними та багатими представниками соціальних груп; між застрахованими й незастрахованими; та, власне, між застрахованими особами [323].

Отже, соціальна солідарність виходить із функціоналістської парадигми та передбачає взаємозалежність індивідів, виконання ними певних соціальних ролей, інтеграцію ідей та цінностей. Саме на цьому й побудована ідея соціальної солідарності. Ефективний розвиток національної економіки неможливий без об'єднання цінностей людей, розподілу праці між ними. Вчені зауважують, що збереження соціальної солідарності можливе завдяки використанню інструментів стримувань та покарань. Також солідарність має оборотну сторону – конфлікт. Саме ці два поняття – солідарність та конфлікт – й виступають формами волевиявлення, які об'єднують людей у суспільство. Тому ідеї соціальної солідарності стають важливими при побудові інституційного механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці.

Наступною важливою концепцією для побудови механізму СЕВП на національному рівні є конструктивістська або соціальний конструктивізм.

Взагалі, конструктивізм передбачає розгляд політичних явищ з соціальної точки зору. Саме соціальне розуміння політичної реальності дає можливість визначити природу взаємодій. У зв'язку з цим велику вагу в соціально-конструктивістському напрямі досліджень має теорія інтеграції.

Теорія соціального конструктивізму своїм народженням зобов'язана таким класикам психології та соціології як Л.С. Виготський, П. Бергер та Т. Лукман. Сьогодні його вважають головною теорією, яка підкреслює значення соціальних чинників (комунікації, взаємодії, структур, інтерпретацій, ідей, норм, ідентичностей та соціалізації) у конструюванні знання та формуванні суспільної (інтерсуб'єктивної) реальності. Об'єктом дослідження цього наукового напрямку є аналіз поведінки суб'єктів у соціальному і культурному середовищі, та виокремлення нематеріальних чинників людської активності. Соціальний конструктивізм акцентує увагу на утворенні соціальних конструкцій в процесі індивідуально-особистісного навчання, що сприяє міжособовій взаємодії, і розглядає також формування соціальних конструкцій у колективних та групових соціальних процесах [271]. Це стає необхідним при побудові інституційного механізму СЕВП у нашій державі через те, що його формування на основі аналізу поведінки суб'єктів у соціальному і культурному контекстах, а також врахування значення соціальних чинників, які впливають на процес соціалізації людей, зробить саму концепцію СЕВП України більш ефективною. Також соціальний конструктивізм досліджує інтеграцію як процес об'єднання людей на основі конститутивних норм і правил, іден-

тичностей, потреб та інтересів, комунікацій.

Дослідження інтеграції виділяють три аспекти, які представлені на рис. 2.1.



**Рисунок 2.1 – Аспекти інтеграції соціального конструктивізму (власна розробка автора).**

Аналіз конститутивного впливу соціальних норм та інститутів на учасників взаємодії у рамках великих соціальних груп є метою дослідження. Адже, згідно ідеями соціальних конструктивістів, колективні норми не лише регулюють поведінку учасників, зокрема у процесі взаємодії, а й конструюють ідентичність учасників окремого соціального об'єднання, концентруючи їхні інтереси навколо певної ідеї.

Які моделі взаємодії можуть утворюватися між окремими учасниками та соціальною структурою особи цікаво знати при дослідженні інтегративних процесів, у тому числі інтеграції на рівні країн у більш крупні утворення (як-то інтеграція України в європейський простір) У процесі такого дослідження можна визначити впливи організаційних аспектів на діяльність учасника, прийнятих рішень, колективної культури на держав-учасниць, зокрема, трансформацію їхніх внутрішніх та зовнішніх політик і структур.

Вагомим є також конструктивістський аналіз соціалізації, зокрема поведінкових і дискурсивних практик, що відіграють важливе значення у процесі формування суспільних відносин дозволяючи агентам фіксувати значення матеріальної реальності, інституціоналізувати практики та формувати соціальні структури. Вони залежать від мови, яка є засобом поширення та інституціоналізації ідей, важливим механізмом не лише опису, а й конструювання інтерсуб'єктивних значень та, відповідно, соціальної реальності [271].

Політолог та один з головних дослідників соціального конструктивізму в області міжнародних відносин А. Вендт вважає, що ідентичність завжди є основою будь-якої політичної дії чи взаємодії. У своїх міркуваннях він засновується на ідеї, що в основі конструювання норм та правил лежать інтереси та потреби індивідів, які формують це суспільство. Саме врахування цієї інформації при здійсненні дії й обґрунтовує її раціональність. Сам же інтерес в соціальному конструктивізмі – категорія непостійна, вона змінюється в залежності від зовнішніх та внутрішніх чинників.

Розвиваючи далі свою думку, А. Вендт зазначає, що виникнення інтересу базується й на тому, як себе індивід позиціонує у процесі взаємодії. Таким чином, у дискурс соціальної дії вводиться поняття «ідентичність». Політична дія (за Вендтом), як і будь-яка соціальна дія залежить і від особливостей середовища, в якому відбувається процес політичного співробітництва, і від уявлень самих учасників про процес взаємодії, які склались протягом певного історичного розвитку та вплинули на формування їх ідентичності в розумінні приналежності до тієї чи іншої спільноти, передусім міжнародної регіональної або інтеррегіональної. Саме ця приналежність впливає на визначення пріоритетів зовнішньої політики

суб'єкта взаємодії й формулювання його інтересів та цілей. З точки зору соціального конструктивізму, інтерес виникає та реалізовується лише в процесі взаємодії [288]. Отже, остання думка є дуже важливою при розробці механізму СЕВП, тому що такий самий механізм лежить в основі формування інтересу підприємців до соціально-відповідальних дій в процесі взаємодії із іншими підприємцями, інституційними установами, групами стейкхолдерів та іншими агентами дії з внутрішнього та зовнішнього середовища.

Також, виходячи із основних понять конструктивізму: ідентичність, самосвідомість, норми та цінності показують, що держава діє в межах тієї спільноти, з якою вона себе ідентифікує. Якщо, Україна схильна до європейського регіону, то й дії її уряду будуть відповідними до цього. Так само це можна віднести до дій підприємців: якщо вони себе ідентифікують із розвиненими активними акторами міжнародного ринку, то й дії їх будуть такими як і в інших подібних підприємствах. Саме взаємодія цих акторів й формує національну систему.

Основне завдання теорії – дослідити схеми взаємодії ідентичностей, враховуючи існуючу систему норм та практик, що впливають на їх конструювання. Взагалі, за А. Вендтом, ідентичність є властивістю суб'єктів, яка впливає на мотиваційні та поведінкові диспозиції. Ідентичність пов'язана із процесом самоусвідомлення, який має внутрішнє та зовнішнє походження. Для того, щоб певна ідентичність мала б змогу реалізовуватись, вона також має бути сприйнята зовнішнім середовищем. Окрім цього, оперуючи категоріями теоріїструктурації Е. Гідденса, А. Вендт доводить, що існуючі актори формують та відтворюють власні ідентичності в процесі безперервної взаємодії.

Самоусвідомлення як процес також соціально конструюється, тобто розвивається крізь призму соціальної взаємодії, й по-різному сприймається суб'єктами політичних відносин. Соціальна взаємодія породжує структури колективної свідомості, без яких неможливе набуття акторами власної ідентичності, що є основою для формування інтересу, який в свою чергу виступає підґрунтям для політичної дії. Процес самоідентифікації, на думку А. Вендта, можливий лише в рамках взаємодії, він й обумовлює появу колективної ідентичності. Таким чином, колективний інтерес можливий завдяки формуванню колективної ідентичності.

Окреслимо типи ідентичності за А. Вендтом. Залежно від впливу внутрішніх/зовнішніх структур виокремлюють персональну/ корпоративну та соціальну (типову/рольову/колективну) ідентичності. Корпоративна ідентичність визначається через здатність актора до самоорганізації, отже, являє собою сукупність іманентних актору самоорганізуючих якостей, які складають його індивідуальність. Під актором слід розуміти або індивід як біологічний організм або державу як сукупність території та населення. Корпоративна ідентичність держави як суб'єкта світової політики приймається іншими акторами як така, що усім заздалегідь відома, а процес її конструювання є внутрішньою справою самої держави, отже, не виходить за межі внутрішньої політики. Таким чином, ідентичність виступає в процесі аналізу змінною постійною, що обумовлено її умовною стабільністю. Держава, з антропоморфної позиції А. Вендта, не може впоратися з ідентичностями, які мають нестабільну природу. Отже, зміна ідентичності полягає лише в переході від однієї відносно стабільної ідентичності до іншої. На думку вченого, суб'єкти можуть відрізнитись в силу впливу фізичних обставин, проте без свідомості та пам'яті, тобто змісту Я, вони не є

суб'єктами дії, і можливо навіть не людьми. А. Вендт вводить в науковий обіг категорію «групове сприйняття», стверджуючи, що держава, будучи носієм корпоративної ідентичності – групового Я, володіє груповим рівнем сприйняття.

Отже, набутий учасником взаємодії набір значень / властивостей, які здатні генерувати його мотивації та подальші дії, слід називати соціальною ідентичністю. Тобто, це система позитивних характеристик учасника (типова, рольова ідентичності та колективна ідентичність, що проявляється через ідентифікацію з Іншим) [288].

Таким чином, можна зробити висновок стосовно парадигми соціального конструктивізму: вона передбачає дослідження політичних дій з соціальної точки зору, тобто основних чинників, що впливають чи повинні впливати на діяльність індивідів. Велику роль в цьому відводиться ідентифікації індивіда, держави та віднесення себе до тієї чи іншої групи. Інтереси, мотиви та потреби можуть бути мобільними та змінюватись в залежності від групи, з якою ідентифікує себе індивід чи держава. Саме врахування цих інтересів й обґрунтовує раціональність введення нормативних інституційних регуляторів.

Перейдемо до розгляду основних теорій інтерпретативної парадигми, серед яких виділяють: теорію соціальної дії, теорію символічного інтеракціонізму, феноменологію, етнометодологію, теорію соціального обміну, теорію соціокультурної динаміки. Їх розгляд є дуже важливим для нашого дослідження через те, що вони вивчають дії індивіда виходячи із мікрорівня. Для аналізу даних в цій парадигмі використовуються не кількісні показники, а показники психологічних опитувань, спостережень. Для формування дієвого механізму СЕВП в Україні це є необхідним через врахування потреб та основних мотивів суспільства в управлінні цим процесом.

У табл. 2.8 представлено основні характеристики цих теорій.

**Таблиця 2.8. – Характеристика теорій  
інтерпретативної парадигми**

Теорія 1	Представники 2	Характеристика 3
<b>Символічний інтеракціонізм</b>	Дж. Мід	Центральною категорією є «соціальний процес», або «соціальний акт», який ототожнюється з безперервною, постійною зміною та розвитком. Змістом соціальних процесів є взаємодія індивідів у групі та суспільстві. Все інше, що існує у соціальному просторі, є наслідком соціального процесу взаємодії з соціальним світом, тобто суспільство загалом, і середовище соціальної діяльності, і сам індивід.
<b>Соціальної дії</b>	М. Вебер	Центральним поняттям теорії є дія осмислена, тобто спрямована на досягнення усвідомлених діючим індивідом цілей і така, що використовує для цих цілей засоби, визнані за адекватні самим діючим індивідом. Описаний тип дії Вебер називає цілерациональним. Невід'ємним моментом соціальної дії він вважає «орієнтацію діючої особи на іншого індивіда чи на оточуючих інших індивідів». Суспільні інститути – право, держава, релігія – повинні вивчатися в тій формі, у якій вони стають значимими для окремих індивідів, у якій останні реально орієнтовані на них у своїх діях.
<b>Феноменологія</b>	А. Щюц, Т. Лукман	Дослідження духовних сутностей. Основними принципами феноменологічного підходу до розуміння й пояснення соціальної реальності є такі положення: - соціальна реальність – це існуючий до нас інтерсуб'єктивний світ; - люди можуть долучитися до цього світу лише шляхом накопичення власного досвіду взаємодії з оточенням. Головну роль у цьому відіграє виховання у сім'ї та навчання у школі; - таке долучення дозволяє ставити перед собою реальні цілі та досягати їх; тому соціальна дія – це продумана, осмислена і спланована поведінка людини в її духовній взаємодії з іншими людьми.

Продовження табл. 2.8

1	2	3
<p><b>Етнометодологія</b></p>	<p>Г.Гарфінкель, Е. Гоффман</p>	<p>Вважають, що комунікація між людьми несе істотнішу інформацію, ніж та, що висловлюється вербально, тому що існує ще неявне, фонове знання, яке опирається на поняття, які за мовчазною згодою визнаються учасниками комунікативного процесу.</p> <p>Соціокультурна реальність, є потоком неповторних, унікальних ситуацій, які виникають у процесі комунікацій. За допомогою мовних конструкцій людина долає цю унікальність і, ґрунтуючись на власному досвіді і знаннях, уніфікує і класифікує її. Люди спільно будують соціальну реальність. Описуючи яку-небудь ситуацію, встановлюючи зв'язки між значеннями, пояснюючи їх сенс, люди одночасно створюють її. Бо будь-який опис прагне до більшої раціональності й упорядкованості, ніж реальність, при цьому люди подають іншим зрозумілі вказівки, як належить ситуацію сприймати й оцінювати.</p>
<p><b>Соціального обміну</b></p>	<p>Д. Хоманс, П. Блау</p>	<p>Процес соціальної взаємодії тлумачиться як постійний обмін між людьми, різноманітними формами вигоди. Обмінні акти розглядаються як елементарні акти, з яких складається фундаментальний рівень суспільного життя, а всі більш складні структурні виникнення (інституції, організації) пояснюються як наслідки обмінних відносин.</p> <p>Особисті інтереси виступають універсальною спонукальною мотивацією. Люди хочуть і намагаються збільшити задоволення від приємного і водночас уникнути неприємного. А оскільки ресурси суспільних благ найчастіше обмежені, то для задоволення постійно зростаючих потреб і досягнення власних цілей люди, як соціальні суб'єкти, вступають у відносини обміну. У процесі соціальних відносин індивіди ніби проводять «розрахунки» щодо цінності або корисності того, що пропонується для обміну з тим, щоб отримати дещо більше за те, що буде витрачено (позитивний еквівалент).</p>

1	2	3
Соціокультурної динаміки	П. Сорокін	Соціокультурна реальність, як нескінченна різноманітність, охоплює всі можливі прояви соціальної діяльності людини і складається зі соціокультурних феноменів різних рівнів. Найвищий з них – соціокультурна суперсистема; системи нижчого рівня - мова, етика, релігія, мистецтво, наука. Історія для П. Сорокіна - процес закономірних змін всередині соціокультурних систем та наступної заміни однієї суперсистеми іншою.

Створено автором на основі [337].

Таким чином, із представлених теорій можна виділити ті, елементи яких можна буде використовувати при побудові механізму СЕВП в Україні: символічний інтеракціонізм (постійна взаємодія індивідів, яка призводить до розвитку й таким чином створює відповідне суспільство); соціальної дії (орієнтація індивіда на суспільство чи інших індивідів); феноменологія (виховання духовних цінностей в індивідів – майбутніх підприємців); соціального обміну (обмін між людьми різноманітними формами вигоди: підприємство здійснює соціальні дії, що у відповідь підвищує його імідж та приваблює клієнтів).

Необхідним є виділення ще однієї класифікації концепцій КСВ (за І. П. Малик), яку розрізняють залежно від національних соціально-економічних пріоритетів та різних типів дієвих осіб, що вимагають дії за цими пріоритетами. Так ними є:

*Концепція економічної відповідальності* полягає в розумінні СБВ з боку економічної відповідальності фірми за здійснені ділові операції та підвищення рентабельності підприємства.

*Концепція базової бізнес-стратегії* вбачає успішність бізнесу лише через успішного функціонування суспільства, в якому фірма функціонує.

*Концепція обов'язків* передбачає оцінку корпорацій не тільки за економічними показниками, але й за неекономічною діяльністю. Компанія повинна виконувати усі види діяльності: економічну, правову, етичну, філантропічну (більш детально про це написано вище, при описі теорії А. Керолла).

*Концепція «стейкхолдерів»* стверджує, що існують певні групи зацікавлених осіб, якими виступають акціонери, персонал компанії, споживачі, партнери, держава, що мають вплив на діяльність організації та на яких впливає сама організація, на основі чого й формується відповідальність компанії перед цими групами зацікавлених осіб.

*Концепція корпоративної підзвітності* підкреслює їх відповідальність, наслідки тих чи інших дій. Згідно цієї концепції компанії мають звітувати перед і перед стейкхолдерами, і перед суспільством в цілому.

В основі *добровільної концепції* лежить ідея довгострокових, корисних для суспільства цілей компанії.

*Концепція проактивності* є способом стратегічного реагування компанії на зміни у сталому розвитку суспільства [187].

Усі ці концепції поєднують основні напрями, які слід розвивати в Україні разом із соціально-економічною відповідальністю підприємства. Тобто, узагальнена концепція СЕВП України повинна будуватись на наступних засадах: підприємства націлені на отримання прибутку та підтримання рентабельності для реалізації довгострокових соціальних цілей розвитку суспільства; оцінка діяльності підприємств на основі соціального звітування та урахування потреб та інтересів стейкхолдерів компаній; швидке реагування на зміни в суспільстві та побудова стратегій соціальної відповідальності.

Після розгляду представлених концепцій та парадигм необхідно також розглянути психологічні аспекти відповідальності людей та

побудови до дій та теорії корисності. Обґрунтування цього полягає в тому, що інституційні засади механізму СЕВП в національній економіці повинні ґрунтуватись на розумінні того, що є корисним для індивіда. Тобто, яким чином можуть бути визначені потреби та інтереси людей, на які повинна орієнтуватись держава. А також яким чином можна спонукати підприємців до соціально-відповідальних дій. Для цього спочатку визначимо категорію корисності.

Словник економічних термінів трактує корисність як задоволення взагалі, задоволення потреб, виконання запитів, яке отримують люди від споживання товарів та користування послугами. Корисність являє собою суб'єктивну категорію, бо у кожної людини власне розуміння задоволення і власне ж коло потреб. Проте при оцінюванні ступеня задоволеності людей від споживання благ і послуг все ж методично обґрунтоване, більш того, виявлені закономірності в залежності міри задоволеності від кількості споживаних благ. Ці закономірності є предметом вивчення теорії корисності. Одиницею виміру корисності є ютиль, що виражає ступінь задоволення, одержуваного від споживання одиниці блага. Теорія корисності спирається на закон убавання граничної корисності, згідно якого прирощення корисності, що отримується від однієї доданої одиниці блага, безперервно убаває [276].

Окрім того, корисність можна вимірювати і оцінювати якісно. Так, корисність соціальної відповідальності може бути виражена як задоволення індивідів від отриманих соціально-відповідальних дій. Кількісно це можна виміряти шляхом оцінки кожного громадянина та його задоволеності. Тобто, якщо задоволеність людей від отриманих дій зростає, то це можна назвати корисним. Як сама людина це сприймає. Тому що не всі соціально-відповідальні дії можуть бути сприйняті корисними для самих людей. Тому в пропоновано-

му механізмі СЕВП корисність для людей буде вимірюватись через рівень задоволеності.

Для підприємств корисність може виступати задоволенням від дій держави, які можуть проявлятися в конкретних заходах з боку держави у відповідь на соціально-відповідальні дії підприємств. Корисність тут може бути виміряна як економічний результат, який отримує підприємство від цих заходів.

Для самої держави корисність проявляється в задоволенні потреб в розвитку суспільства шляхом оптимального поєднання зусиль ланок «людина-підприємство-держава».

Описані вище парадигми та концепції передбачають виокремлення збуджуючих психологічних мотивів для підприємців та індивідів, що впливатимуть на прийняття ними соціально-відповідальних рішень.

Слід виходити з того, що об'єктивна сторона відповідальності пов'язана з певними соціальними очікуваннями, які висуваються до свідомості й поведінки людини. Ці очікування покладаються на особистість у вигляді суспільного або професійного обов'язку, норм або права моралі, заборон чи дозволів самих законів життя, не зважати на які людина вихована, відповідальна просто не може. Тому, визначаючи реальні шляхи та умови формування й розвитку відповідальності суб'єкта, слід усебічно враховувати різні фактори соціального стану і становища особистості: її соціального оточення, віку, професійної підготовки, освіти тощо.

Здатність людини передбачати результати своєї діяльності, ставити перед собою завдання, які потрібно розв'язувати, успішно планувати й визначати доцільність своїх практичних дій – найважливіша умова раціональної впорядкованості людських стосунків відповідно до об'єктивних законів суспільного розвитку. Без цієї здатності неможливо визначити способи адекватного опану-

вання відповідальних залежностей за допомогою механізму соціально-психологічного віддзеркалення, де фіксується не тільки розуміння об'єкта, а й чуттєве ставлення суб'єкта до цього об'єкта, тобто зріле ставлення: «...почуття, відображаючи світ у вигляді переживання, оцінюють його, відображають ставлення людини до наявних або передбачуваних обставин. Суб'єкт усвідомлює не тільки самі по собі речі, їхні властивості і відносини, а і їхню значущість для себе, суспільства, що і створює умови для актуалізації механізмів, які забезпечують розгортання дій» [7, с. 128].

Баранова С. В. також пов'язує відповідальність людини із локусами контролю Дж. Роттера: екстернального та інтернального. Їхня сутність полягає в схильності людини вбачати джерело управління своїм життям переважно в зовнішньому середовищі (екстернальний) або в самому собі (інтернальний). Існування інтернальності як додаткового внутрішнього контролю особистості розкриває еволюцію відповідальності. Це означає, що особистість у своєму розвитку пройшла шлях від звичайного виконавця до активного суб'єкта.

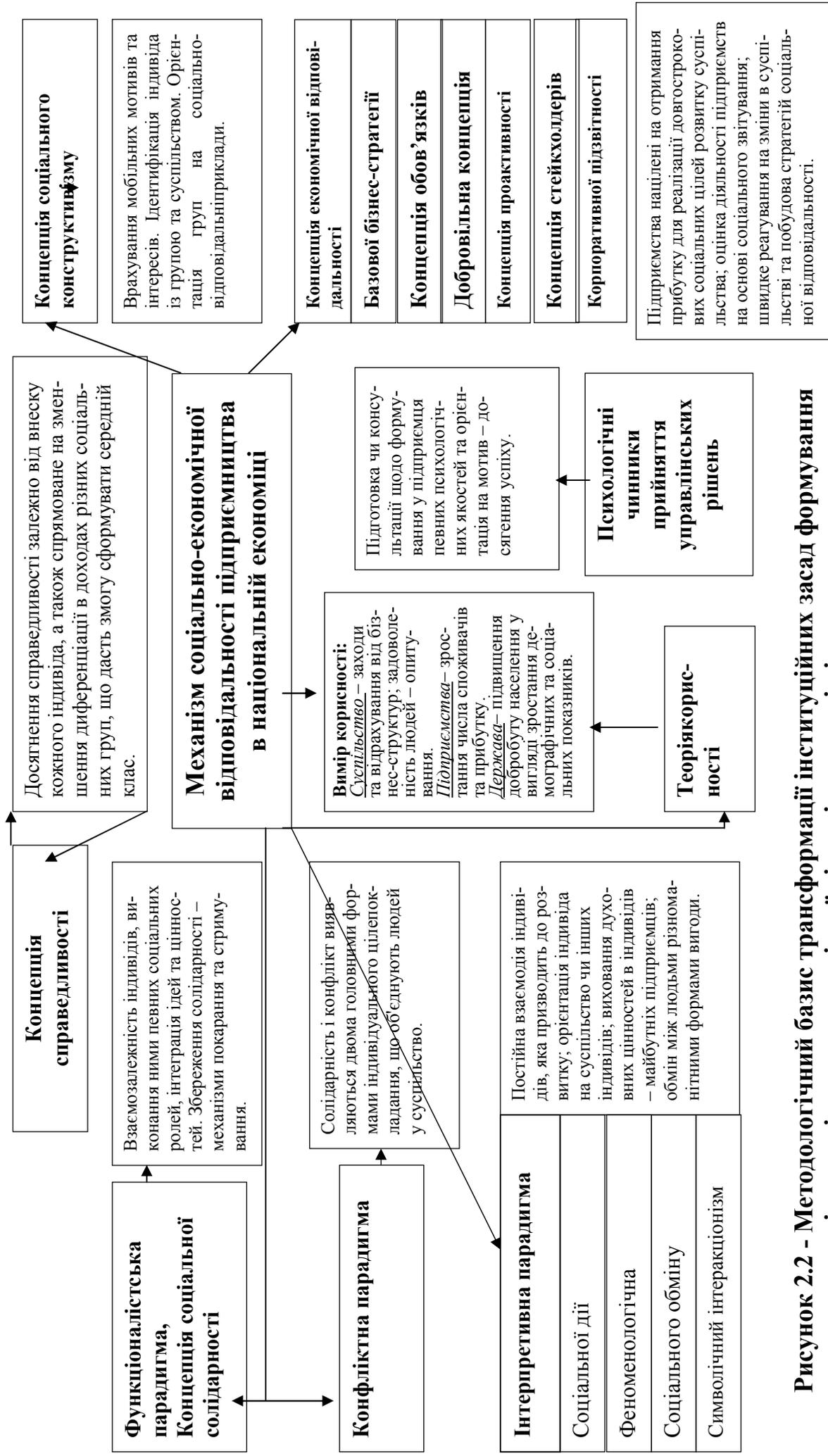
Наслідком цього є перенесення інстанцій, перед якими суб'єкт здійснює контроль, із зовнішнього рівня на внутрішній. Суб'єкт сам визначає критерій, за яким обмежує поле своєї активності, сам здійснює контроль. Особистість виявляє готовність до самостійного досягнення результату, який вона гарантує за всіх умов. Відповідальність перетворює зовнішній обов'язок у внутрішню потребу. Це перетворення супроводжується переходом зовнішнього контролю в самоконтроль [7]. Тобто, можна казати, що інтернальний локус контролю є одним із психологічних чинників, який може сприяти розвитку СЕВП. Це не означає, що люди із екстернальним локусом соціально не відповідальні, просто їх дії обумовлені лише розпорядженнями зверху.

Достатньою умовою прийняття ефективного управлінського рішення є наявність у особистості, яка приймає управлінське рішення, психологічних якостей – рівня знань для оцінки ситуації, навичок за рішенням подібних проблем, певних здібностей, вміння знайти вихід із ситуації з урахуванням зовнішніх умов й умов в організації, вміння передбачати результат своєї діяльності й визначати своє відношення до проблеми [303]. При ухваленні рішень управлінець повинен враховувати фактори, які впливають на цей процес, зокрема: власні особисті якості, особливості власної поведінки, середовище ухвалення рішення, інформаційні обмеження, взаємозалежність рішень, очікування можливих негативних наслідків, можливість застосування сучасних технічних засобів, наявність ефективних комунікацій, відповідність структури управління цілям організації. На поведінку керівника під час ухвалення рішення суттєво впливають мотив досягнення успіху й мотив уникнення невдачі [214]. Тобто, відносно соціальної відповідальності можна говорити, що якщо суб'єкт підприємництва володіє усіма психологічними якостями та знаннями, то й рішення будуть прийматись ефективно. Що може бути реалізовано наступним чином: підприємець (особливо із інтернальним локусом контролю) проходить належний рівень підготовки чи консультацій, що формує в нього певні психологічні якості і це сприяє прийняттю соціально-відповідальних рішень. Також немаловажним бачиться врахування такого мотиву як досягнення успіху та уникнення невдач. Правильно сформована інформаційна політика з боку держави буде сприяти прийняттю рішення на користь СЕВП.

Таким чином, все вищенаведене дає можливість запропонувати методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва, який буде враховувати сучасні виклики до української еко-

номіки, парадигми та концепції. Головним в цьому є оптимальне поєднання зусиль «підприємство-держава-суспільство» з урахуванням потреб суспільства та можливостей держави. Головним завданням трансформованого механізму є переорієнтація на подолання конфлікту в підприємців, який викликаний сприйняттям СВБ як додаткових витрат, в той час як основна мета будь-якого підприємництва – максимізація отриманого прибутку. Тому, головною задачею даного наукового дослідження буде формування такого механізму, який би переорієнтував підприємців від мети максимізації прибутку задля власних цілей на мету – максимізація прибутку для досягнення суспільного добробуту та цей внутрішній конфлікт був подоланий. Для цього необхідним є висвітлення принципів солідарності та справедливості, а також усіх переваг від реалізації СЕВП. Причому запропонований базис повинен враховувати приведені в попередньому параграфі рекомендації по побудові механізму СЕВП в Україні на прикладі британської та японської моделей, де достатньо висока роль участі як держави, так і підприємств, що є найбільш придатним для України в нинішніх умовах.

На рис. 2.2 представлений методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізмів соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці, який заснований на досліджених вище парадигмах та концепціях. Так, у методологію побудови механізму СЕВП увійшла концепція соціальної солідарності, яка є концепцією функціоналістської парадигми та основні конструкти в нашому механізмі стануть: індивіди залежать один від одного, виконують певні роль, й таким чином відбувається інтеграція ідей та цінностей. Роль держави тут буде простежуватись у побудові механізму збереження солідарності – стримування та покарання. Все інше – відповідальність приватного сектора [9].



**Рисунок 2.2 - Методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємства в національній економіці**

Концепція соціальної справедливості також заклала основи запропонованої методології і основним її спрямуванням буде зниження диференціації соціальних груп в Україні та формування середнього класу. Роль держави проявляється у формуванні інструментів, якими досягається соціальна справедливість, але важливим є також збереження справедливості в залежності від внеску кожного індивіда. Інструментами формування середнього класу можуть стати закони, згідно з якими підприємства з певним рівнем доходу повинні відраховувати кошти на благодійність.

Конфліктна парадигма заклала в методологію поняття «конфлікт», який поряд із солідарністю є рушійною силою волевиявлення та цілепокладання. Саме на подолання цього конфлікту й спрямовані психологічні інструменти прийняття управлінських рішень, як засіб подолання внутрішнього конфлікту підприємця. Велика роль у цьому надається державі на початковому етапі функціонування механізму – проведення інформаційно-консультаційних програм з метою забезпечення та розвитку психологічних якостей керівників.

Інтерпретативна парадигма заклала в методологію напрямки досліджень суспільства на мікрорівні, що здійснюються на основі опитувань, анкетувань, спостережень та виходять із того, що основи поведінки людей закладаються духовним вихованням та залежать від взаємодії з іншими індивідами. Роль держави тут проявляється у вихованні суспільних норм соціальної відповідальності, що відбувається на освітніх засадах. Але більше значення має тут саме індивід та підприємець в його особі.

Теорія соціального конструктивізму – інтеграція індивідів та вивчення їх взаємодії в групах та спільнотах.

Теорія корисності дає підґрунтя для орієнтації на задоволення потреб суспільства з боку держави та працівників та мезорівня – для підприємців.

Концепції соціальної відповідальності формують базис для орієнтації підприємств на отримання прибутку з метою покращення якості життя в суспільстві та активізації ролі держави в формуванні суспільства загального добробуту.

## **Висновки до розділу 2**

Дослідження еволюційного розвитку механізмів СЕВП показало, що саме поняття СЕВП започатковане у США, де найпершою та найбільш розповсюдженою досі залишається філантропія. США має найдовший досвід в реалізації СЕВП і відрізнялась завжди невеликою роллю держави в регулюванні цього явища. Середина ХХ ст. характеризується появою декількох течій, які досліджували саме поняття СВБ та появою на їх основі певних концепцій. На цьому етапі вже й інші країни починають відігравати певну роль в розвитку СВБ. Починаючи з другої половини ХХ ст. Відбувається бурхливий розвиток ідей стосовно ролі держави та підприємств в розвитку СВБ. В Європі з'являються перші організації, які опікуються питаннями СВБ. Уряди розвинених держав доходять висновку про необхідність розвитку СВБ для розвитку суспільства.

В Україні процес розвитку СЕВП є неоднозначним. Отримавши в спадщину від СРСР достатньо розвинену соціальну інфраструктуру та систему захисту населення, наша країна дещо втратила свої позиції в цьому через економічні проблеми. Починаючи з 2000-х рр. представники олігархату почали створювати фонди, які займались благодійництвом та розвитком громади. З плином часу

СЕВП стала частиною функціонування великих підприємств України, а також її втіленню в наше сьогодення сприяли міжнародні компанії, які працюють в нашій країні. Але слід відмітити, що повноцінному розвитку СЕВП в Україні заважає багато чинників, а саме: нестабільність економіки, брак інформації та досвіду, орієнтація наших підприємців на максимізацію власного прибутку, недостатність стимулюючих чинників з боку держави тощо.

Досліджені моделі соціальної відповідальності окремих країн відрізняються між собою роллю держави та підприємств, яку вони відіграють в розвитку СЕВП всередині країни. Виділяють 5 основних моделей і декілька нових, які ще недостатньо описані. Історично Україна належить до пострадянської моделі, але найкрупніші її підприємства містять елементи континентальної моделі. Співставлення моделей КСВ із моделями соціальної політики показало, що моделі соціальної відповідальності країн в багатьом залежать від соціальної моделі країни взагалі. Найбільш корисним для розвитку механізмів СЕВП в нашій державі може стати симбіоз британської та японської моделей, що поєднують в собі як активну роль держави, так і підприємств.

Для визначення інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні було проаналізовано основні концепції та парадигми, які впливають на формування інституцій національної економіки. Так, парадигми, які досліджено – це функціоналістська, конфліктна та інтерпретативна. Вони відрізняються за рівнем дослідження (макро- та мікрорівень). Аналіз концепцій соціальної справедливості та соціальної солідарності показав, що соціальна справедливість передбачає врівноваження розбіжностей в доходах громадян з метою зниження диференціації соціальних груп населення. Головним питанням у

цьому є врахування внесків кожного індивіда та ступінь раціональності впливу держави на ці процеси. Соціальна солідарність передбачає інтеграцію ідей та цінностей людей, залежність їх один від одного, виконання певних соціальних ролей. Дві категорії, що розглядаються вченими в цій концепції – конфлікт та солідарність. Саме подолання конфлікту й прийняття цінностей суспільства призведе до ефективного функціонування національної економіки та побудові держави загального добробуту. В підприємстві таким конфліктом виступає максимізація прибутку для власних цілей. Дослідженню шляхів вирішення цього внутрішнього конфлікту й будуть сприяти наступні теорії.

Концепція соціального конструктивізму досліджує процеси політичних дій через соціальний аспект, тобто, що саме впливає на встановлення певних норм та законів в суспільстві. Основними категоріями тут є: індивід, норми, цінності. Важливим при визначенні мотивів діяльності тут є ідентифікація індивіда та країни із якоюсь спільнотою – регіональною чи політичною. Тобто, переймання норм та цінностей тієї спільноти, з якою вони себе ідентифікують. Саме це й має бути покладено в основу методологічного базису трансформації СЕВП: орієнтація на групу, в якій існує індивід, підприємці також орієнтуються на зовнішнє середовище та на приклади інших компаній.

Інтерпретативна парадигма досліджує мікрорівень – тобто індивідуумів та чинників, які впливають на їхні рішення. Виділяється ряд теорій, що визначаються фактором впливу чи комунікації між людьми, чи духовні цінності, чи певні дії осіб та орієнтація на суспільство та інших людей. Також аналіз теорії корисності надав можливість враховувати результати для кожної ланки «підприємство-державо-суспільство». А дослідження психологічних чинників ви-

значило направи для подолання внутрішнього конфлікту підприємця для побудови ефективного механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці.

Запропоновано методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці, який поєднує критичну (СЕВП є продуктом конфлікту і узгодження інтересів суспільства як стейкхолдера, підприємців як суб'єктів відповідальності та держави як суб'єкта відповідальності та суб'єкта примусу та стейкхолдера одночасно), інтерпретативну (інституційні форми, вибір напрямів та інструментів СЕВП залежать системи цінностей та інших елементів інституційного середовища в конкретно історичних умовах, що визначає необхідність опису та управління поведінкою всіх суб'єктів в тріаді «підприємці-держава-суспільство»), функціоналістську (вибір методів та інструментів реалізації СЕВП має ґрунтуватися на об'єктивізації характеристик поведінки вищезазначених суб'єктів через певні кількісні показники, в т.ч. корисність) парадигми пізнання і створює підстави для інкорпорації у дослідження та розробку пропозицій щодо трансформації механізму СЕВП політичних, регуляторних, соціальних, економічних, психологічних аспектів, що є не тільки способом відображення об'єктивної реальності існування функції відповідальності у національній економічній системі, а й способом розв'язання визначених суб'єктивних проблем та суперечностей, пов'язаних із розподілом.

### **3. МЕТОДИЧНЕ ТА АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

#### **3.1. Кількісні та якісні характеристики реалізації політики соціально-економічної відповідальності держави**

У реалізації соціально-економічної відповідальності необхідним є визначення основних характеристик її здійснення з боку держави, оскільки носієм соціально-економічної відповідальності виступає не лише підприємство, але й сама держава як інституційне утворення. Для оцінки соціально-економічної відповідальності держави необхідним є виділення кількісних та якісних характеристик. Кількісними характеристиками виступають ті, які можна представити у числовому вигляді, а якісними ті, які не можуть бути виражені чисельно, але відображають рівень розвитку населення.

Кількісними характеристиками, за якими може бути оцінена соціально-економічна відповідальність держави, можуть виступати: ВВП, ВВП на душу населення, відрахування бюджету на соціальну сферу, рівень зайнятості та безробіття в країні, створення нових робочих місць, розмір субсидій, наданих населенню, розмір соціальної допомоги населенню, рівень заборгованості з виплати заробітної плати, розмір середньої заробітної плати по країні, областях, професійних групах, кількість бюджетних місць, виділених державою для отримання вищої освіти.

Якісні характеристики, які характеризують рівень соціально-економічної відповідальності держави: рівень якості життя населення, рівень добробуту населення, задоволеність населення якістю життя.

Ці показники не можна визначити у числовому вигляді, але вони є більш змістовними за своїм сенсом, аніж кількісні. Основ-

ним показником, який би зміг відобразити усі якісні характеристики – є Індекс людського розвитку. Спочатку проаналізуємо кількісні характеристики реалізації соціально-економічної відповідальності держави.

Спочатку розглянемо показники ВВП та ВВП на душу населення, які представлені у табл. 3.1.

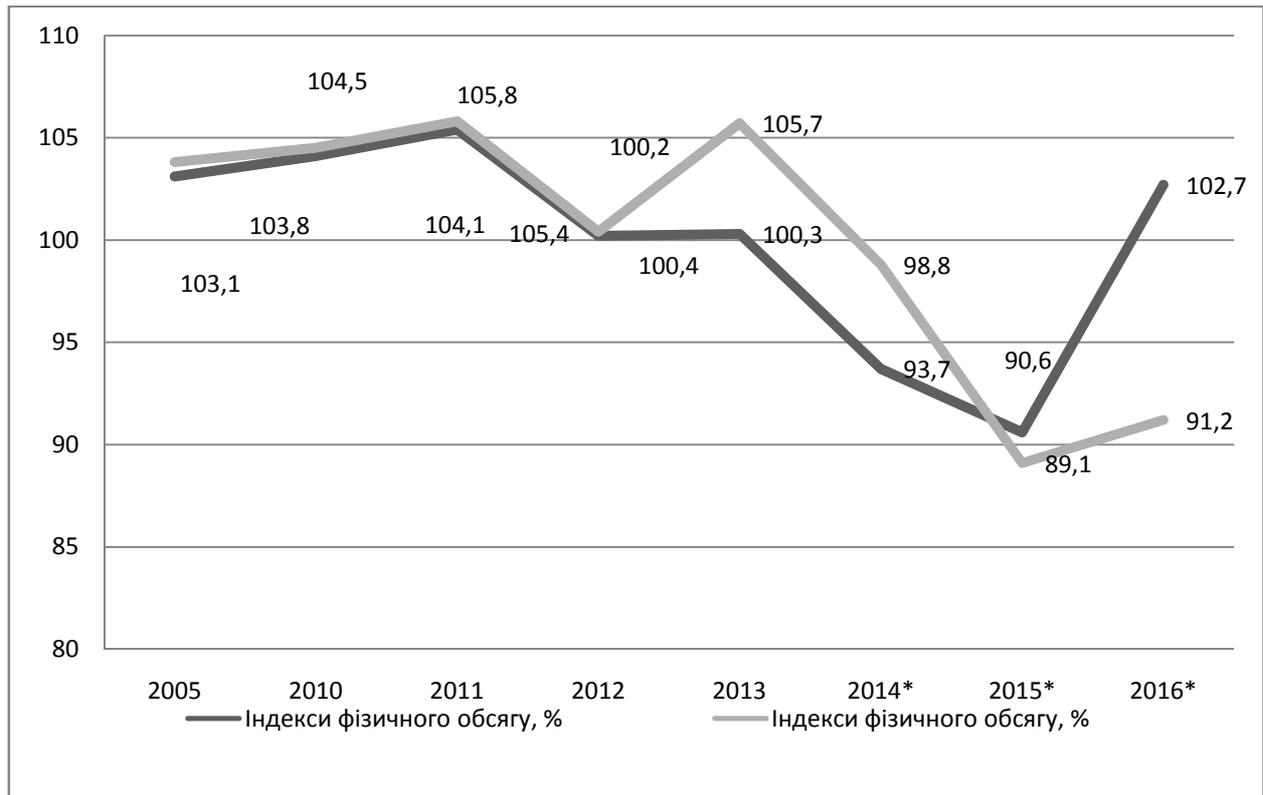
**Таблиця 3.1. – Динаміка валового внутрішнього продукту в Україні, 2005 – 2016 рр.**

Рік	У фактичних цінах		Індекси фізичного обсягу, %	
			до попереднього року	
	валовий внутрішній продукт, млн. грн.	валовий внутрішній продукт у розрахунку на одну особу, грн.	валовий внутрішній продукт	валовий внутрішній продукт у розрахунку на одну особу
2005	457325	9709	103,1	103,8
2010	1120585	24429	104,1	104,5
2011	1349178	29519	105,4	105,8
2012	1459096	32002	100,2	100,4
2013	1522657	33473	100,3	105,7
2014*	1586915	36904	93,7	98,8
2015*	1988544	46413	90,6	89,1
2016*	2383182	55848	102,7	91,2

\*Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та зони АТО

\* Складено автором на основі [66; 294]

З таблиці видно, що ВВП щороку зростає, як взагалі по країні, так і на душу населення. Якщо порівнювати із початком періоду, що аналізується ВВП у розрахунку на одну особу виріс у 5,75 раза, що є достатньо важливою характеристикою. На рис. 3.1 наведемо зміни Індексу фізичного обсягу ВВП та ВВП на одну особу протягом аналізованого періоду.



**Рисунок 3.1. – Динаміка індексу фізичного обсягу ВВП та ВВП у розрахунку на одну особу**

З рисунку видно, що індекс змінюється нерівномірно та спостерігається значний спад протягом 2013-2015 рр. Хоча сам розмір ВВП та ВВП на одну особу і відмічається зростанням, ми бачимо, що фактично у цих роках його не відбувалось. Після 2015 р. знову зростання, але індекс фізичного обсягу ВВП у розрахунку на одну особу так і не перевищив 100%. Зниження показників може бути пояснено відсутністю можливості урахування на територіях АТО та окупованої території АР Крим.

Проаналізуємо показники видатків держави на соціальну сферу із зведеного бюджету, тобто це ті кошти, які надає держава на підтримку та розвиток різних секторів в країні. Нами було проаналізовано видатки на наступні сектори: соціальний захист та соціальне забезпечення, освіта, духовний та фізичний розвиток, охорона здоров'я, охорона довкілля. Статистичні дані представлені у табл. 3.2.

**Таблиця 3.2. – Динаміка видатків на соціальну сферу із  
Зведеного бюджету України**

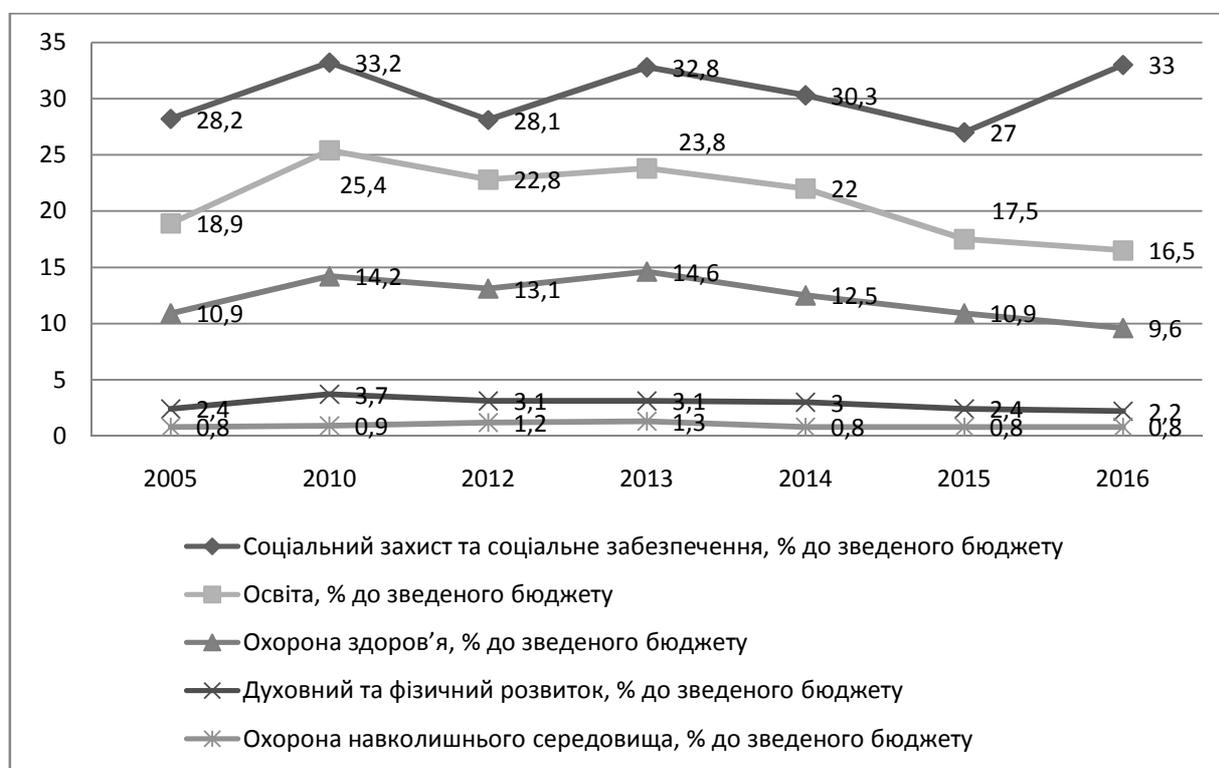
<b>Соціальна сфера</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Видатки</b>	<b>141698,8</b>	<b>314506,3</b>	<b>445525,3</b>	<b>442788,7</b>	<b>456067,3</b>	<b>652031,0</b>	<b>782859,5</b>
Соціальний захист та соціальне забезпечення, млн. грн.	39940,2	104534,9	125306,9	145062,6	138004,7	176339,8	258326,1
у % до загальних видатків бюджету	28,2	33,2	28,1	32,8	30,3	27,0	33,0
Освіта, млн. грн.	26801,8	79826,0	101560,9	105538,7	100109,5	114193,5	129437,7
у % до загальних видатків бюджету	18,9	25,4	22,8	23,8	22,0	17,5	16,5
Охорона здоров'я, млн. грн.	15476,5	44745,4	58453,9	61568,8	57150,1	71001,1	75503,4
у % до загальних видатків бюджету	10,9	14,2	13,1	14,6	12,5	10,9	9,6
Духовний та фізичний розвиток, млн. грн.	3449,8	11525,4	13639,6	13661,2	13857,7	16228,3	16897,8
у % до загальних видатків бюджету	2,4	3,7	3,1	3,1	3,0	2,4	2,2
Охорона навколишнього середовища, млн. грн.	1252,5	2872,4	5297,9	5594,2	3481,7	5529,7	6255,4
У % до загальних видатків бюджету	0,8	0,9	1,2	1,3	0,8	0,8	0,8

\* Складено автором та розраховано на основі [236; 294; 325-327].

Отже, в табл. 3.2 представлено видатки зведеного бюджету України на соціальну сферу протягом 2005-2016 рр. Як видно з таблиці, щороку видатки на соціальну сферу зростали, окрім 2014 року, де майже за усіма категоріями аналізованих видатків спостерігається помітне зниження. Лише на духовний та фізичний розвиток у 2014 році витрати із бюджету не знизились. Зниження витрат у цьому році пояснюється із змінами в політичній ситуації в країні, що спричинило перерозподіл видатків на інші сфери.

Якщо аналізувати категорію видатків «соціальний захист та соціальне забезпечення», то ми бачимо, що за аналізований період

спостерігається зростання відрахувань на цю сферу у 6,5 раза (із 39940,2 млн. грн. у 2005 р. до 258326,1 млн. грн. – у 2016 р.). Видатки на освіту зросли у 4,8 раза – від 26801,8 млн. грн. у 2005 р. до 129437,7 млн. грн. у 2016 р. Розмір витрат на охорону здоров'я також зріс у 4,9 раза, як і розмір витрат на духовний та фізичний розвиток. Витрати на охорону навколишнього середовища збільшились у 5 разів, що свідчить про зростання видатків на соціальну сферу держави. Але для більш повної картини необхідним є аналіз відсоткового співвідношення витрат на ці сфери до загальних витрат бюджету. Для більш наочного уявлення представимо це на рис. 3.2.



**Рисунок 3.2. – Розмір видатків на соціальну сферу в % до зведеного бюджету України, 2005-2016 рр.**

З рисунку видно, що частина видатків на зазначені сфери не є однаковою за аналізований період, лише видатки на охорону навколишнього середовища залишаються майже незмінними у відсотковому відношенні. Частка видатків на соціальний захист та за-

безпечення постійно змінюється, але ці зміни не є критичними (максимальне зниження на 3,3% у 2015 р. з подальшим зростанням на 6% у 2016 р.). Видатки на освіту в загальному відношенні мають тенденцію до зниження, починаючи з 2013 р. (з 23,8% у 2013 р. до 16,5% у 2016 р.). Ця сама тенденція спостерігається й на відрахування на охорону здоров'я – із загальної частки у 14,6% у 2013 р. до 9,6% у 2016 р. Частина видатків на духовний та фізичний розвиток не відрізняється великим розбігом. Також можна зробити висновок, що найбільша частка витрат на соціальну сферу була у 2010 р. та у 2013 р., після яких відбувався спад. Тому, з наведеної табл. 3.1 та рис. 3.1 видно, що самі розміри витрат на соціальну сферу зростають у грошовому еквіваленті, але частка цих витрат у % до загальних витрат відрізняється різними тенденціями: від зниження до зростання, а потім знову відбувається спад. Що пояснюється соціальними, політичними та економічними змінами в суспільстві, орієнтацією держави на інший сектор.

Далі слід проаналізувати ринок праці як важливу сферу соціально-економічної відповідальності з боку держави. Для цього в табл. 3.3 зведено загальну інформацію про загальний стан ринку праці.

З табл. 3.3 видно, що кількість економічно активного населення в Україні щороку знижується в обох категоріях (як у віці 15-70 років, так і працездатного віку). Причому, що в категорії 15-70 років кількість населення за 2010-2016 рр. знизилась майже на 3 млн. осіб, а населення працездатного віку – майже на 2 млн. осіб. Що пояснюється декількома причинами: по-перше, демографічна ситуація в країні катастрофічна через невелику тривалість життя, а, по-друге, велика кількість економічно активного населення працездатного віку та 15-70 років працює за кордоном. Це є основними причинами ситуації, що склалась.

**Таблиця 3.3. – Основні показники ринку праці**

Економічно активне населення (ЕАН)		у тому числі										
		у віці 15-70 років		працездатного віку		зайняте населення				безробітне населення (за методологією МОП)		
в середньому, тис. осіб	у % до насел. відп. вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до насел. відп. вікової групи	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років	працездатного віку			
				в середньому, тис. осіб	у % до насел. відп. вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до насел. відп. вікової групи		в середньому, тис. осіб	у % до ЕАН відп. вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до ЕАН відп. вікової групи
2010	20894,1	63,6	19164,0	71,9	19 180,2	58,4	17451,5	65,5	1713,9	8,2	1712,5	8,9
2011	20893,0	64,2	19181,7	72,6	19 231,1	59,1	17520,8	66,3	1661,9	8,0	1660,9	8,7
2012	20851,2	64,5	19317,8	72,9	19 261,4	59,6	17728,6	66,9	1589,8	7,6	1589,2	8,2
2013	20824,6	64,9	19399,7	72,9	19 314,2	60,2	17889,4	67,3	1510,4	7,3	1510,3	7,8
2014	19920,9	62,4	19035,2	71,4	18 073,3	56,6	17188,1	64,5	1847,6	9,3	1847,1	9,7
2015	18097,9	62,4	17396,0	71,5	16 443,2	56,7	15742,0	64,7	1654,7	9,1	1654,0	9,5
2016	17955,1	62,2	17303,6	71,1	16 276,9	56,3	15626,1	64,2	1678,2	9,3	1677,5	9,7

\* Складено автором та розраховано на основі [66; 289-295].

Кількість зайнятого населення щороку також зменшується за обома категоріями приблизно на тому ж рівні, що й описано вище (3 млн. осіб категорії 15-70 років та 2 млн. осіб – працездатного віку протягом 2010-2016 рр.). Що може бути пояснено тими ж самими причинами. Це саме відбувається і з показником безробіття, який відображає зниження кількості безробітних осіб, але це пояснюється тим, що з 2014 р. ведення реальної статистики є проблематичним з урахуванням ситуації в Донецькій та Луганських областях та АР Крим. Крім того, якщо подивитись на показник відношення у % до

населення відповідної вікової групи, то побачимо, що останні роки він зростає, хоча перед цим і відбувалось зниження.

Проблема створення нових робочих місць в Україні стоїть дуже гостро та має бути вирішена, що дозволить підвищити якість життя населення. Для визначення напрямів вирішення цієї проблеми слід розглянути причини незайнятості населення у 2010-2016 рр. (табл. 3.4).

**Таблиця 3.4. – Безробітне населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2010-2016 рр.<sup>1</sup> (у середньому за період)**

	Безробітне населення у віці 15-70 років, усього, тис. осіб	за причинами незайнятості, відсотків								
		вивільнені з економічних причин	звільнені за власним бажанням, за угодою сторін	звільнені у зв'язку з закінченням строку контракту або договору найму	не працевлаштовані після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів	робота має сезонний характер роботи	не зайняті через виконання домашніх (сімейних) обов'язків тощо	звільнені за станом здоров'я, через оформлення пенсії	демобілізовані з військової строкової служби	інші причини
2010	1 713,9	33,0	27,2	10,0	15,5	6,3	2,4	0,9	1,3	3,4
2011	1 661,9	27,7	30,1	9,2	18,1	6,9	2,5	0,9	1,2	3,4
2012	1 589,8	23,5	34,0	8,4	16,9	8,8	2,5	1,5	1,4	3,0
2013	1 510,4	21,9	34,6	8,1	16,8	8,4	3,8	1,2	1,0	4,2
2014	1 847,6	22,3	31,8	7,8	16,7	9,3	4,6	1,4	0,3	5,8
2015	1 654,7	27,8	28,9	7,5	16,4	9,9	3,7	0,9	0,3	4,6
2016	1 678,2	22,4	33,0	9,4	15,6	9,7	3,2	1,8	0,7	4,2

<sup>1</sup> Дані за 2010-2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя, за 2015-2016 роки – також без частини зони проведення антитерористичної операції.

\* Складено автором та розраховано на основі [66].

З таблиці видно, що існує доволі багато причин незайнятості населення, й серед найбільш чисельних є вивільнення з економічних причин та звільнення за власним бажанням. Вивільнення з

економічних причин вимагає від держави вживання заходів по стимуляції більш соціально-орієнтованої реструктуризації підприємств та надання можливості для професійної перекваліфікації чи підвищення власної кваліфікації. Важливою за своєю вагою та наслідками є також причина незайнятості після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів. Вона значно підвищує рівень безробіття серед молоді, яка є розповсюдженою навіть у розвинених країнах. У доказ існування цієї проблеми в Україні наведемо наступну табл. 3.5.

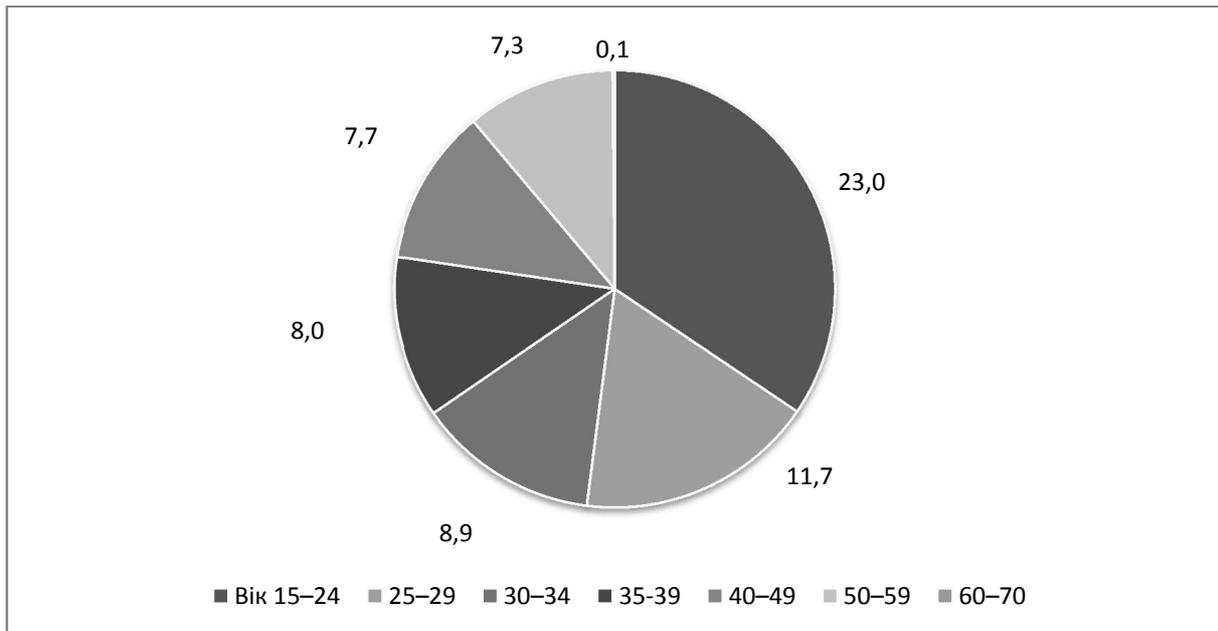
**Таблиця 3.5. – Рівень безробіття населення  
(за методологією МОП) за статтю, віковими групами  
та місцем проживання у 2016 році<sup>1</sup>(у середньому за період,  
у % до кількості економічно активного населення  
відповідної вікової групи)**

	Усього	у тому числі за віковими групами, років							Працездатного віку
		15–24	25–29	30–34	35–39	40–49	50–59	60–70	
Усе населення	9,3	23,0	11,7	8,9	8,0	7,7	7,3	0,1	9,7
Жінки	7,7	21,5	10,2	7,6	7,0	6,3	5,2	-	8,0
чоловіки	10,8	24,0	12,8	10,0	8,9	9,1	9,3	0,2	11,2
міські поселення	9,2	23,7	11,5	8,6	8,0	7,8	7,2	0,1	9,5
сільська місцевість	9,7	22,0	12,1	10,0	7,9	7,4	7,5	0,0	10,2

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

\* Складено автором та розраховано на основі [66].

Для більш наочного уявлення наведемо діаграму з розподілом безробітних за віковими групами у 2016 р. (рис. 3.3).



**Рисунок 3.3 – Розподіл безробітних по вікових групах у 2016 р., у % до кількості економічно активного населення відповідної вікової групи**

З таблиці та рисунку можна дійти висновку, що найбільш чисельною групою безробітних є група віку 15-24 роки (23%). На другому місці – 25-29 – 11,7%. Що є доказом того, що існує проблема зайнятості молоді, зокрема, які тільки здобули загальну та повну вищу освіту. Тому необхідним є стимулювання зайнятості молоді на українських підприємствах.

Також з табл. 3.5 видно, що кількість безробітних серед чоловіків вища, аніж у жінок тієї самої вікової групи. Зайнятість населення в сільській місцевості в деяких вікових групах нижча за міську, а в деяких, навпаки, перевищує міську. Проблема розвитку сільської місцевості також стоїть гостро перед державою, тому що розбудова села дозволить підвищити рівень добробуту в цій місцевості шляхом створення робочих місць, сільськогосподарських та виробничих потужностей, стимулювання припливу інвестицій.

Проблема безробіття є достатньо важливою для національної економіки, адже через це знижується добробут у суспільстві. Громадяни втрачають заробітну плату, збільшується рівень зuboжіння,

соціальної напруги в суспільстві. Крім того, держава отримує подвійний негативний ефект: зменшуються надходження в бюджет через несплату податків, а також виникає необхідність сплачувати соціальну допомогу з безробіття, якщо людина звертається до служби зайнятості, багато людей від'їжджають за кордон в пошуку роботи, через що країна втрачає працездатне населення. На цей час безробіття залишається соціальною проблемою в нашому суспільстві, яка повинна бути вирішеною, що дасть змогу подолати негативні зміни. Політика стимулювання повинна бути націлена на створення нових робочих місць для усіх зацікавлених груп. Тобто, це може бути й молодь, й безробітні із сільської місцевості. Необхідним є подолання проблеми більшої частки безробітних серед чоловіків в Україні. Також немаловажним стає знаходження стимулів для повернення трудових мігрантів в Україну та забезпечення їх робочими місцями, що підвищить рівень податкових надходжень в країні. Можна припустити, що подолання безробіття вирішить вагому частку проблем в соціальній сфері нашої держави, через збільшення економічної активності та економічного статку.

На рис. 3.4 наведено кількість працевлаштованих безробітних, які були зареєстровані у службі зайнятості України. З рисунка видно, що існує тенденція до зниження кількості осіб, яких працевлаштовано, але причиною цього може бути неврахування даних з тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції (не враховуються з 2015 року), тому й кількість безробітних, що реєструються, менша, й, відповідно, кількість тих хто був працевлаштований, теж зменшується.

В цілому, тенденція до зниження кількості працевлаштованих розпочалась з 2013 р., коли кількість осіб знизилась більш ніж на



**Рисунок 3.4. – Працевлаштування зареєстрованих безробітних, тис. осіб**

200 тис. осіб. Протягом 2010-2012 рр. рівень працевлаштованих зберігався приблизно на однаковому рівні з невеликими відхиленнями. У 2016 р. кількість осіб, що було працевлаштовано службою зайнятості, була найнижчою – 409 тис. осіб. Державі слід приймати заходи щодо стимулювання створення нових робочих місць, адже таким чином створюються підстави для зменшення кількості безробітних, затримується процес відтоку кваліфікованих громадян за кордон, збільшується добробут населення і відповідно знижується соціальна напруга в суспільстві. Ще однією важливою суспільною проблемою є недостатня активність осіб, що залишились без роботи, щодо реєстрації в службі зайнятості, що заважає вжити реальних заходів в цьому напрямку.

Наступною категорією, яку буде досліджено, є категорія заробітної плати, яка характеризує рівень життя населення. У табл. 3.6 наведено темпи зміни номінальної та реальної заробітної плати протягом 2010-2016 рр.

**Таблиця 3.6. – Темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати, (%)**

	Номінальна заробітна плата		Реальна заробітна плата	
	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року
<b>2010</b>	117,6	117,9	110,2	110,5
<b>2011</b>	117,7	116,2	108,7	111,0
<b>2012</b>	114,8	110,5	114,4	111,1
<b>2013</b>	107,9	107,2	108,2	106,7
<b>2014</b>	106,0	110,4	93,5	86,4
<b>2015</b>	120,5	130,4	79,8	90,1
<b>2016</b>	123,6	123,8	109,0	111,6

Дані за 2010-2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя, починаючи з 2015 рік – також без частини зони проведення антитерористичної операції.

\* Складено автором та розраховано на основі [66; 289-295].

З таблиці видно, що темпи зростання/зниження номінальної та реальної заробітної плати відрізняються один від одного. Якщо показник номінальної заробітної плати не був меншим за 100% до попереднього року, то показник реальної заробітної плати у 2014-2015 рр. знижувався. На рис. 3.5 наочно наведемо зміни номінальної та реальної заробітної плати протягом 2010-2016 рр.



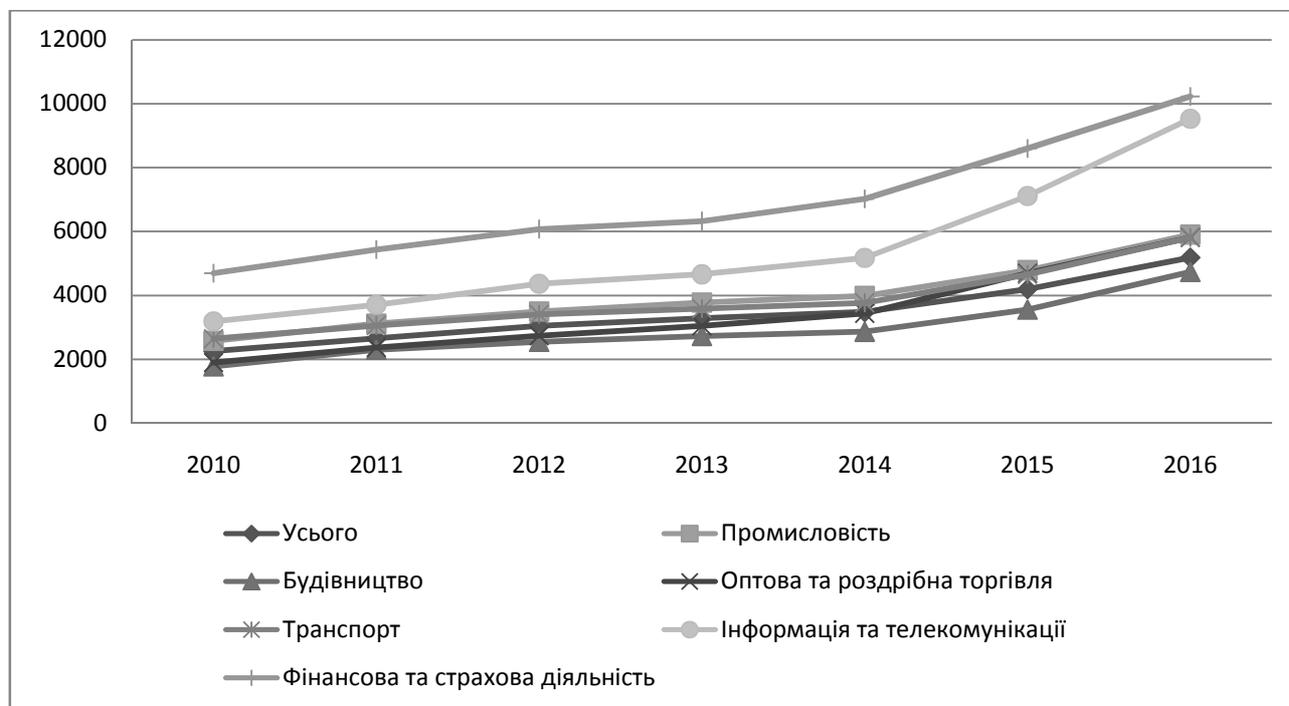
**Рисунок 3.5. – Темп змін розміру номінальної та реальної заробітної плати**

З рисунка видно, що номінальна заробітна плата щороку з 2010 р. перевищувала минулорічний показник. Зростання в середньому було на 115%. Темпи зростання уповільнились у 2013-2014 рр. (107,9% та 106 % відповідно). З 2014 р. темпи реальної плати знизились у порівнянні з 2013 р. (показник дорівнював 93,5%), а у 2015 р. впав до 79,8%. Тобто, при номінальному зростанні до 120,5% до минулого року, реальна заробітна плата знизилась. І цей розрив досить великий. Аналіз даних відображає, що приріст номінальної заробітної плати щороку більше реального, лише у 2015 р. зростання реальної зарплати трохи перевищило номінальну. У всі інші роки тенденція залишалась тією самою.

Показник заробітної плати є важливим для соціально-економічного розвитку країни, адже створює підґрунтя для гідного рівня життя населення. Рівень середньомісячної заробітної плати характеризує не добробут кожного громадянина, а є усередненим показником по країні.

Так, можна дійти висновку, що по країні рівень середньомісячної заробітної плати щороку зростає і за аналізований період виріс більш ніж удвічі (з 2250 грн. у 2010 р. до 5183 грн. у 2016). Розмір плати за видами економічної діяльності характеризується наступними тенденціями: в сільському господарстві розмір середньомісячної заробітної плати нижчий ніж середній по Україні приблизно на 1000 грн., хоча також щороку зростає. Розмір середньої заробітної плати в промисловості перевищує рівень по країні взагалі, але не набагато. Ситуація в галузі будівництва приблизна така сама, як і в сільському господарстві. А показник заробітної плати в оптовій та роздрібній торгівлі на початку періоду був нижчий за середній по Україні, а починаючи з 2015 р. перевищив даний показник. В транспортній сфері середня заробітна плата також відрізняється

зростанням та й перебільшує показник по Україні, хоча значний зріст почався з 2015 р. На рис. 3.6 наведено зміни середньомісячної заробітної плати за деякими галузями.



**Рисунок 3.6. – Розмір середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності у 2010-2016 рр., грн.**

На рисунку видно, що розмір середньої заробітної за видами діяльності «фінансова та страхова діяльність» та «інформація та телекомунікації» значно більший за показники середнього України. Заробітна плата в фінансовій та страховій діяльності більше ніж удвічі перевищує середній показник по Україні.

Державне управління й оборона також перевищують показник по Україні. А ось сфера охорони здоров'я та освіта нижче показника по Україні, причому показники відрізняються більш ніж на 1000 грн., що є достатньо показовим для економіки України, тому що саме в закладах освіти формуються засади подальшого розвитку країни, а закладах здоров'я закладаються основи для здорового ро-

звітку народу. У нашій країні стан оплати праці працівників освіти та медицини знаходиться на вкрай низькій позиції.

Отже, у державі існує достатнє розшарування середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності. Зрозуміло, що фінансовий сектор та інформаційний на даний час є найбільш прибутковим, але існує великий розрив у доходах працівників із інших видів економічної діяльності. Необхідним є приділення уваги з боку держави підвищенню рівня заробітної плати освітянам та представникам сфери здоров'я.

У табл. 3.7 узагальнено заборгованість із заробітної плати в цілому по Україні та регіонах зокрема

З таблиці видно, що заборгованість із виплати заробітної плати змінювалась нерівномірно: спостерігалось зростання з 2005 до 2010 року, з подальшим зменшенням та стрімким зростанням у 2014 р., що можна пояснити політичним загостренням в країні в цей час. Зараз знову є тенденція до зменшення заборгованості, але й не усі території країни можуть бути статистично представлені.

Якщо проводити аналіз по областях, то в останні роки найбільшу заборгованість по заробітній платі мають Луганська (506,8 млн. грн. – 2015 р., 412,2 млн. грн. – 2016 р.) та Донецька (360,6 млн. грн. – 2015 р., 263,3 млн. грн. – 2016 р.) області. Але дані по цих областях не можна вважати кінцевими через складність оцінки та представлення об'єктивної ситуації в них.

Серед інших областей лідером серед боржників є Харківська область (230 млн. грн. у 2016 р.), Дніпропетровська (142,5 млн. грн. у 2016 р.) та Київська (121,4 млн. грн. у 2016 р.) області. Тобто, найбільша заборгованість в областях-лідерах з промисловості та економічної активності.

**Таблиця 3.7 - Заборгованість із виплати заробітної плати  
(станом на початок року, млн. грн.)**

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Україна</b>	1111.2	1473.3	1218.1	977.4	893.7	808.2	...	...	...
<b>Україна (без урахування АРК і м. Севастополя)</b>	...	1390.8	1139.0	915.2	830.1	753.0	2436,8/ 1320,1 <sub>1</sub>	1880,8 <sub>1</sub>	1791,0 <sub>1</sub>
АР Крим	43.0	74.5	70.8	54.4	58.2	49.6	...	...	...
<b>області</b>									
Вінницька	47.1	27.2	18.5	15.7	14.0	9.7	13.4	10.1	11.7
Волинська	9.9	17.8	13.7	6.4	5.2	3.9	12.2	16.0	4.4
Дніпропетровська	82.0	86.6	23.2	14.8	10.4	7.0	104.1	120.2	142.5
Донецька	282.6	266.2	233.5	200.3	172.9	115.4	1178,6/ 363,7 <sub>1</sub>	360,6 <sub>1</sub>	263.3
Житомирська	39.3	50.8	25.3	11.5	13.9	7.8	12.8	8.9	5.5
Закарпатська	2.1	13.1	13.0	13.5	10.6	8.3	4.1	6.0	3.0
Запорізька	35.7	58.2	52.2	48.7	51.8	41.0	59.5	58.3	68.2
Івано-Франківська	12.4	9.2	8.0	8.1	8.9	8.3	9.7	4.2	5.5
Київська	37.2	35.6	24.4	10.6	1.4	147.8	126.6	122.8	121.4
Кіровоградська	24.1	52.3	59.8	47.9	39.7	32.5	31.1	32.3	29.9
Луганська	114.3	132.4	110.1	92.9	69.2	44.2	364,6/ 62,7 <sup>1</sup>	506,8 <sub>1</sub>	412.3 <sub>1</sub>
Львівська	41.4	83.2	64.1	56.6	58.3	47.7	77.1	92.8	93.8
Миколаївська	23.5	37.8	56.7	53.1	37.3	45.7	41.5	53.4	84.9
Одеська	21.2	43.4	26.7	20.0	16.1	13.4	22.9	52.9	47.9
Полтавська	26.6	34.9	26.3	20.0	15.4	14.9	25.4	31.4	27.2
Рівненська	8.8	15.9	8.3	2.5	1.4	0.9	9.2	12.8	5.4
Сумська	31.7	50.1	45.0	51.2	58.9	37.5	71.9	84.9	102.6
Тернопільська	26.9	13.4	8.3	7.8	7.0	6.8	5.4	4.4	6.0
Харківська	36.4	119.5	127.9	90.1	88.7	74.3	115.3	162.3	230.9
Херсонська	42.0	22.3	17.2	22.3	17.4	10.9	15.3	14.8	9.6
Хмельницька	63.3	23.0	18.7	17.2	14.8	9.9	8.5	5.7	1.9
Черкаська	25.9	26.9	19.2	11.3	16.1	11.6	22.2	24.1	21.0
Чернівецька	5.8	5.7	3.1	0.2	0.1	0.1	3.0	1.1	1.9
Чернігівська	14.5	24.9	21.4	20.0	19.9	16.5	18.2	19.0	13.7
м. Київ	8.9	140.4	114.4	72.5	80.7	36.9	84.2	75.0	76.5
м. Севастополь	4.6	8.0	8.3	7.8	5.4	5.6	...	...	...

<sup>1</sup> Без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

Якщо аналізувати заборгованість протягом представленого періоду, то бачимо, що серед лідерів завжди була Донецька область, показники якої у певні періоди перевищували майже вдвічі показники наступних за заборгованістю областей. Так, у 2010 р. показник Донецької області дорівнював 266,2 млн. грн., на другому місці був Київ – 140,4 млн. грн. та Луганська області - 132,4 млн. грн. У 2011 р. ситуація трохи змінилась серед областей-лідерів за показником заборгованості із заробітної плати: у Донецькій області цей показник склав 233,5 млн. грн., у Харківській – 127,9 млн. грн. та в м. Київ – 114,4 млн. грн. Хоча у 2013 р. максимальний показник із заборгованості мали Київська(147,8 млн. грн.) та в Донецькаобласті. Сукупно це складало 115,4 млн. грн.

Найменша заборгованість у 2016 р. спостерігалась у Хмельницькій та Чернівецькій областях (1,9 млн. грн. в обох), Закарпатській (3,0 млн. грн.) та Волинській – 4,4 млн. грн. Також невеликими показниками відрізняються Рівненська (5,4 млн. грн.), Житомирська (5,5 млн. грн.) та Тернопільська (6,0 млн. грн.) області. По цих областях подібна тенденція зберігалась протягом усього аналізованого періоду. Але, наприклад, у Чернівецькій області заборгованість протягом 2012-2014 рр. мала найменші показники (0,3 млн. грн. – 2012 р, 0,1 млн. грн. – 2013 р. та 0,1 млн. грн. – 2014 р.), після чого рівень заборгованості стрімко виріс до 3,0 млн. грн., але все одно це був найнижчим по Україні.

В цілому ситуація по країні відрізняється зберіганням тенденцій щодо областей-лідерів по заборгованості (переважання промислових областей) та областей з найнижчими показниками із заборгованості. Але останні області й відрізняються тим, що більша частина робочої сили є трудовими мігрантами, які працюють за кордоном.

Питання із заборгованості виплати заробітної плати має бути розв'язано та державі необхідно приймати заходи із цього, тому що збереження подібної ситуації ще більше загострить соціальну напругу в суспільстві. Необхідною є розробка заходів з реструктуризації боргу та надання певних стимулів для керівників підприємств щодо виплати заборгованості.

Також важливою характеристикою соціально-економічної відповідальності держави є фінансування наукових досліджень. Вона показує, наскільки держава зацікавлена в розробках інновацій та розвитку науки в Україні. Статистичні дані щодо цього представлені в табл. 3.8.

**Таблиця 3.8. – Джерела фінансування внутрішніх витрат на виконання наукових досліджень і розробок, (тис. грн.)**

	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Усього</b>	<b>8107057,4</b>	<b>11001889,5</b>	<b>11530697,5</b>
кошти бюджету	3647370,1	3992167,8	3910777,9
з них державного бюджету	3603254,2	3915356,4	3700856,5
власні кошти	795642,7	2783319,2	1146032,5
кошти організацій державного сектора	264879,5	281614,6	361549,5
кошти організацій підприємницького сектора	1237675,6	1713368,4	3369509,9
кошти організацій сектора вищої освіти	4755,2	3702,8	7374,7
кошти приватних некомерційних організацій	9729,4	141,7	2797,4
кошти іноземних джерел	2092306,8	2077566,1	2550345,8
кошти інших джерел	54698,1	150008,9	182309,8

\* Складено автором та розраховано на основі [209-210; 294-295]

Серед представлених даних слід виокремити надходження з боку держави. Це – кошти бюджету та організацій державного сек-

тору, також можна віднести кошти організацій сектора вищої освіти (хоча серед них можуть бути кошти приватних закладів освіти).

Так, бачимо тенденцію до збільшення фінансування державою наукових досліджень на 263407,8 тис. грн. у порівнянні з 2010 р. Але у 2015 р. сума витрат бюджету була більшою, ніж у 2016 р. на 81389,5 тис. грн. В цілому різниця не велика, але й у масштабах держави це є не великим внеском у розвиток наукових досліджень. Адже саме розвиток наукових розробок дозволяє підвищувати рівень конкурентоспроможності країни, кваліфікації працівників.

Сума коштів організацій державного сектора також має тенденцію до збільшення, причому кількість коштів у 2016 р. була більшою, ніж у 2015 р. (361549,5 тис. грн. та 281614,6 тис. грн. відповідно).

Сектор вищої освіти спрямовує бюджетні кошти на проведення наукових досліджень й у 2016 р. розмір фінансування склав 7374,7 тис. грн. проти 3702,8 тис. грн. у 2015 р. та 4755,2 тис. грн. у 2010 р.

У табл. 3.9 наведено дані щодо фінансування інноваційної діяльності за джерелами. З таблиці видно, що кількість фінансування інноваційної діяльності йде переважно з власних коштів організацій, аніж фінансується державою. Так, із державного бюджету профінансовано 55141,2 тис. грн. у 2015 р. та 178965,0 тис. грн. у 2016 р. Саме фінансування зросло більш ніж утричі за рік, але частка фінансування державним бюджетом все одно залишається невеликою (0,8% до загального обсягу).

Фінансування наукових досліджень місцевими бюджетами так само складає невелику частку в загальному обсязі (0,3% – 2015 р. та 0,4% – 2016 р.). Хоча у грошовому еквіваленті відмітне значне зростання з 38361,9 тис. грн. у 2015 р. та 99159,4 тис. грн. у 2016 р.

**Таблиця 3.9. – Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності за джерелами**

	2015		2016	
	тис. грн	у відсотках до загально-го обсягу	тис. грн.	у відсотках до загально-го обсягу
<b>Усього</b>	<b>13813674,4</b>	<b>100,0</b>	<b>23229458,1</b>	<b>100,0</b>
у тому числі за рахунок коштів				
власних	13427034,7	97,2	22035970,7	94,9
державного бюджету	55141,2	0,4	178965,0	0,8
місцевих бюджетів	38361,9	0,3	99159,4	0,4
позабюджетних фондів	1403,0	0,0	...	...
вітчизняних інвесторів	74277,6	0,6	134385,5	0,6
іноземних інвесторів	58633,0	0,4	23397,8	0,1
кредитів	113742,0	0,8	626018,5	2,7
інших джерел	45081,0	0,3	131561,2	0,5

\* Складено автором та розраховано на основі [209-210].

Стимулювання та розвиток інноваційної та наукової діяльності є важливим для будь-якої країни, тому що саме вони стають тими засобами, завдяки яким може розвиватись підприємництво, зростати конкурентоспроможність, підвищуватись ефективність та якість виробництва, і, як наслідок, збільшуватись добробут населення. Тому роль держави в розвитку цих видів діяльності повинна бути більшою, ніж це є зараз. Зрозуміло, що сама держава не може фінансувати в повному обсязі інноваційну діяльність, адже в цьому зацікавлені й самі підприємці, тому відсоток їх найбільший, ніж у науковій діяльності, але, з урахуванням того, що на цей час в розвитку професійної освіти робиться акцент на якості викладання та підвищенні кваліфікації педагогів, необхідним є збільшення сектора наукових розробок та досліджень, що надасть підстави для про-

фесійного зростання наукових кадрів та зробить нашу науку конкурентоспроможною.

У табл. 3.10 наведемо порівняльний аналіз фінансування витрат на наукові дослідження та розробки за різними секторами України та європейських країн. Досвід цих держав стає корисним для нашої країни через євроінтеграційний курс, який взяла наша держава та результативність економічних показників їхнього розвитку. Країни ЄС відрізняються високою якістю продукції, рівнем життя населення та освіти, розвитку сфери здоров'я та основних галузей економіки.

**Таблиця 3.10. – Частка фінансування витрат на виконання наукових досліджень і розробок за рахунок коштів організацій (за даними Євростату) (у відсотках до загального обсягу витрат)**

Країна	Підприємницький сектор				Державний сектор				Сектор вищої освіти				Приватний неприбутковий сектор				Кошти іноземних джерел			
	2010	2014	2015	2016	2010	2014	2015	2016	2010	2014	2015	2016	2010	2014	2015	2016	2010	2014	2015	2016
ЄС 28	53,8	55,3	...	...	34,8	32,3	...	...	0,9	0,8	...	...	1,6	1,6	...	...	8,9	10,0	...	...
Болгарія	16,7	22,3	...	...	43,2	26,4	...	...	0,5	0,0	...	...	0,1	0,4	...	...	39,6	50,9	...	...
Естонія	43,6	37,1	41,0	...	44,1	49,5	46,4	...	0,6	0,9	0,2	...	0,2	0,1	0,2	...	11,4	12,5	12,2	...
Іспанія	43,0	46,4	...	...	46,6	41,4	...	...	3,9	4,1	...	...	0,7	0,7	...	...	5,7	7,4	...	...
Латвія	38,8	27,8	20,1	...	26,4	25,6	32,7	...	1,4	2,3	2,2	...	...	...	...	...	33,4	44,2	45,0	...
Литва	32,4	32,7	28,0	...	46,0	33,1	35,6	...	1,5	0,2	1,5	...	0,2	0,2	0,3	...	19,9	33,8	34,6	...
Німеччина	65,6	65,8	...	...	30,3	28,8	...	...	...	...	...	...	0,2	0,3	...	...	3,9	5,0	...	...
Польща	24,4	39,0	39,0	...	60,9	45,2	41,8	...	2,5	2,2	2,2	...	0,3	0,2	0,2	...	11,8	13,4	16,7	...
Румунія	32,3	32,9	37,3	...	54,4	48,5	41,7	...	2,2	1,4	1,7	...	0,0	0,1	0,1	...	11,1	17,0	19,2	...
Словаччина	35,1	32,2	25,1	...	49,6	41,4	31,9	...	0,4	2,2	3,3	...	0,3	0,5	0,3	...	14,7	23,7	39,4	...
Словенія	58,4	68,4	69,2	...	35,3	21,8	19,9	...	0,3	0,5	0,3	...	0,1	0,0	0,0	...	6,0	9,3	10,6	...
Угорщина	47,4	48,3	49,7	...	39,3	33,5	34,6	...	...	...	...	...	0,9	0,7	0,7	...	12,4	17,5	15,0	...
Чеська Республіка	40,8	35,9	34,5	...	44,4	32,9	32,2	...	0,9	0,6	0,7	...	0,0	0,1	0,1	...	13,9	30,5	32,5	...
<b>Україна</b>	<b>23,8</b>	<b>32,9</b>	<b>39,6</b>	<b>36,9</b>	<b>49,5</b>	<b>45,8</b>	<b>40,1</b>	<b>39,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>25,8</b>	<b>20,4</b>	<b>18,9</b>	<b>22,1</b>

\* Складено автором та розраховано на основі [289-295].

З таблиці видно, що найбільший відсоток фінансування наукових розробок в ЄС за підприємницьким сектором (53,8% – 2010 р. та 55,3% – 2014 р.), що набагато перевищує показник України за цей самий період (23,8% – 2010 р. та 32,9% – 2014 р.). Далі в Україні відмічається зростання частки цього сектора, але вона все одно не досягає рівня ЄС-28. Фінансування наукових розробок державним сектором в ЄС-28 поступається підприємницькому, але все одно складає вагомому частку 32,3% у 2014 р. Якщо дивитись по країнах, то видно, що розбіжності достатньо великі. Так, у Польщі державний сектор є основним фінансистом наукових досліджень, хоча в останні роки ця тенденція йде на спад й частки секторів – державного та підприємницького майже зрівнялись.

У 2015 р. лише декілька країн ЄС, а саме Естонія (46,4%), Польща (41,8%) та Румунія (41,7%) перевищили Україну у фінансуванні наукових розробок державним сектором.

Із сфери вищої освіти фінансування здійснюється серед представлених країн в найбільшій мірі Словаччиною (3,3% у 2015 р.), Польщею та Латвією (обидві країни по 2,2%). Частка фінансування вищою освітою в Україні набагато менша й складає 0,1% у 2015 р. та 0,2% у 2016 р., що в цілому можна порівняти із Словенією, Болгарією та Естонією в частині фінансування вищою освітою.

В цілому можна зробити висновок, що рівень фінансування державним сектором наукових розробок в Україні не занадто перевищує інші країни ЄС. Хоча існують країни, в яких частка цього сектора зараз стрімко зменшується й перевага надається саме підприємницьким структурам (Словенія, Польща). Тобто, в країнах ЄС склалась тенденція до фінансування саме підприємницьким сектором наукових досліджень та розробок, що стає притаманним й Україні. Тому, можна говорити, що за цим показником рівень соціально-економічної відповідальності нашої держави є достатнім з

урахуванням досвіду розвинених держав Європи. Як напрямок подальшого стимулювання СЕВП можна запропонувати використання важелів збільшення фінансування підприємствами наукових досліджень та розробок.

Наступним показником, який буде досліджено у цій роботі, стануть субсидії, які надаються громадянам України й виступають категорією соціальної допомоги в системі соціального захисту населення. Надання субсидій населенню характеризує соціально-економічну відповідальність держави, оскільки економічними зусиллями відбувається соціальний захист нужденних верств населення. Відрахування на соціальну сферу є однією з основних кількісних характеристик, за якими можна оцінити соціально-економічну відповідальність на рівні держави.

Наведемо у табл. 3.11 розмір наданих населенню субсидій протягом 2010-2016 рр.

**Таблиця 3.11 – Надання населенню субсидій, 2010-2016 рр.**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
На відшкодування витрат для:							
Оплати житлово-комунальних послуг							
- кількість домогосподарств, яким призначено субсидії, тис.	1766,8	2016,7	1845,3	1734,9	1510,1	5392,9	7677,2
- загальна сума призначених субсидій, тис. грн.	237442,1	317980,7	292416,7	272459,1	348813,1	2345955,0	5704654,7
Придбання скрапленого газу, твердого та рідкого палива							
- кількість домогосподарств, яким призначено субсидії, тис.	327,8	296,0	295,8	281,6	242,3	617,4	839,5
- загальна сума призначених субсидій, тис. грн.	137401,3	163500,7	244647,0	214643,9	203698,2	862192,7	1579545,3

Субсидії, які представлені у табл. 3.11, спрямовані на оплату житлово-комунальних послуг та придбання скрапленого газу, твердого та рідкого палива. Це дві основні групи, на які видаються державою субсидії. З таблиці видно, що зміни в наданні субсидій на обидві групи – нерівномірні. Відмічається як підвищення у 2010-2011 рр., так і наступний за ним спад – 2012-2014 рр., після якого знову відбувається стрімке зростання, що пояснюється збільшенням вартості як житлово-комунальних послуг, так і скрапленого газу, рідкого та твердого палива – з одного боку, а також спрощенням процедури отримання субсидій з іншого.

Так, обсяг домогосподарств, що отримали субсидію на оплату житлово-комунальних послуг у 2016 р. зріс у 4,3 раза у порівнянні з 2010 р. У грошовому виразі це число склало 24 рази, що пояснюється інфляційними процесами в суспільстві, а також вартістю житлово-комунальних послуг. Те саме стосується й субсидій на придбання газу та палива – кількість домогосподарств зросла у 2,5 раза, а в грошовому виразі – 11,5 разів.

Як видно з таблиці, кількість домогосподарств, що отримують субсидії на оплату житлово-комунальних послуг, значно перевищує кількість тих, що отримують субсидію на оплату палива. В грошовому еквіваленті розмір наданих державою субсидій на оплату житлово-комунальних послуг перевищує більше ніж утричі субсидії на оплату скрапленого газу та палива.

Тенденції з отримання населенням субсидій залишаються й досі. Таким чином, вирішується проблема заборгованості з оплати житлово-комунальних послуг та придбання газу та палива, а також зменшується соціальна напруга в суспільстві.

Наступною характеристикою соціально-економічної відповідальності держави можна вважати обсяг наданих місць на навчан-

ня за кошти державного бюджету. Передбачається, що таким чином держава підвищує освітньо-професійний розвиток в суспільстві. У табл. 3.12 наведено обсяг прийому до вищих навчальних закладів за джерелами фінансування у 2010-2016 рр.

**Таблиця 3.12. – Прийом до вищих навчальних закладів і підготовка фахівців за джерелами фінансування, 2010-2016 рр.**

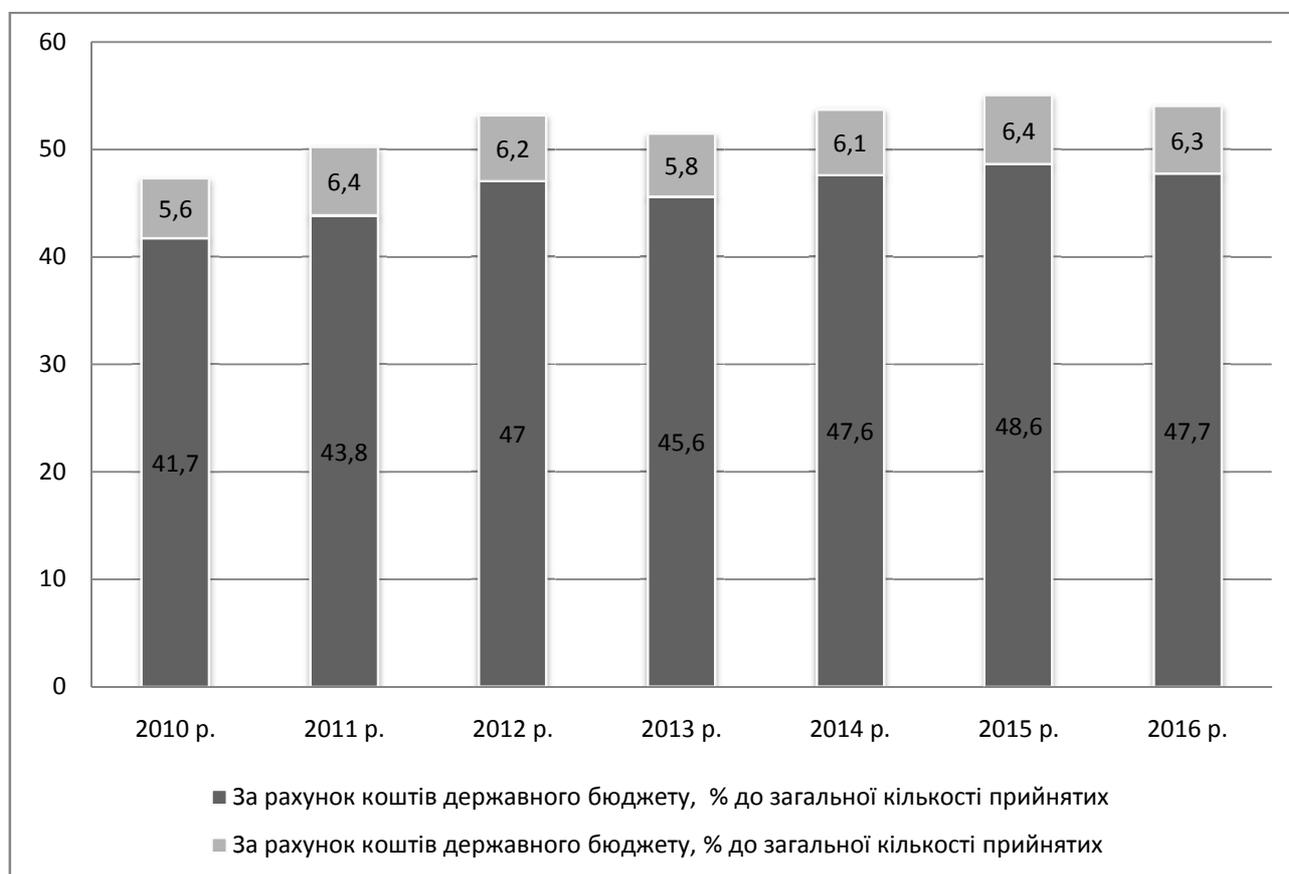
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Усього</b>							
За рахунок коштів державного бюджету: - Усього, осіб	217095	183748	207465	201508	171882	156872	149710
- % до загальної кількості прийнятих	41,7	43,8	47,0	45,6	47,6	48,6	47,7
За рахунок коштів місцевих бюджетів: - Усього, осіб	29327	26739	27209	25810	21857	29532	19753
- % до загальної кількості прийнятих	5,6	6,4	6,2	5,8	6,1	6,4	6,3

\* Складено автором та розраховано на основі [289-295].

У таблиці представлено обсяг прийому до ВНЗ за фінансуванням із державного та місцевого бюджетів, а також їх частка у загальному обсязі прийому. На рис. 3.6 для більшої наочності представлено частку фінансування державним та місцевим бюджетами навчання у ВНЗ.

З таблиці видно, що кількість осіб, яка вступила до ВНЗ за рахунок коштів державного бюджету протягом 2010-2016 рр., змінювалась нерівномірно, з достатньо великим зниженням в останні три роки: 1) на 29626 особи у 2014 році в порівнянні з попереднім роком, 2) на 15010 осіб у 2015 р. у порівнянні з попереднім роком та 3) на 10162 особи у 2016 р. у порівнянні з попереднім роком. Але у відсотковому еквіваленті частка державного фінансування майже не змінюється, розбіг даних не великий. Те саме стосується й фі-

нансування за рахунок місцевого бюджету – кількість осіб, прийнятих за рахунок коштів місцевого бюджету, змінюється з різним коливанням, але відсоток до загальної кількості прийнятих відрізняється відносною стабільністю.



**Рисунок 3.6. – Частка коштів державного та місцевих бюджетів у загальній кількості осіб, прийнятих до ВНЗ**

Таким чином, узагальнюючи вищенаведене, можемо зробити висновок, що результативність соціально-економічної відповідальності на рівні держави може бути оцінена кількісними та якісними показниками. Це ті дії, які виконує держава перед суспільством, які не можуть бути покладені на підприємства через масштаб державного інституту та його основну функцію – створення держави загального добробуту. Підприємства не можуть охопити усе суспільство та виконувати за державу її функції. До кількісних показників

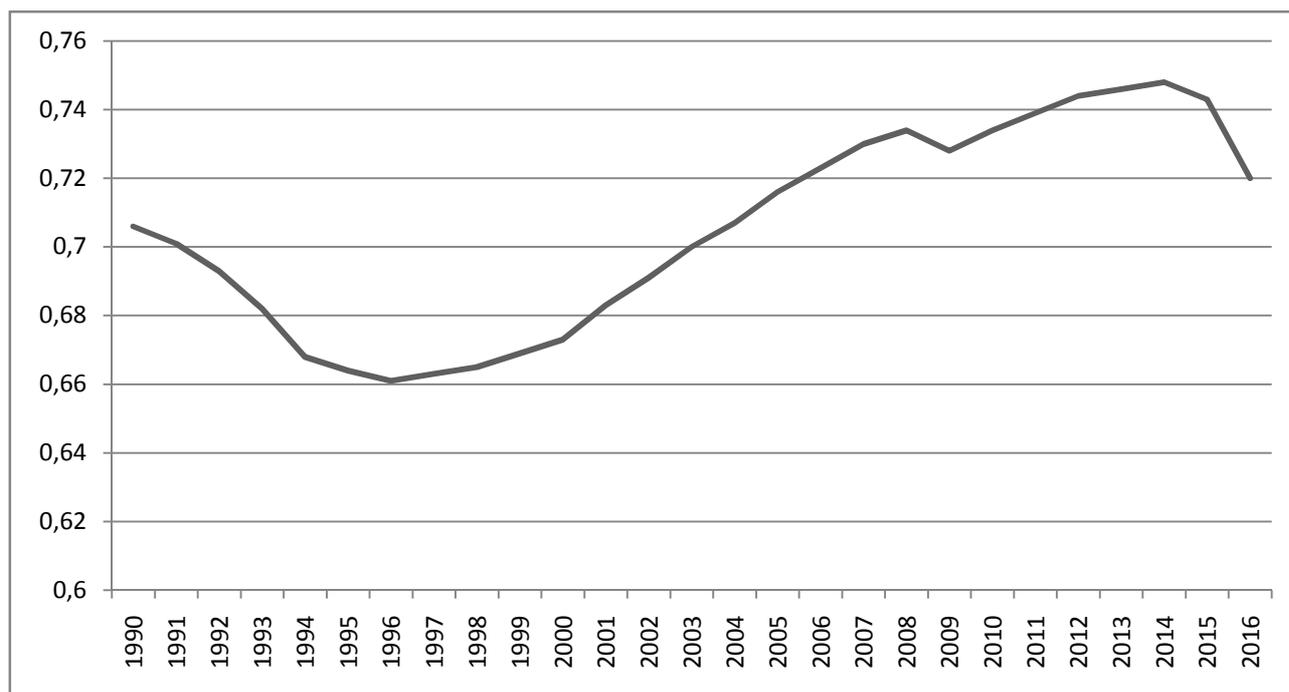
віднесено ті, які можуть бути виражені у числовому вигляді, а саме: розмір видатків Зведеного бюджету України на соціальну сферу, середньомісячний розмір пенсії за різними категоріями, темпи змін номінальної та реальної заробітної плати, середньомісячний рівень заробітної плати, заборгованість із заробітної плати перед населенням, рівень зайнятості та безробіття населення, кількість працевлаштованих осіб, фінансування державою наукових досліджень та розробок, інноваційної діяльності, надання населенню субсидій, а також частка коштів державного та місцевих бюджетів в загальній кількості осіб прийнятих до ВНЗ.

До якісних віднесені ті, які характеризують якість життя в країні, що не може бути виражена в числовому вигляді. Це задоволеність населення рівнем та якістю життя в країні, рівень та якість життя, які вимірюються Індексом людського розвитку, що складається із багатьох складових, які враховують як соціальну, так і економічну сферу. Аналізуючи його зміст, можна сказати, що Індекс людського розвитку (ІЛР) є результатом соціально-економічної відповідальності держави. Індекс людського розвитку – інтегральний рейтинговий показник, що характеризує ступінь задоволення потреб людини та рівень забезпечення її прав [116], тобто в цьому й проявляється зв'язок Індeksu соціально-економічної відповідальності підприємництва із ІЛР. Вважається, що рівень СЕВП впливає на рівень ІЛР, так як прямим чином впливає на задоволення потреб людей. Сам ІЛР включає в себе показники ВВП на душу населення, який розрахований в дол. США в перерахунку на ціни всередині країни, загальний рівень грамотності населення та очікувана кількість років, яка витрачається на освіту, очікувана тривалість життя.

Взагалі, вважається, що ІЛР є сумарним виміром досягнень в трьох напрямках людського розвитку: тривалість життя, доступ до знань та доцільний рівень життя.

У методиці ПРООН розглядається три індикатори добробуту: очікувана тривалість життя при народженні, освітні досягнення та реальний ВВП на особу [34]. Тобто, показники, які входять до складу ІЛР, і формують добробут населення.

Для більш обґрунтованого аналізу наведемо тенденції зміни ІЛР в Україні на рис. 3.7.



**Рисунок 3.7. Динаміка Індексу людського розвитку України, 1990-2016 рр.**

З рисунку видно, що ІЛР України розвивається нерівномірно: відрізняється спадом та подальшим зростанням, після якого знову йде зниження [67]. Видається можливим виділення 5 фаз динаміки ІЛР в Україні.

І фаза – *зниження* – 1991-1996 рр. – пов’язана із отриманням Україною незалежності та погіршенням економічної ситуації в країні. Для вирішення проблем Україні знадобилось 5 років, щоб провести грошову реформу та покращити ситуацію в країні.

II фаза – *стабільне зростання* – 1996-2008 рр. – характеризується покращенням економічної та соціальної ситуації в країні, проведенням державою заходів щодо підвищення добробуту країни. Але закінчується ця стадія світовою економічною кризою та зниженням ІЛР у 2009 р.

III фаза – *нетривалий спад* – 2009 р. – світова економічна криза, що привела до зниження світової економіки в цілому та мала наслідки й для України, але вчасно були прийняті заходи, що дозволило в розвитку ІЛР говорити про наступну фазу.

IV фаза – *поступове зростання* – 2009 – 2014 рр. – почалась з 2009 р. після закінчення світової економічної кризи та відрізнялась поступовим нарощуванням економічного потенціалу країни, а також підвищенням ІЛР.

V фаза – *стрімке зниження* – 2014-2016 рр. – ІЛР України характеризується стрімким зниженням, що пов'язано із загостренням політичної, економічної, соціальної та військової ситуації в країні. З урахуванням того, що ІЛР залежить як від економічних, так і соціальних показників, то й ця ситуація одразу відбивається на стані показника ІЛР. У загальному рейтингу Україна знаходиться серед країн з високим рівнем людського розвитку, посідаючи 84 місце у 2015 р. та на 81 у 2014 р., що відображає тенденцію до зниження. У 2015 р. Україна поділила 84 місце із Вірменією. Показник ІЛР за цей рік нижче середнього по цій групі (0,746) та нижче середнього показника по Європі та Центральній Азії (0,756). Що характеризує з негативної точки зору розвиток цього індексу. Хоча й відмічається зростання показника ІЛР, зокрема по всіх його індикаторах: очікувана тривалість життя при народженні, середня тривалість навчання, очікувана тривалість навчання, ВВП на душу населення.

Але з урахуванням загальних світових тенденцій цього бракує для підвищення рейтингу України та якості життя в ній [365].

Виділяють також ІЛР, скоректований з урахуванням нерівності, що означає дисконтування ІЛР на нерівність в країні. Це пояснюється тим, що сам ІЛР також усереднений. Так, за цим показником Україна отримала показник 0,690, втративши 7,2% від показника ІЛР.

У цій групі показників також виділяють Індекс гендерного розвитку, який характеризує гендерні нерівності у досягненні трьох вимірів ІЛР. В Україні в 2015 р. він дорівнював 1,000, тобто однакова рівність між чоловіками та жінками у досягненні вимірів ІЛР. ІЛР для них дорівнював 0,6721 для кожної групи, що позитивно характеризує суспільство.

Індекс гендерної нерівності вимірює нерівність досягнень між чоловіками та жінками у трьох вимірах: репродуктивне здоров'я, розширення прав та можливостей та економічна активність. Це відбувається шляхом оцінки показників материнської смертності та народжуваності серед підлітків, кількість депутатських місць в парламенті, кількість населення, яке має середню освіту за статтю, а також зайнятість серед жінок та чоловіків на ринку праці. За цим індексом Україна посіла 55 місце у рейтингу серед 159 країн, що оцінювались.

Також вимірюють Індекс багатомірної бідності, що запроваджений у 2010 р., який визначає депривацію у трьох вимірах: освіта, здоров'я та якість життя. За даними для оцінки цього індексу 0,4% населення (161 тис. осіб) є бідними за цими трьома напрямками та 0,0% (11 тис. осіб) живуть за межею бідності. Та сам Індекс у 2012 р. склав – 0,001. Але для розрахунку показника Украї-

ни були відсутні дані по харчуванню. Слід зауважити, що цей Індекс для України є достатньо низьким серед представлених [110].

Отже, аналіз даних дає підстави для висновку про неоднозначний рівень соціально-економічної відповідальності держави перед суспільством. Відбувається зростання багатьох соціально-економічних показників в останні роки, що підвищують рівень життя населення (середньомісячний розмір заробітної плати, кількість наданих субсидій) та зниження тих, що загострюють соціальну напругу в суспільстві (кількість безробітних, заборгованість із виплати заробітної плати), але з урахуванням загальної тенденції в суспільстві реальне покращення соціальної ситуації в країні не спостерігається, що пояснюється загостренням політичної ситуації, інфляційними процесами, знеціненням національної валюти тощо. Покращення показника безробіття пояснюється не збільшенням робочих місць в країні, а відтоком робочої сили на роботу до інших держав.

Тому, завдання держави полягає в розвитку суспільства поєднанням зусиль як власних, так і підприємництва.

Далі через побудову кореляційної моделі слід дослідити вплив основних показників соціально-економічної відповідальності держави та підприємництва на ІЛР.

Індекс розвитку людського потенціалу розглядається в залежності від індексу освіти, рівня виснаження природних ресурсів (Natural resource depletion (% of GNI)), індексу очікуваної тривалості життя (Life expectancy Index), індексу доходів (Income Index), середнього віку (Medianage (years)). Вихідні дані представлені в табл. 3.13.

**Таблиця 3.13. – Вихідні дані для розрахунку впливу  
індексів на ІЛР**

	Індекс освіти	Рівень виснаження природних ресурсів (% of GNI)	Індекс очікуваної тривалості життя	Індекс доходів	Середній вік (роки)	Індекс Людського розвитку
2010	0,793	5,90	0,759	0,657	39,7	0,734
2011	0,794	5,80	0,767	0,664	40,3	0,739
2012	0,799	4,10	0,774	0,665	40,4	0,744
2013	0,800	3,90	0,780	0,666	40,4	0,746
2014	0,803	3,20	0,785	0,665	40,5	0,748
2015	0,803	3,01	0,787	0,649	40,7	0,749
2016	0,804	2,98	0,789	0,643	40,8	0,749

Для виявлення найбільш значущих незалежних змінних і можливої залежності між факторами були розраховані значення коефіцієнтів кореляції Пірсона (табл. 3.14). Для розрахунку використовувався MS Excel.

**Таблиця 3.14. – Матриця парних коефіцієнтів кореляції Пірсона**

	Індекс освіти	Рівень виснаження природних ресурсів (% of GNI)	Індекс очікуваної тривалості життя	Індекс доходів	Середній вік (роки)	Індекс людського розвитку
Індекс освіти	1					
Рівень виснаження природних ресурсів (% of GNI)	-0,99347	1				
Індекс очікуваної тривалості життя	0,936259	-0,8993559	1			
Індекс доходів	-0,55055	0,50251018	-0,68055	1		
Середній вік (роки)	0,896948	-0,8739246	0,904794	-0,54438	1	
Індекс людського розвитку	0,97578	-0,9601619	0,967532	-0,53567	0,948324	1

Охарактеризувати силу кореляційного зв'язку можна, скориставшись шкалою Челдока, в якій певному значенню відповідає якісна характеристика. З табл. 3.14 видно, що всі незалежні змінні мають достатній зв'язок між собою. У випадку показників Індекс освіти, Індекс очікуваної тривалості життя, Середній вік спостерігається позитивна кореляція, яка перевищує значення 0,9, що говорить про дуже високу силу кореляції. При цьому найбільший вплив на  $y$ , тобто на витрати на ІЛР, має індекс освіти. Якщо звернути увагу на індекс доходів та рівень виснаження природних ресурсів, то спостерігається негативне значення кореляційного коефіцієнта, що свідчить про те, що дані показники мають зворотний зв'язок з ІЛР, а отже при їх зменшенні ІЛР буде збільшуватися.

При оцінюванні індексу доходів факторами будуть виступати *рівень бюджетних витрат на 1 особу* (відношення видатків із Зведеного бюджету до чисельного населення (чисельність населення ураховувалася на кінець звітного року), *індекс реальної заробітної плати, загальна заборгованість заробітної плати, частка зайнятості на великих підприємствах* (табл. 3.15).

**Таблиця 3.15 – Дані для розрахунку впливу економічних показників на індекс доходів**

	Рівень бюджетних витрат на 1 особу	Індекс реальної ЗПЛ	Загальна заборгованість ЗПЛ	Частка зайнятих на великих підприємствах	Індекс доходів
2010	8253,717	110,2	1240	2400,3	0,657
2011	9134,795	108,7	993	2449	0,664
2012	10810,59	114,4	911	2484,2	0,665
2013	11135,51	108,2	822	2383,7	0,666
2014	12185,86	93,5	1363	1945,1	0,665
2015	15899,52	79,8	1967	1708,6	0,649
2016	19627,61	109	1833	1586,6	0,643

Спочатку визначимо рівняння лінійної регресії.

ВИВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ					
Регресійна статистика					
Чисельний R	0,968845				
R-квадрат	0,938661				
Нормований R-квадрат	0,856876				
Стандартна помилка	0,004415				
Спостереження	8				
Дисперсійний аналіз					
	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	4	0,000894677	0,000224	11,4771 4	0,036581
Залишок	3	5,84647E-05	1,95E-05		
Підсумок	7	0,000953142			
	Коефіцієнти				
Y-перетин	0,713615				
Рівень бюджетних витрат на 1 особу	-2E-07				
Індекс реальної ЗПЛ	-0,0002				
Загальна заборгованість ЗПЛ	-2E-05				
Частка зайнятих на великих підприємствах	-2,4E-06				

Для визначення коефіцієнтів моделі слід застосувати метод найменших квадратів (МНК).

	Коефіцієнти	
Y-перетин	$b_0$	0,713615
Рівень бюджетних витрат на 1 особу	$b_1$	-2E-07
Індекс реальної ЗПЛ	$b_2$	-0,0002
Загальна заборгованість ЗПЛ	$b_3$	-2E-05
Частка зайнятих на великих підприємствах	$b_4$	-2,4E-06

Таким чином, лінійна модель має вигляд:

$$y = 0,713615 - (2E - 07)x_1 - 0,0002x_2 - (2E - 05)x_3 - (2,4E - 06)x_4$$

Для визначення тісноти лінійного зв'язку знайдемо множинний коефіцієнт кореляції. Значення коефіцієнту кореляції обираємо з таблиці «Регресійна статистика» рядок *Чисельний R*.

$|r|=0,968845$ . Оскільки  $|r_{xy}| > 0,9$ , то лінійний зв'язок тісний.

Для аналізу загальної якості оціненої лінійної регресії знайдемо коефіцієнт детермінації. Значення коефіцієнта детермінації обираємо із таблиці «Регресійна статистика» рядок *R-квадрат*.  $R^2=0,938661$ . Розбіжність даних пояснюється лінійною моделлю на 93,9% та на 6,1% – випадковими помилками, тобто якість моделі хороша.

Перевіримо лінійну модель на адекватність за допомогою критерію Фішера. Кількість ступенів свободи  $k_1=4$  (кількість накладених зав'язків),  $k_2=3$  ( $n-1-k_1$ ).

Звертаємось до стандартної функції для розрахунку.  $F_{кр}$  має вигляд: =FРАСПОБР(0,05;4;3)

$F_{набл}$	>	$F_{кр}$	модель
11,47714		9,117182	адекватна

Вирахуємо витрати на виробництво виходячи із лінійної моделі ( $y_{regr\_lin}$ ) (табл. 3.16).

**Таблиця 3.16 – Розрахунок витрат на виробництво, виходячи із лінійної моделі**

Рік	X1	X2	X3	X4	y	$y_{regr\_lin}$
2010	8253,717	110,2	1240	2400,3	0,657	0,658837
2011	9134,795	108,7	993	2449	0,664	0,663829
2012	10810,59	114,4	911	2484,2	0,665	0,663908
2013	11135,51	108,2	822	2383,7	0,666	0,66714
2014	12185,86	93,5	1363	1945,1	0,665	0,660077
2015	15899,52	79,8	1967	1708,6	0,649	0,650535
2016	19627,61	109	1833	1586,6	0,643	0,646853
Сер.знач.	12435,4103	103,4	1304,1428	2136,7857	0,65842	0,65873

На основі побудованої моделі робиться прогноз даних та розраховуються коефіцієнти еластичності, які визначають вплив зміни обраних факторів на Індекс доходів.

Коефіцієнт еластичності розраховується по формулі:

$$E_{y,x_j} = \frac{x_j}{y(x_1, x_2, \dots, x_n)} \cdot \frac{\partial y}{\partial x_j} \quad (3.1)$$

Коефіцієнти еластичності відображають, що якщо фактор  $x_j$  збільшити на 1%, то показник  $y$  змінюється на  $\alpha_j$ %.

Таким чином отримуємо наступні дані:

x1	x2	x3	x4
-0,00415	-0,03271	-0,04417	-0,00751

Отримані значення свідчать про те, що збільшення фактора «Рівень бюджетних витрат на 1 особу» на 1 % зменшить індекс доходів на -0,00415 %, а при збільшенні кожного наступного фактора Індекс доходів буде зменшуватись відповідно на 0,03271%, 0,04417%, 0,00751%.

Загальна еластичність розраховується за формулою:

$$B = \sum_{j=1}^n E_{y,x_j}$$

Таким чином, збільшивши на 1 % кожний фактор, від якого залежить індекс доходів, отримуємо  $B = -0,08853459$ .

У зв'язку з тим, що індекс доходів має негативний коефіцієнт кореляції з ІЛР, то збільшення рівня бюджетних витрат на 1 особу, індексу реальної заробітної плати, загальної заборгованості заробітної плати, частки зайнятих на великих підприємствах призведе до збільшення ІЛР.

З таблиці 3.13 видно й негативну кореляцію між індексом доходів та іншими факторами, такими як індекс освіти, індекс очікуваної тривалості життя та середній вік, що свідчить про те, що якщо держава збільшить відрахування на кожний з цих факторів, то валовий національний дохід буде зменшуватись. Позитивна кореляція між індексом доходів та рівнем виснаження природних ресурсів говорить про те, що останній фактор знаходиться у відсотковому співвідношенні із ВНД, тобто чим вище ВНД, тим вище рівень виснаження природних ресурсів, оскільки відрахування на охорону навколишнього середовища не проводяться.

У табл. 3.17 представлено розрахунок зв'язку між показником «Рівень виснаження природних ресурсів» та видатками на охорону навколишнього середовища.

**Таблиця 3.17. – Дані для розрахунку зв'язку показників капітальних інвестицій та видатків на охорону навколишнього середовища із рівнем виснаження природних ресурсів**

	Капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища	Рівень видатків на охорону навколишнього середовища	Рівень виснаження природних ресурсів
2010	2188,2	2872,4	5,90
2011	2258,6	3890,7	5,80
2012	2331,4	5297,9	4,10
2013	2406,5	5594,2	3,90
2014	3089,4	3481,7	3,20
2015	2316,6	5529,7	3,01
2016	5027,2	6255,4	2,98

Якщо досліджувати динаміку показників рівня виснаження природних ресурсів, то бачимо, що вона йде на зменшення одночасно із збільшенням капітальних інвестицій як з боку підприємств, так і з боку держави шляхом збільшення рівня видатків на охорону

довкілля зі Зведеного бюджету, про що свідчить матриця парних коефіцієнтів кореляції Пірсона для даних показників.

	Капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища	Рівень видатків на охорону навколишнього середовища	Рівень виснаження природних ресурсів
Капітальні інвестиції	1		
Рівень видатків	0,797730013	1	
Рівень виснаження природних ресурсів	-0,398407221	-0,677632485	1

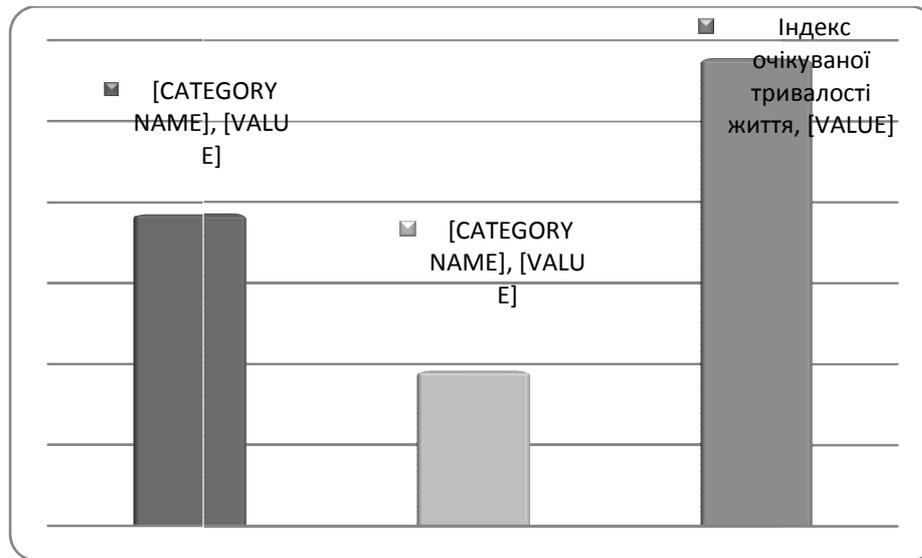
Бачимо, що капітальні інвестиції підприємств та рівень видатків з боку країни мають тісний зв'язок, а їх зв'язок з рівнем виснаження природних ресурсів має обернений характер, що покращує стан навколишнього середовища.

Розглянувши показник «Індекс очікуваної тривалості життя», який залежить від показників «Рівень видатків на охорону здоров'я з бюджету», «Рівень видатків на охорону здоров'я населення» можна побачити, що чинники в даній моделі мають достатньо сильний зв'язок.

	Рівень видатків на охорону здоров'я з бюджету	Рівень видатків на охорону здоров'я населення	Індекс очікуваної тривалості життя
Рівень видатків на охорону здоров'я з бюджету	1		
Рівень видатків на охорону здоров'я населення	0,964932	1	
Індекс очікуваної тривалості життя	0,942658	0,937107	1

А  $R^2=0,899$ . Розбіжність даних пояснюється лінійною моделлю на 89,9% й на 9,1% – випадковими помилками, що свідчить про гарну якість моделі.

Розраховані коефіцієнти еластичності більш наочно представлені на рис. 3.8.



**Рисунок 3.8. – Еластичність в залежності від досліджуваних факторів та сумарна еластичність**

Коефіцієнти еластичності відображають, що при збільшенні рівня видатків на охорону здоров'я з бюджету, показник «Рівень видатків на охорону здоров'я населення» збільшується на 1%, показник «Індекс очікуваної тривалості життя» збільшується на 0,0386% та 0,0192% відповідно.  $E_2 < E_1$ . Виходячи з цього, рівень видатків на охорону здоров'я з бюджету дає більш значиме збільшення індексу очікуваної тривалості життя.

Загальна (сумарна) еластичність відображає, що коли всі враховані фактори збільшуються одночасно на 1%, то й показник змінюється (збільшується чи зменшується в залежності від знаку) на  $B\%$ .

У даному випадку лінійної моделі загальна еластичність складе 0,0578%.

Аналіз показника «Середній вік», який залежить від рівня бюджетних витрат на 1 особу, рівня видатків на охорону здоров'я, рівня видатків на охорону навколишнього середовища.

Розрахувавши регресійну статистику для лінійної та нелінійної моделі, в першому випадку отримала  $R^2=0,67403804$ , а у другому  $R^2=0,779657$ . Обираю оптимальну модель за більшим показником  $R^2$ .

Оскільки вихідна модель нелінійна, то для визначення параметрів регресії її потрібно лінеарувати.

$$\ln y = \ln A + \alpha_1 \ln x_1 + \dots + \alpha_n \ln x_n + \ln \varepsilon. \quad (3.2)$$

Уводжу заміни:

$$\left. \begin{aligned} u_i &= \ln(x_i), \quad i = 1, 2, \dots, n, \\ v &= \ln(y), \\ b_0 &= \ln(A), \\ \delta &= \ln(\varepsilon). \end{aligned} \right\} \quad (3.3)$$

Результат:

$$\ln y = \ln A + \alpha_1 u_1 + \dots + \alpha_n u_n + \delta. \quad (3.4)$$

Дані розрахунків для лінеаризованої моделі:

#### ВИВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ

Регресійна статистика	
Чисельний R	0,882982
R-квадрат	0,779657
Нормований R-квадрат	0,6144
Стандартна похибка	0,005449
Спостереження	8

#### Дисперсійний аналіз

	df	SS	MS	F	Значимість F
Регресія	3	0,00042	0,000140105	4,71784	0,0084043
Залишок	4	0,000119	2,96969E-05		
Підсумок	7	0,000539			

#### Коефіцієнти

Y-перетин	3,571152
Змінна X 1	0,021935
Змінна X 2	-0,01577
Змінна X 3	0,011166

Перевіримо лінійну модель на адекватність за допомогою критерію Фішера. Кількість ступенів свободи  $k_1=3$  (число накладених зв'язків),  $k_2=4$  ( $n-1-k_1$ ).

Стандартна функція для розрахунку  $F_{кр}$  має вигляд:  
 $=F_{РАСПОБР}(0,05;3;1)$

1 спосіб			
$F_{набл}$	>	$F_{кр}$	модель адекватна
4,71784		3,182446	
2 спосіб			
$F_{набл}$	Значимість $F_{набл}$	<0,05	Вывод
4,71784	0,0084043	да	модель адекватна

Оскільки лінійна модель адекватна, то й відповідна їй нелінійна також адекватна.

Знаходимо параметри вихідної степенної моделі. Модель, яку ми отримали, має вигляд:

$$y = 35,55751 \cdot x_1^{0,0219} \cdot x_2^{-0,0158} \cdot x_3^{0,0112}.$$

Розрахуємо коефіцієнти еластичності. Для степенної моделі коефіцієнти еластичності постійні та дорівнюють параметрам моделі, тобто

$$\varepsilon_{y,x1} = 0,0219\%, \quad \varepsilon_{y,x2} = -0,0158\%, \quad \varepsilon_{y,x3} = 0,0112\%.$$

$\varepsilon_{y,x1} > \varepsilon_{y,x3} > \varepsilon_{y,x2}$ , таким чином, соціальна спрямованість держави полягає в тому, щоб підвищити бюджетні витрати на 1 особу.

Для показника «Індекс освіти», який в більшій мірі впливає на ІЛР, потрібні наступні дані (табл. 3.18).

**Таблиця 3.18. – Дані для розрахунку впливу рівня видатків на освіту з бюджету та населення на Індекс освіти**

	Рівень видатків на освіту з бюджету	Рівень видатків населення на освіту	Індекс освіти
2010	79826	11484	0,793
2011	86253,6	12750	0,794
2012	101560,9	13481	0,799
2013	105538,7	14015	0,800
2014	100109,5	12618	0,803
2015	114193,5	17476	0,803
2016	129437,7	18362	0,804

Порівнявши показники для лінійної та нелінійної моделі, отримуємо в першому випадку  $R^2=0,627694315$ , а в другому  $R^2=0,689771$ . Обираємо оптимальну модель за більшим показником  $R^2$ .

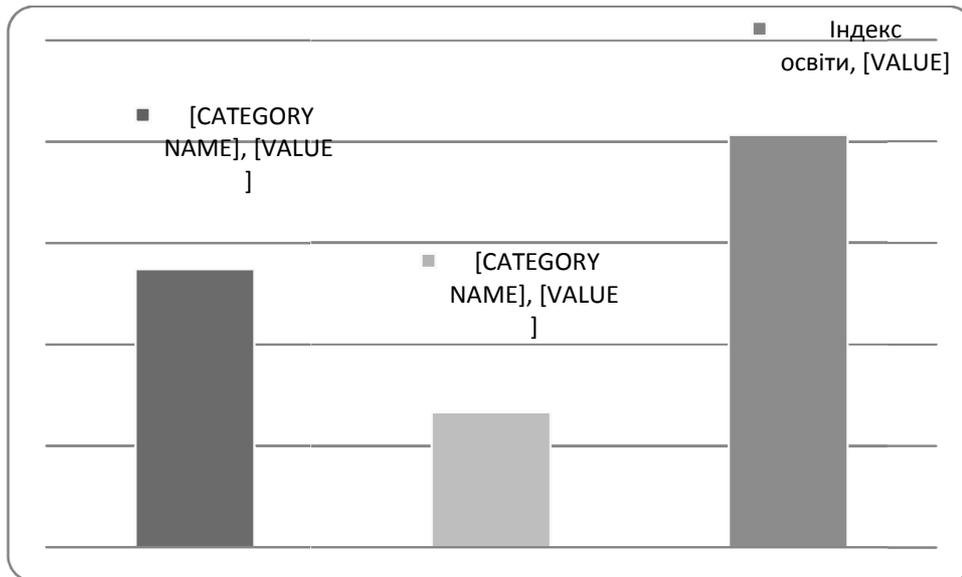
Знаходимо параметри вихідної степенної моделі. Отримали модель має наступний вигляд:

$$y = 0,640297 \cdot x_1^{0,0137} \cdot x_2^{0,0066}$$

У даному випадку (нелінійна модель) загальна еластичність складе 0,020354.

Тобто, якщо враховані фактори збільшуються одночасно на 1%, то й показник «Індекс освіти» зростає на 0,020354 %.

Однак за коефіцієнтами еластичності видно, що зростання показника «Рівень видатків населення на освіту» не так значимо вплине на індекс освіти у зрівнянні із першим фактором «Рівень видатків на освіту з бюджету» (рис. 3.9).



**Рисунок 3.9. – Еластичність в залежності від досліджуваних факторів та сумарна еластичність**

Отже, було проаналізовано вплив показників видатків з бюджету на сферу охорони здоров'я, охорони навколишнього середовища на показники, які складають ІЛР. Показано, яким чином впливають відрахування держави на розвиток індексів та самого ІЛР і доведено, що вони значно залежать від запропонованих показників та в найбільшій мірі від відрахувань держави на ці сфери. Це дає підстави для висновку, що соціально-економічна відповідальність держави впливає на ІЛР України.

### **3.2. Обґрунтування методичного підходу до оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва**

Існує багато методик з оцінки СВБ, які й буде представлено далі. Але слід спочатку зауважити, що взагалі існують декілька методологічних підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності. Як зазначає В. А. Євтушенко, оцінювання соціальної ві-

дповідальності відбувається за допомогою соціальної звітності, індексним і рейтинговим, якісними і кількісними методами [118]. Основою для обрання методики оцінювання стають об'єкти чи напрямки соціальної відповідальності, які вже слугують базою для визначення показників, за якими розраховується соціальна відповідальність [101].

Спочатку – про кількісні та якісні методики. Для цілей цього дослідження варто детально розглянути методику Г. Л. Тульчинського, яка дозволяє порівнювати одну з одною різні компанії, організації та установи незалежно від їх типу, виду діяльності, організаційно-правової форми та галузевої приналежності. За основу дослідження беруться ті показники діяльності, які характерні для будь-якої бізнесової діяльності. При цьому порівняння показників у сфері КСВ проводиться поетапно.

На першому етапі виділяються основні напрямки (номінації) КСВ. У згаданій методиці на основі міжнародних стандартів із соціальної звітності виділено шість основних номінацій оцінки КСВ: відповідальність перед споживачами; розвиток HR, інвестиції в людський капітал; сумлінна ділова практика; корпоративне громадянство; внесок у екологію та безпеку; участь у розвитку громадянського суспільства.

На наступних етапах відбувається визначення показників за кожною з номінацій та підрахунок. Описана методика визначає універсальний індекс КСО, установлює відповідний рейтинг, а також вирішує проблему соціальної діагностики бізнес-організацій у різних сферах діяльності [157]. Можна дійти висновку, що з перелічених номінацій щонайменше 4 можуть бути прийнятними для соціально-економічної відповідальності: відповідальність перед споживачами, інвестиції в людський капітал, сумлінна ділова прак-

тика та корпоративне громадянство. Тобто ця методика частково може бути застосована при оцінці СЕВП.

В. А. Євтушенко у своїй науковій роботі пропонує рейтингові методики інших авторів:

1. Н. А. Товма запропонувала визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності за допомогою рейтингового показника інтегральної ефективності соціальної програми, який враховує кількісні коефіцієнти (зростання заробітної плати, плинності кадрів, прийому молодих спеціалістів тощо) та загальний якісний показник КСВ, що складається з часткових якісних показників (колективний договір, соціальний звіт тощо). Це також стосується й СЕВП та може бути використано при побудові інтегральної оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва.

2. О. Ю. Березіна пропонує методику визначення рейтингу соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин на основі кількісної оцінки КСВ. Рейтинг соціальної відповідальності корпорації визначається послідовно:

1) через розрахунок часткових соціально-трудова показників (їх 24), згрупованих за шістьма предметними областями: загальні показники (індекс соціальної відповідальності, індекс перспективного розвитку, співвідношення соціальних інвестицій та прибутку тощо); показники зайнятості (частка звільнених протягом досліджуваного періоду за ініціативою роботодавця в загальній чисельності працівників, коефіцієнт плинності кадрів тощо); оплати праці (співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників корпорації з середнім по галузі, частка витрат на оплату праці в собівартості продукції тощо); охорони праці (коефіцієнт виробничого травматизму, витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника корпорації тощо); навчання та охорони здоров'я

працівників (витрати корпорації на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника, частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом корпорації в загальній чисельності працівників тощо);

2) складання рейтингу за предметними областями (6) і визначення інтегрованого рейтингового показника КСВ [118]. Здебільшого показники з цієї методики можуть стати основою для узагальненої схеми оцінки СЕВП, однак до існуючих необхідно додати також витрати на соціальний маркетинг, соціально-відповідальний маркетинг, показники витрат на розвиток персоналу не лише в галузі охорони здоров'я.

Н. А. Кричевський і С. Ф. Гончаров пропонують метод діагностики соціальної відповідальності організації, який базується на визначенні трьох груп показників: соціальна відповідальність перед працівниками; соціальна відповідальність перед суспільством; екологічна відповідальність.

До першої групи входять коефіцієнти зростання заробітної плати, плинності кадрів, освітнього рівня співробітників, частоти виробничого травматизму і витрат на соціальний захист працівників (прямо стосуються СЕВП).

До другої групи входить коефіцієнт зміни витрат на соціальну підтримку територіальних громад та коефіцієнт відношення витрат на соціальну підтримку територіальних громад до чистого прибутку (ці показники також можуть бути віднесеними до соціально-економічних, оскільки пов'язані із чистим прибутком підприємства та витратами на соціальні заходи).

До третьої групи належать показники, які характеризують витрати компанії в екологічному напрямі: коефіцієнт співвідношення

витрат на охорону навколишнього середовища та собівартості продукції і коефіцієнт витрат на довкілля до чистого прибутку.

У результаті визначається кількісна та якісна оцінка діяльності організації у сфері КСВ [118; 157].

Кількісними показниками встановлено: показники соціальної відповідальності перед працівниками, показники соціальної відповідальності перед суспільством (громадою), показники екологічної відповідальності. Якісні показники характеризують: наявність чи відсутність на підприємстві діючого колективного договору; відокремленої структури, яка відповідальна за реалізацію заходів соціальної відповідальності; наявність практики складання соціальних звітів тощо.

Порівняльна оцінка результатів реалізації соціальної відповідальності може здійснюватися за показником конкурентоспроможності підприємства, який відповідає стандартам соціальної відповідальності:

$$Kn = \prod_{i=1}^N g_i I_t^\alpha I_e^\beta I_c^\gamma \quad (3.5),$$

де  $Kn$  - конкурентоспроможність підприємства, частка од.;

$I_t^\alpha, I_e^\beta, I_c^\gamma$  - відповідно індекси технічних, економічних і соціальних показників підприємства відносно конкурента, частка од.;

$\alpha, \beta, \gamma$  - коефіцієнти еластичності, які визначаються за даними статистики реалізації конкретного товару підприємства;

$N$  - кількість регламентованих параметрів, обумовлених нормативними документами;

$g_i$  - булева змінна, яка набуває значення «1» при виконанні обумовленого нормативу, «0» - у протилежному випадку.

Індекси технічних і економічних показників розраховуються за загально визнаною методикою як відношення параметра підприємства до відповідного параметра підприємства-конкурента.

Індекс соціальної відповідальності, що характеризує співвідношення кількості соціальних стандартів, які виконують підприємства-конкуренти, розраховується за формулою:

$$I_c = \frac{\sum_{i=1}^M g_i k_i}{\sum_{i=1}^M g_i k_{ik}} \quad (3.6),$$

де  $M$  – номенклатура стандартів соціальної відповідальності;  
 $k_i, k_{ik}$  – відповідно, показники соціальної відповідальності підприємства, що аналізується, та підприємства-конкурента [55].

А. А. Андреев пропонує метод для діагностики кількісного впливу соціально відповідальної діяльності окремої бізнес-структури на збалансований розвиток регіону за певний період часу, що включає розрахунок коефіцієнту впливу соціально відповідальної діяльності окремої організації на збалансований розвиток регіону, який враховує коефіцієнт впливу діяльності організації на покращення економічної ситуації в регіоні, коефіцієнт впливу діяльності організації на покращення екологічної ситуації в регіоні та коефіцієнт впливу діяльності організації на рівень і якість життя населення регіону. Ця методика може бути використана в частині коефіцієнту впливу діяльності організації на покращення економічної ситуації в регіоні.

Н.В. Водницька запропонувала метод оцінки рівня КСВ за 25 показниками, які згруповані у 5 категорій «зацікавлених сторін»: персонал і топ-менеджери; споживачі; бізнес-партнери; суспільство; держава [33; 178]. Оскільки майже усі з представлених категорій можуть бути використані при оцінці СЕВП, показники оцінки соціальної відповідальності щодо них більш наочно представлені в табл. 3.19.

**Таблиця 3.19. – Часткові показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу (підприємства)**

Зацікавлені сторони	Часткові показники оцінки соціальної відповідальності
1	2
Персонал і топ-менеджери	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. співвідношення середнього розміру заробітної плати на підприємстві до середнього розміру заробітної плати в галузі;</li> <li>2. питома вага коштів, які виділені керівництвом на виплату премій та інших заохочувальних і компенсаційних виплат у фонді оплати праці;</li> <li>3. питома вага коштів, які виділені керівництвом на надання соціального пакета працівникам у витратах на персонал;</li> <li>4. стабільність виплати заробітної плати;</li> <li>5. відсоток працівників, які пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації в загальній чисельності працівників;</li> <li>6. відсоток розміру коштів, які були виділені на навчання, у витратах на персонал;</li> <li>7. відсоток працівників, які одержали путівки в будинки відпочинку, санаторії тощо за рахунок коштів підприємства, в загальній чисельності працівників;</li> <li>8. відсоток вартості путівки, яку оплачує роботодавець працівнику;</li> <li>9. відсоток розміру коштів, які були виділені на медичне обслуговування, у витратах на трудові та соціальні пільги, що надаються підприємством;</li> <li>10. відсоток розміру коштів, які були виділені на поточні витрати на охорону праці та техніку безпеки, в загальних витратах на охорону праці та техніку безпеки підприємства.</li> </ol>
Споживачі	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. гнучкість цінової політики;</li> <li>2. безпечність та якість товарів, які виробляє підприємство;</li> <li>3. широта і повнота асортименту продукції підприємства.</li> </ol>
Бізнес-партнери	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. стабільність замовлень і виконання госпдоговірних зобов'язань;</li> <li>2. оплата в строк та за умовами договору;</li> <li>3. відсоток розміру коштів, які були виділені на публікацію інформації про підприємство для всіх зацікавлених сторін, у витратах на реалізацію продукції.</li> </ol>
Суспільство	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. забезпеченість зайнятості місцевого населення;</li> <li>2. відсоток розміру коштів, які були виділені на участь у благодійних акціях, в інших операційних витратах підприємства;</li> <li>3. відсоток розміру коштів, які були виділені на спонсорську допомогу місцевих культурних, освітніх і спортивних заходів, в інших операційних витратах підприємства;</li> <li>4. залученість підприємства у широкі програми соціального розвитку місцевих громад;</li> </ol>

1	2
Суспільство	5. коефіцієнт забрудненості навколишнього середовища; 6. відсоток розміру коштів, які були виділені на організацію екологічно безпечного виробничого процесу, у витратах на охорону праці та техніку безпеки підприємства.
Держава	1. виплата податків; 2. відношення виконаних держзамовлень до загальної кількості замовлень; 3. відсоток розміру коштів, які були виділені на проведення програм співпраці з органами державного управління та іншими громадськими організаціями, у валових витратах підприємства.

\* Складено автором на підставі [76].

Н. Огороднікова також пропонує методика оцінки соціальної відповідальності промислового підприємства перед соціальними партнерами, яка має здійснюватися у три етапи [222]. На першому етапі здійснюється розрахунок абсолютної величини витрат промислового підприємства, пов'язаних із соціальною відповідальністю його бізнесу. На другому етапі формується система відносних коефіцієнтів, що дозволяють визначити ступінь соціальної відповідальності за окремими видами соціальних витрат промислового підприємства. Ця система включає наступні коефіцієнти: коефіцієнт рівня витрат на оплату праці; коефіцієнт рівня витрат на «соціальний» пакет і розвиток персоналу (соціальні гарантії); коефіцієнт рівня сплати єдиного соціального внеску (ЄСВ) до Пенсійного фонду; коефіцієнт рівня сплати податків і зборів у бюджет; коефіцієнт рівня поточних «соціальних» витрат; коефіцієнт рівня соціальних інвестицій; коефіцієнт рівня сплати дивідендів.

На третьому етапі здійснюється розрахунок відносних показників, включаючи комплексні, що відображають ступінь відповідності фактичного рівня соціально відповідальних витрат промислового підприємства в порівнянні із прийнятою базою [222]. Показники із другого етапу методики також можуть бути використані у повному обсязі при оцінці соціально-економічної відповідальності

підприємництва, так як автор пропонує саме розрахунок економічних складових соціальної відповідальності.

О. А. Даниленко у [58] пропонує визначення критеріїв оцінки результативності управління соціальною відповідальністю на стадіях життєвого циклу розвитку організації. Показники, що розраховуються на кожному життєвому циклі, представлені у табл. 3.20.

**Таблиця 3. 20 – Показники оцінки результативності управління соціальною відповідальністю на стадіях життєвого циклу розвитку організації**

Стадія життєвого циклу розвитку організації	Показники, які розраховуються
Становлення	створення нових робочих місць; сплата податків у повному обсязі; відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам; збереження навколишнього середовища.
Зростання	створення нових робочих місць; виробництво якісних товарів і послуг; сплата податків у повному обсязі; відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам; збереження навколишнього середовища.
Зрілість	створення нових робочих місць; виробництво якісних товарів і послуг; сплата податків у повному обсязі; відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам; збереження навколишнього середовища; соціальні інвестиції.
Старіння	збереження робочих місць; сплата податків у повному обсязі; відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам; збереження навколишнього середовища.
Відродження	створення нових робочих місць; сплата податків у повному обсязі; відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам; збереження навколишнього середовища.

\*Створено автором на основі [58].

Також цікавим є підхід до оцінки КСВ, запропонований О. В.Козирєвою. Вона пропонує оцінювати КСВ за чотирма складовими: екологічною, суспільною, трудовою та економічною [152].

Так, оцінити екологічну складову КСВ підприємства можна, проаналізувавши значення показників, які дозволяють визначити ефективність та економічність природоохоронної діяльності підприємства.

Однак, найбільш складною частиною оцінки загального рівня КСВ, на думку О. В. Козирєвої, є визначення рівня суспільної відповідальності підприємства, яке передбачає врахування діяльності підприємства у системах підприємство – зовнішні зацікавлені сторони (це показники, що характеризують рівень податкового навантаження, наявності економічних втрат, якість продукції, забезпеченість підприємств закладами соціальної інфраструктури та рівень її фінансування, практику надання благодійної допомоги, політику працевлаштування інвалідів тощо), а також визначення інформаційної складової (інформаційної відкритості) у відносинах підприємства із зацікавленими групами [152]. Складність оцінки даної складової зумовлена існуванням великої кількості зацікавлених сторін, які мають вплив на роботу підприємства і інтереси яких необхідно враховувати при запровадженні принципів КСВ у діяльність.

В той же час, оцінка трудової відповідальності передбачає дослідження сукупності показників, що визначають якісний склад персоналу, оцінюють рух робочої сили, рівень заробітної плати, умови та безпеку праці, тобто характеризують основні напрями прояву соціально-відповідального підходу керівництва підприємства до відносин з працівниками.

Комплексна оцінка економічного стану підприємства передбачає проведення дослідження за наступними напрямками: дослі-

дження рентабельності, фінансової стійкості підприємства; дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, оцінка динаміки та стану ліквідності та платоспроможності; визначення резервів підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства [152].

А.В. Жосан представлено власну схему методики розрахунку комплексного показника соціальної відповідальності підприємства [123]. Вона складається з п'яти етапів.

Етап 1. Визначення індивідуальних показників, які є основою для розрахунку загальних показників економічної, екологічної, соціально-трудової та нормативно-правової компонент соціальної відповідальності підприємства.

Етап 2. Для визначення показників економічної, екологічної, соціально-трудової та нормативно-правової компонент відібрано ряд показників згідно інтересів учасників зовнішніх і внутрішніх бізнес-процесів підприємства. Для визначення найбільш вагомих з обраних показників було застосовано метод експертної оцінки.

Етап 3. Розрахунок індивідуальних показників за компонентами соціальної відповідальності підприємства.

Етап 4. Розрахунок загальних економічної, екологічної, соціально-трудової та нормативно-правової компонент соціальної відповідальності підприємства.

Етап 4.1 та 4.2. Нормування значень індивідуальних показників за компонентами соціальної відповідальності для приведення їх до безрозмірних коефіцієнтів, якщо їх логічна направленість співпадає із загальним напрямом оптимізації множини показників (з урахуванням інтересів учасників внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів). Складання матриці нормалізованих показників за ком-

понентами соціальної відповідальності з точки зору внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Етап 4.3. За нормованими та/або корельованими значеннями індивідуальних показників будуються пелюсткові діаграми (для кращого сприйняття), в яких кількість пелюсток відповідає кількості показників за кожним із компонентів соціальної відповідальності з точки зору інтересів учасників внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів

Етап 4.4. Розрахунок площ отриманих багатокутників, значення яких і будуть коефіцієнтами. З метою розрахунку коефіцієнтів урахування інтересів учасників внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів за компонентами соціальної відповідальності підприємства необхідно розрахувати площі багатокутників (polygons). Для цього застосовано індикативно-геометричний метод.

Етап 5. Розрахунок комплексного показника соціальної відповідальності.

Для розрахунку використовується формула:

$$CB_i = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n M_i}{\sum_{i=1}^n K_i}, \quad (3.7)$$

де  $M_i$  – значення коефіцієнта вагомості  $i$ -ої групи показників;

$K_i$  – значення  $i$ -го загального показника за компонентами (економічною, екологічною, соціально-трудовою, нормативно-правовою);

$n$  – кількість індивідуальних показників у компоненті.

Показники, які автор пропонує для розрахунку, поділяються за компонентами на групи: економічна; екологічна; соціально-трудова; нормативно-правова [123].

Також на увагу заслуговує методика, запропонована Т. Р. Антошко [3]. Дослідниця виходить з того, що рівень КСВ підприємства у значній мірі залежить від повноти реалізації загальних принципів корпоративного управління, що у першу чергу, проявляється в ефективності діяльності даного суб'єкта господарювання. При цьому, ефективність і раціональність функціонування підприємства доцільно розглядати як комплексне багатоаспектне явище, що характеризує, за допомогою системи показників, усі сфери його діяльності. Дану систему показників для більш точного встановлення зон виникнення проблемних ситуацій вона пропонує поділити на підсистеми:

- *правову* (кількість правопорушень, зафіксованих у календарному періоді; обсяги сплачених штрафів, пені; рівень нормативно-правового забезпечення діяльності);

- *економічну* (доходи, витрати, прибутки підприємства, собівартість продукції та ціни реалізації; фінансові коефіцієнти, рентабельності; курси акцій підприємства; обсяги сплачених податків; обсяги та структура інвестицій; обсяги та структура запозичених ресурсів);

- *технічну* (показники майнового стану; показники використання основних фондів; показники використання матеріально-технічних та енергетичних ресурсів);

- *інформаційну* (рівень забезпечення необхідною інформацією; коефіцієнт недостовірного інформаційного забезпечення, рівень оперативності надання інформації);

- *виробничу* (величина виробничих площ; рівень механізації та автоматизації виробничих процесів; обсяг незавершеного виробництва; обсяги валової та товарної продукції; коефіцієнти використання проектної та виробничої потужностей; виробнича

програма; номенклатура та асортимент продукції; споживчі характеристики продукції);

- *адміністративну* (кількість керівників та фахівців загалом та за рівнями управління; структура акціонерного капіталу; частка прибутку, яка спрямовується на виплату дивідендів; фонд оплати праці управлінців та його структура; кваліфікація, вік та стаж керівників);

- *трудова* (чисельність та структура персоналу; рівень плинності кадрів; рівень стабільності персоналу; середній стаж роботи та вік працівників за категоріями; продуктивність праці; трудомісткість продукції та виробничої програми; фонд оплати праці та його структура; рівень травматизму);

- *етико-культурологічну* (загальний рівень культури; оцінка клієнтами рівня культури при спілкуванні із працівниками) [6].

М. І. Сухотеріна пропонує наступний методичний підхід до оцінювання КСВ підприємства та ефективності її системи, притаманний групі методик, які відносяться до кількісно-якісних. У запропонованій нею моделі оцінки ефективності системи КСВ на підприємстві показником, що характеризує рівень розвитку КСВ, є інтегральний індекс ( $I_{\text{інт}}$ ), що визначає сукупний вплив якісних та кількісних параметрів, який розраховується за формулою:

$$I_{\text{інт}} = I_{\text{якості}} - I_{\text{кільк}}, \quad (3.8)$$

Де  $I_{\text{якості}}$  – індекс, що враховує відповідність ознакам якості;  $I_{\text{кільк}}$  – індекс, що враховує вплив кількісних параметрів.

Якісну оцінку витрат на соціальні питання працівників і членів їх сімей на підприємстві ( $Z_{\text{соц}}$ ) авторка пропонує здійснювати за формулою:

$$Z_{\text{соц}} = \frac{Z_{\text{мед}} + Z_{\text{страх}} + Z_{\text{культ}} + Z_{\text{д}} + Z_{\text{транс}} + Z_{\text{м}}}{N}, \quad (3.9)$$

Де  $Z_{\text{мед}}$  – витрати на утримання медпунктів, профілакторіїв, будинків відпочинку, що знаходяться на балансі підприємства або фінансуються в порядку пайової участі, в т.ч. на санаторно-курортне лікування, тис. грн.;

$Z_{\text{страх}}$  – страхові платежі, що сплачуються організацією за договорами добровільного медичного страхування працівників і членів їх сімей, тис. грн.;

$Z_{\text{культ}}$  – витрати на культурно-масову роботу, тис. грн.;

$Z_{\text{д}}$  – витрати на утримання дітей працівників у дошкільних та загальноосвітніх закладах, тис. грн.;

$Z_{\text{транс}}$  – оплата вартості проїзду до місця роботи і назад, тис. грн.;

$Z_{\text{м}}$  – матеріальна допомога, подарунки та ін., тис. грн.;

$N$  – середньооблікова чисельність працівників, осіб.

Для кількісної оцінки КСВ підприємств пропонується 18 показників для внутрішньої КСВ, для зовнішньої – їх значно більше [299, с. 181-183].

У таблиці 3.21 узагальнено описані вище методики та по кожній з них визначено можливості їх використання при побудові нового методичного підходу для оцінки соціально-економічної відповідальності бізнесу.

**Таблиця 3.21. Напрями застосування методик оцінки соціальної відповідальності бізнесу для оцінки СЕВП**

Автор	Зміст	Якісна/ кількісна	Напрямок застосування при оцінці СЕВП
1	2	3	4
Г. Л. Тульчинський	Визначає універсальний індекс КСВ, установлює відповідний рейтинг, а також вирішує проблему соціальної діагностики бізнес-організацій у різних сферах діяльності.	Якісна	Відповідальність перед споживачами, інвестиції в людський капітал, сумлінна ділова практика та корпоративне громадянство.

Продовження табл. 3.21

1	2	3	4
Н. А. Товма	Рейтинг корпоративної соціальної відповідальності за допомогою рейтингового показника інтегральної ефективності соціальної програми.	Якісно-кількісна	Зростання заробітної плати, плинності кадрів.
О. Ю. Березіна	Рейтинг соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин.	Якісно-кількісна	Співвідношення соціальних інвестицій та прибутку; (співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників корпорації з середнім по галузі, частка витрат на оплату праці в собівартості продукції).
Н.А Кричевський і С. Ф. Гончаров	Метод діагностики соціальної відповідальності організації.	Якісно-кількісна	Показники груп: 1. Соціальна відповідальність перед працівниками. 2. Соціальна відповідальність перед суспільством.
А. А. Андреев	Метод для діагностики кількісного впливу соціально відповідальної діяльності окремої бізнес-структури на збалансований розвиток регіону за певний період часу.	Кількісна	Коефіцієнт впливу діяльності організації на покращення економічної ситуації в регіоні.
Н. В. Водницька	Метод оцінки рівня КСВ за 25 показниками, які згруповані у 5 категорій «заінтересованих сторін»: персонал і топ-менеджери; споживачі; бізнес-партнери; суспільство; держава.	Кількісна	Майже усі з представлених показників можуть бути використані при оцінці СЕВП.
О. В. Козирева	Оцінка КСВ за 4 складовими: екологічна, суспільна, трудова та економічна відповідальності.	Кількісна	Економічна складова та деякі елементи суспільної та трудової.
Жосан А. В.	Оцінка КСВ за 4 групами: економічна компонента; екологічна; соціально-трудова; нормативно-правова компонента	Кількісно-якісна	Майже усі з представлених показників можуть бути використані при оцінці СЕВП.

Продовження табл. 3.21

1	2	3	4
Н. Огороднікова	Методика оцінки соціальної відповідальності промислового підприємства перед соціальними партнерами.	Кількісна	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коефіцієнт рівня витрат на оплату праці.</li> <li>2. Коефіцієнт рівня витрат на «соціальний» пакет і розвиток персоналу (соціальні гарантії).</li> <li>3. Коефіцієнт рівня сплати єдиного соціального внеску (ЄСВ) до Пенсійного фонду.</li> <li>4. Коефіцієнт рівня сплати податків і зборів у бюджет.</li> <li>5. Коефіцієнт рівня поточних «соціальних» витрат.</li> <li>6. Коефіцієнт рівня соціальних інвестицій.</li> <li>7. Коефіцієнт рівня сплати дивідендів.</li> </ol>
О. А. Даниленко	Критерії оцінки результативності управління соціальною відповідальністю на стадіях життєвого циклу розвитку організації.	Кількісна	<ul style="list-style-type: none"> <li>– створення нових робочих місць;</li> <li>– виробництво якісних товарів і послуг;</li> <li>– сплата податків у повному обсязі;</li> <li>– відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати працівникам;</li> <li>– соціальні інвестиції.</li> </ul>
Антошко Т. Р.	Оцінка КСВ за наступними групами: Економічна; Правова; Інформаційна; Гуманістична; Організаційна; Екологічна; Комунікативна.	Кількісно-якісна	Майже усі з представлених показників можуть бути використані при оцінці СЕВБ.

\*Власна розробка автора

Отже, в науковому дослідженні на теоретичному рівні були представлені основні методики, за якими може бути оцінена СББ та визначені основні напрямки оцінки СЕВП з урахуванням форм та інструментів її реалізації. Методики засновані на використанні кількісних та якісних показників чи одночасно обох. Також вони можуть стати основою для рейтингів наряду із індексами, які також отримали поширення при оцінці СББ. Майже усі з представлених методик побудовані на об'єкті соціальної відповідальності підприємства чи враховують групи зацікавлених сторін. І кожна з них може бути використана при проведенні оцінки соціально-економічної відповідальності бізнесу, тому що економічний аспект лежить як окрема складова соціальної відповідальності, так і в основі інших її складових, як-то трудова, суспільна, екологічна. Основними показниками, які повинні лягти в основу оцінки СЕВП, є витрати на соціальні ініціативи, витрати на заробітну платню працівників, витрати на навчання персоналу, виплати дивідендів, розмір соціальних інвестицій, витрати на соціальний та соціально-відповідальний маркетинг, а також співвідношення усіх представлених показників до чистого прибутку підприємства тощо. Саме побудова узагальненої методики оцінки СЕВП й стане об'єктом подальших наукових досліджень автора.

Виходячи із вищенаведеного та визначення соціально-економічної відповідальності підприємництва як відповідальності підприємств перед зацікавленими сторонами економічними засобами, можна запропонувати показники для виміру соціально-економічної відповідальності підприємництва. Для цього пропонується об'єднати показники за групами, що спростить аналіз отриманих даних та результатів. Як бачимо з попередньої таблиці, науковці виділяють різні групи, за якими відбувається оцінка КСВ, а саме: за категоріями «зацікавлених» сторін, за рівнем життєвого циклу розвитку організації, за сферами охоплення. У нашому науковому дослідженні ми будемо групувати показники, за якими пропонується

оцінка СЕВП за категоріями зацікавлених сторін. Більшість методик, за якими оцінюється КСВ, є одночасно якісними та кількісними. Так само вважаємо доцільним розробити систему показників, яка є якісно-кількісною.

Перелік показників, який запропонований вже науковцями та може бути застосований при оцінці СЕВП, є доволі чисельним, в чому й полягає складність аналізу, адже, щоб охопити цю масштабну сферу розрахунків повинно бути достатньо багато, що й ускладнює процес аналізу. Тому доцільно включити в аналіз найбільш вагомні показники, які дозволять охопити цю сферу та обґрунтовано зробити висновки щодо рівня СЕВП на підприємствах України.

Так як запропонований перелік показників буде групуватись по категоріях зацікавлених осіб, то першою групою будуть «працівники підприємства». Ця група є однією з найчисельніших та важливих реципієнтів при здійсненні КСВ та СЕВП зокрема, що пояснюється тим, що саме на підприємстві створюється продукт чи послуга та від працівників залежить якість виробництва. Тому реалізація соціально-економічної відповідальності по відношенню до цієї категорії осіб виступає вагомим важелем для формування як міцної команди підприємства, так й іміджу в цілому. Узагальнено ця група показників представлена в таблиці 3.22.

**Таблиця 3.22 – Показники оцінки СЕВП перед працівниками підприємств**

<b>Категорія</b>	<b>Показники</b>	<b>Кількісний/якісний</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Працівники</b>	Розмір середньої заробітної плати, тис. грн.	Кількісний
	Співвідношення середнього розміру заробітної плати на підприємстві до середнього розміру заробітної плати в галузі.	Кількісний
	Коефіцієнт плинності кадрів.	Кількісний
	Витрати на охорону праці та техніку безпеки усього на підприємстві та на одного працюючого, тис. грн.	Кількісний

1	2	3
<b>Працівники</b>	Рівень травматизму на підприємстві	Якісний
	Витрати на виплату премій та інших заохочувальних компенсаційних виплат, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на виплату матеріальної допомоги, подарунків тощо, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на культурно-масові заходи, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на надання соціального пакету, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на внески до недержавних пенсійних фондів на користь працівників, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на медичне страхування працівників, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації персоналу усього по підприємству та на одного працюючого, тис. грн.	Кількісний
	Витрати підприємства на санаторно-курортне забезпечення працівників, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на спортивне оздоровлення персоналу, тис. грн.	Кількісний
	Проведення навчальних/освітніх/соціальних заходів підприємством.	Якісний
	Наявність осіб, які пройшли підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації.	Якісний
	Створення нових робочих місць	Якісний
	Стабільність виплати заробітної плати/ Відсутність заборгованості по виплаті заробітної плати.	Якісний
	Наявність кодексу з корпоративного управління	Якісний
	Наявність програм по матеріальному та нематеріальному заохоченню персоналу	Якісний
	Наявність соціальних/навчальних/освітніх програм з розвитку персоналу.	Якісний
Наявність власного тренінгового/навчального/освітнього центру з розвитку персоналу.	Якісний	
Наявність спортивно-оздоровчих програм на підприємстві	Якісний	

\* Власна розробка автора

Так само кожна група охарактеризована на критерієм «кількісний/якісний», щоб надалі обирати методику розрахунку. Показники, які використовуються для оцінки рівня СЕВП перед працівни-

ками компанії, є чисельними та охоплюють багато сфер, але основне їх спрямування – всебічний розвиток персоналу. В основі цього розвитку лежить економічне підґрунтя – відрахування грошей на підтримку матеріального, інтелектуального, фізичного добробуту працівників компанії. Для цього пропонується оцінка як середньої заробітної плати, так і витрат підприємства за різними соціальними статтями, що приносять розвитку персоналу компанії. Також вагому групі складають якісні показники, що дають можливість охарактеризувати не тільки рівень витрат, але й саму соціальну спрямованість підприємства.

Показники, які представлені, мають різні одиниці виміру та відрізняються тим, що виступають кількісним чи якісним показником. Це дає можливість дослідити, яким чином ці показники можна поєднати та привести до загального по кожній групі з тим, щоб далі вибудувати індекс чи рейтинг, що дасть змогу розробити національну модель розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні [85].

Тепер перейдемо до розгляду оцінки СЕВП перед власниками. Слід зауважити, що власник виступає не тільки тією особою, що приймає рішення відносно реалізації соціальних програм на своєму підприємстві, але й також реципієнтом. А. Керрол, один із основоположників сучасної КСВ, зауважує, що отримання прибутку є основою соціальної відповідальності будь-якої компанії. Те саме стосується і власників підприємств – соціально-економічна відповідальність перед ними проявляється в отриманні прибутку, його максимізації та збільшенні доходності акцій. Саме, виходячи з цього, й була розроблена система показників, що пропонується (табл. 3.24). Вагому частину з них складають показники, які відображають рівень прибутковості підприємства, стійкості та можли-

вості швидко реагувати на потреби ринку. Це стосується економічних показників рентабельності, ліквідності та фінансової стійкості. Тому що саме власники найбільше зацікавлені в ефективній роботі свого підприємства.

**Таблиця 3.24. – Показники оцінки СЕВП перед власниками підприємств**

Категорія	Показники	Кількісний/якісний
Власники	Коефіцієнт фінансової автономії.	Кількісний
	Коефіцієнт фінансової залежності.	Кількісний
	Коефіцієнт фінансового ризику.	Кількісний
	Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел.	Кількісний
	Коефіцієнт поточної ліквідності.	Кількісний
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності.	Кількісний
	Коефіцієнт швидкої ліквідності.	Кількісний
	Рентабельність сукупного капіталу.	Кількісний
	Операційна рентабельність продажів.	Кількісний
	Чиста рентабельність продажів.	Кількісний
	Коефіцієнт оборотності активів.	Кількісний
	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості.	Кількісний
	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості.	Кількісний
	Коефіцієнт прибутковості акцій	Кількісний
	Ставка доходу на оплачений капітал.	Кількісний

\*Власна розробка автора.

Отже, з таблиці 3.24 видно, що основні показники, за якими пропонується оцінювати рівень СЕВП перед власниками, це економічні коефіцієнти, які вимірюють рівень прибутковості підприємства та відображають ефективність його роботи. Основу цієї групи складають показники фінансової автономії та рентабельності, а також ліквідності підприємства. Також важливим є рівень доходності акцій та дивідендів, тому що велика кількість підприємств є акціонерними та стейкхолдери зацікавлені в збільшенні своїх прибутків. Вибір таких показників обумовлений основою КСВ будь-якого підприємства

(за А. Керролом) в отриманні прибутку, що можна пояснити тим, що чим більший прибуток підприємства, тим більше зацікавлені сторони отримують від цього: власники – прибуток, працівники – заробітну плату, суспільство та держава – більше податкових відрахувань. Саме це й обумовлює вибір даних показників.

Перейдемо до розгляду показників, що оцінюють СЕВП перед споживачами та постачальниками та конкурентами. Виходячи із форм та інструментів СЕВП, які можуть бути застосовані до цих груп, пропонуються наступні показники:

**Таблиця 3.25. – Показники оцінки СЕВП перед споживачами, партнерами та конкурентами**

<b>Категорія</b>	<b>Показники</b>	<b>Кількісний/якісний</b>
<b>Споживачі</b>	Співвідношення ціни продукції компанії із середньою по галузі.	Кількісний
	Витрати на покращення матеріальної бази виробництва, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на впровадження нових технологій виробництва, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на інноваційні дослідження в сфері діяльності, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на рекламу, тис. грн.	Кількісний
	Наявність міжнародних сертифікатів якості в сфері виробництва.	Якісний
	Впровадження нової продукції більш високої якості, що підтверджено відповідними сертифікатами.	Якісний
<b>Постачальники/ конкуренти</b>	Витрати на оплату поставок, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на оплату штрафів та компенсацій за невиконання договірних зобов'язань, тис. грн.	Кількісний
	Наявність корпоративної етики по відношенню до конкурентів.	Якісний
	Наявність випадків порушення термінів оплати чи поставок.	Якісний
	Укладання договорів із партнерами про вирішення нагальних соціальних проблем в суспільстві.	Якісний

\* Власна розробка автора

Отже, видно, що показники, які оцінюють СЕВП перед такими групами як споживачі та постачальники/конкуренти, охоплюють ті сфери, в яких може проявлятися соціально-економічна відповідальність підприємств щодо цих груп.

Перед споживачами основною відповідальністю виступає – виробництво якісної продукції та надання того асортименту товарів, в якому зацікавлено суспільство. Саме тому й основним предметом оцінювання є відрахування на покращення матеріальної бази та впровадження нових технологій та досліджень в діяльність компанії, наявність міжнародних сертифікатів виробництва, що підтверджують високу якість продукції. Крім того, важливим вважається фінансування власних розробок та досліджень з підвищення якості продукції у цій сфері.

Перед постачальниками та конкурентами СЕВП проявляється в основному в сумлінному веденні бізнесу. Саме з цього ми виходили при обґрунтуванні показників, покладених в основу оцінки цієї групи зацікавлених осіб. Оцінити цю категорію вкрай важко, але представлені показники вважаються доцільними та достатньо описовими.

Найбільш чисельна група показників буде представлена для категорії «суспільство/держава». Деякі вчені розділяють суспільство та державу за принципом «зацікавленості», але ми вважаємо, що їх можна об'єднати з огляду на те, що від прибутку держави вииграє суспільство. Також важливо зауважити, що в цих групах форми та інструменти СЕВП перетинаються. Прикладом може виступати така категорія як «створення якісної продукції», яка вже була згадана при описі показників для споживачів. Але ми не можемо заперечувати, що це є важливим й для суспільства взагалі. Тому, щоб уникнути повторень, ми будемо визначати показники, виходячи із масштабів самої категорії і якщо показник може бути важливим для декількох категорій, але вже був згаданий раніше, то в цьому випадку ми його не використовуємо.

У таблиці 3.26 представлено показники для оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва перед суспільством та державою.

**Таблиця 3.26. – Показники оцінки СЕВП перед суспільством та державою**

Категорія	Показники	Кількісний/якісний
Суспільство/ держава	Кількість працюючих на підприємстві	Кількісний
	Кількість молоді, зайнятої на підприємстві	Кількісний
	Витрати на сплату податків, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на сплату ЄСВ до Пенсійного Фонду, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на виплату штрафів за забруднення повітря, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на сплату штрафів за порушення законодавства України, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на благодійну допомогу, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на спонсорську діяльність, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на соціальні інвестиції, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на соціально-відповідальний маркетинг, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на благодійний маркетинг, тис. грн.	Кількісний
	Витрати на покриття грошових грантів в сфері розвитку громадянського суспільства, покращення добробуту населення, дослідження та розробки в сфері покращення якості життя населення України.	Кількісний
	Наявність чи розробка програми покращення умов життя населення чи розвитку громадянського суспільства.	Якісний
	Поширення інформації та проведення роз'яснювальної роботи із розвитку практик КСВ в бізнес-середовищі.	Якісний
	Участь та розробка спільно із державою в розвитку місцевих громад.	Якісний
	Участь в державних програмах з розвитку місцевих громад.	Якісний
	Організація чи спільна участь в благодійному маркетингу, кількість проведених заходів.	Якісний
	Наявність сайту компанії з інформацією про заходи в соціальній сфері.	Якісний
Наявність корпоративного кодексу компанії.	Якісний	
Надання соціальної звітності.	Якісний	

\* Власна розробка автора

Показники, що оцінюють СЕВП перед суспільством та державою, характеризуються широкою сферою охоплення, що пояснюється масштабністю самої групи. Чисельні як кількісні показники, так і якісні. Умовно їх можна поділити на податкові чи відрахування в бюджет та пов'язані із соціальними програмами. Податкові відрахування є основним при наповненні бюджету країни, що дає змогу надавати соціальні гарантії громадянам країни. Тому важливим при цьому є легальне ведення бізнесу, добросовісна діяльність та легалізація ринку праці [85].

Інша частина показників характеризує саме соціальні заходи з боку компанії, які можуть бути реалізовані у вигляді як благодійності, спонсорства, так і соціальних інвестицій, соціального маркетингу, благодійного маркетингу, надання грошових грантів, що дає змогу підвищувати якість життя та добробут населення. Також важливою є участь підприємства в державних програмах розвитку громад, розробці власного проекту підвищення добробуту населення, громадянської свідомості, якості життя.

Отже, було представлено показники, які пропонується враховувати при оцінці СЕВП для формування системи національного регулювання цієї сфери. Запропоновані показники поділені за групами зацікавлених осіб, а саме: працівники (персонал підприємства), власники, споживачі, постачальники та конкуренти, суспільство та держава. Вибір того чи іншого показника залежав від основних форм реалізації соціально-економічної відповідальності, які можуть бути реалізовані для зацікавлених груп. Оцінка представлена як кількісними, так і якісними показниками. Звичайно, що при оцінці по групах можуть збігатись очікувані результати, й тому може відбува-

тись дублювання показників, але було запропоновано використання показника один раз виходячи із сфери масштабності групи.

Проблема вибору показників для оцінки СЕВП полягає в широті охоплення самої сфери, і поєднанням не тільки соціальної компоненти, але й економічної. Саме тому, при її оцінці запропоновано групу економічних коефіцієнтів, які визначають прибутковість компанії, ефективність вкладених грошей. Велику увагу приділено сектору відрахувань як на розвиток персоналу самої компанії, так і на інвестування в розвиток громади, добробут суспільства, підвищення якості життя населення. Якісні показники враховують наявність чи відсутність різних соціальних ініціатив: створення нових робочих місць, надання соціальних звітів, поширення інформації через сайт компанії, наявність корпоративного кодексу компанії тощо. Запропоновані показники стануть основою для розробки авторської моделі оцінки СЕВП України для формування узагальненого індексу, що надасть змогу державі формувати рейтинг підприємств та на національному рівні розвивати соціально-економічну відповідальність підприємництва з огляду на досвід лідерів та застосовуючи регулятори для інших компаній.

Для більш глибокого дослідження соціально-економічної відповідальності бізнесу необхідним є визначення ролі звітності при її оцінці. Як зазначає В. А. Євтушенко, оцінювання соціальної відповідальності відбувається за допомогою соціальної звітності, індексним і рейтинговим, якісними і кількісними методами [118]. В цьому дослідженні предметом вивчення є саме соціальна звітність, основні її приклади, які отримують широке застосування в сучасній світовій бізнес-практиці.

Соціальна звітність в широкому розумінні – це звіти компанії, що включають не тільки інформацію про результати економічної діяльності, а й соціальні, екологічні показники.

Ключовим аспектом роботи над соціальним звітом є його оцінка та верифікація незалежним аудитором, а також використання отриманих в ході створення звіту результатів у подальшому розвитку соціальної відповідальності організації. Здійснення цієї процедури дає компанії гарантію третьої сторони в тому, що опубліковані в звіті відомості достовірні і він не є рекламою [215]. Ці звіти можуть бути використані при оцінці СЕВП, так як дають реальну інформацію про дії підприємства в цій сфері.

М. М. Шигун та Т. В. Давидюк надають іншу характеристику цього поняття: «Нефінансова звітність (соціальна звітність, звітність зі сталого розвитку) – це документально оформлена сукупність даних компанії, що відображає середовище її існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства. Нефінансова звітність є інструментом соціальної відповідальності бізнесу» [319, с. 176]. Та виступає інструментом СЕВП, оскільки висвітлює діяльність компанії з її реалізації [92].

Сама ідея складання звітності про соціальну відповідальність бізнесу виникла на початку 80-х років минулого сторіччя, коли фонди соціальних інвестицій у Великій Британії і США почали відстежувати соціальні аспекти діяльності компаній та загалом етику бізнесу. Тобто, заходи з провадження інноваційних рішень щодо соціальної відповідальності бізнесу, жорсткіші вимоги бізнес-партнерів один до одного зумовили появу такого поняття, як «звіт із соціальної відповідальності бізнесу», і спричинили «уведення

нових правил бухгалтерського та управлінського обліку» [161, с. 102-104].

Процес поширення принципів соціальної відповідальності відбувається одночасно на національному та міжнародному рівнях. Так, у 1996 році була утворена Європейська бізнес-мережа «КСВ – Європа» (European Business Network – CSR Europe), головними завданнями якої є популяризація ідей та розповсюдження досвіду впровадження принципів соціальної відповідальності. Організація складається з центральної ради та національних і регіональних рад, з якими співпрацює понад тисяча компаній [92].

Наступним кроком стало створення у 1997 році за підтримки Комісії ООН з навколишнього середовища Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting Initiative), з метою розробки уніфікованого стандарту звітності підприємств у галузі стійкого розвитку. Це стало важливим для подальшого розвитку СЕВП, адже формування нефінансових звітів за стандартом Global Reporting Initiative (GRI) є показником рівня підприємства.

У 2000 році був утворений «Глобальний договір» (Global Compact), учасниками якого стали найбільші компанії світу. Керівними органами цієї установи було сформульовано 10 ключових принципів (що регулюють трудові відносини, екологічні аспекти діяльності компанії та дотримання прав людини), яких зобов'язуються дотримуватися члени організації [50].

В Україні перший звіт із корпоративної соціальної відповідальності був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією «Систем Капітал Менеджмент» (СКМ), що дозволило стати лідером серед компаній, які розвивають СВБ. СКМ і досі є однією із

представників вітчизняного бізнесу, який формує звітність за стандартом GRI [261].

Необхідно наголосити, що не існує однозначної думки щодо загальної назви звітів про різні аспекти соціальної відповідальності бізнесу. У світовій та вітчизняній практиці використовуються такі дефініції, як «соціальний звіт» (Social reporting), «звіт із корпоративної соціальної відповідальності» (Corporate Social Responsibility Reporting), «звіт із корпоративної відповідальності» (Corporate Responsibility Report), «звіт із прогресу» (Progress Report), «звіт зі сталого розвитку» (Sustainable Development Reporting) та ін. Названі форми звітів характеризуються: спільною метою – надати інформацію про результати діяльності підприємства у соціальній сфері, вплив на навколишнє середовище та ін. [161].

Проаналізуємо світовий досвід у формуванні нефінансової звітності. Так, виділяють три форми формування звітності: довільна форма (найбільш поширена форма звіту, не вимагає проведення соціального аудиту); комплексні звіти: за методом потрійного підсумку; за методом Лондонської групи та за методом групи корпоративного громадянства; стандартизовані звіти (надають переваги перед попередніми, які полягають у можливості порівняння із звітами інших компаній, побудови рейтингу) [161; 261].

Міжнародна практика СББ свідчить: найбільш поширеними стандартами ведення соціального обліку та підготовки нефінансової звітності сьогодні є GRI та AA1000, вибір яких залежить від потреб компанії [40].

Формування нефінансових звітів за стандартом GRI сприяє підвищенню конкурентоспроможності компанії у сфері залучення інвестицій та участі в тендерах міжнародних організацій. Стандарт

містить переважно кількісні показники результативності компанії за трьома напрямками – економіка, екологія, соціальна політика – і поширений серед компаній, які запроваджують практику соціальної звітності, оскільки за формою наблизений до фінансового звіту і складається практично за тими самими принципами. Гнучкість GRI забезпечує можливість використовувати індикатори ставлення до суспільства та навколишнього середовища, не змінюючи звичайної практики ведення фінансової звітності та стратегічного планування. При цьому компанія повинна забезпечити зв'язок між звітністю, що можливо завдяки наскрізності принципів соціальної та фінансової звітності [40, с. 40-42].

Цей стандарт включає 46 основних і 33 допоміжних показника результативності компаній за чотирма напрямками: економіка, продукція, екологія та соціальна політика. За динамікою цих показників, які охоплюють практично всі сторони діяльності компанії, можна робити висновки про її результативність та ефективність. Але варто зазначити, що поряд з рекомендованими показниками економічної, екологічної й соціальної результативності керівництво GRI не виключає можливості використання компанією, яка складає звіт, додаткових, у тому числі оригінальних і специфічних показників за вибором самої бізнес-організації [314].

Отже й враховує оцінку саме соціально-економічної відповідальності за рахунок обліку інструментів, які використовує компанія при здійсненні СВБ.

Рекомендації стандарту GRI сприяють підвищенню конкурентоспроможності компанії в галузі залучення інвестицій та участі в тендерах міжнародних організацій. За дотримання компанією кількості критеріїв у звіті, вона отримує рейтинг А, В, С, а при підтве-

рджени їх аудитом, відповідно отримує рейтинг А+, В+, С+. Для компаній форма звіту за даним стандартом є найбільш складною серед стандартизованих звітів. В Україні одним із перших оприлюднив звіт відповідно до системи GRI «Надра Банк» [261].

Перші звіти такого формату з'явилися ще наприкінці 1990-х. Сьогодні в розвинених країнах нефінансову звітність за стандартами GRI надають уже більше 4000 компаній, що є представниками як великого, так і малого бізнесу.

В Україні підготовка нефінансових звітів все ще є прерогативою великих національних компаній та представництв міжнародних корпорацій. Але помітна позитивна динаміка. І, що є особливо важливим, у 2016 році впроваджувати звіти з використанням стандартів GRI почали великі державні підприємства (Енергоатом). Згідно з прогнозами, 2017 рік стане ще прогресивнішим завдяки зацікавленості як з боку інвесторів та кредиторів, так і з боку українського суспільства та співробітників компаній. У 2016 році звіт за цим стандартом склали 15 українських підприємств [232].

Наступним звітом, який буде проаналізовано та який виступає одним із головних, є стандарт AA1000, який слугує доповненням до стандарту GRI, оскільки визначає процедуру підготовки та перевірки соціального звіту, індикатори оцінки. Найважливіша ідея зазначеного стандарту – посилення підзвітності бізнесу суспільству завдяки максимальному залученню стейкхолдерів, урахуванню їхньої думки під час аналізу діяльності компанії [40].

Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability) – це звіт за оцінкою успіху організації в економічному, екологічному та соціальному середовищі, заснований на діалозі із стейкхолдерами, який може проходити аудит. Був розроблений Інститутом соціальної та

етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability) в 1999 році. Стандарт носить універсальний характер і підходить більше для компаній, діяльність яких суттєво впливає на суспільство.

Основними етапами процесу формування соціальної звітності у відповідності до вимог цього стандарту є уточнення цінностей та завдань компанії, збір та узагальнення інформації у звітності та її аналіз, проведення зовнішнього аудиту [261]. Цей звіт також може бути використаний при оцінці СЕВП, оскільки він оцінює як економічну складову (отримання прибутку – основа економічної відповідальності за А. Кероллом) та соціальні ініціативи компанії.

На відміну від GRI, AA 1000 є не стандартом звітності, а стандартом організації обліку, який дозволяє як ефективно збирати інформацію про соціальні проекти компанії, так і визначати «слабкі місця» у соціальній відповідальності компанії.

Стандарт AA 1000 визначає процедури, які організація повинна здійснювати з метою обліку, аудиту і звітності про свою діяльність. Відповідно до вимог стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є: планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення/уточнення цінностей і завдань компанії тощо), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, визначення індикаторів оцінки, збір і оцінка інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією [314].

Іншим важливим документом для регулювання СЕВП українських підприємств є стандарт SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність». Він визначає вимоги із соціальної відповідальності, дотримання прав працівника, регламентацію дитячої праці, охорони праці.

Social Accountability 8000 (SA 8000) – це стандарт сертифікації, який стимулює компанії до розробки, розвитку та підтримці КСВ на робочому місці – створення найкращих умов праці. Положення стандарту ґрунтуються на міжнародних нормах захисту прав людини, і в першу чергу конвенціях Міжнародної організації праці. Стандарт SA 8000 оцінює діяльність компаній по 8 ключових напрямках: дитяча праця; здоров'я та безпека; дискримінація; тривалість робочого часу; оплата праці; примусова праця; свобода формування об'єднань і свобода переговорів між роботодавцем і профспілками; дисциплінарні стягнення [82]. Він дає можливість компанії розробляти і реалізувати політику й методи управління, які можна контролювати або на них впливати [258]. Стосовно СЕВП цей стандарт може бути застосований при оцінці гідної оплати праці, забезпечення здоров'я та безпеки труда, а також дисциплінарні стягнення.

Одним із важливих документів виступає стандарт ISO 26000, який є міжнародним та дає вказівки щодо СББ. Стандартом ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», визначаються основні принципи соціальної відповідальності: підзвітність; прозорість; етична поведінка; взаємодія з зацікавленими сторонами; правові норми; міжнародні норми; права людини. Цей стандарт пропонує настанови щодо принципів соціальної відповідальності, ключових суб'єктів та звітів, які мають відношення до соціальної відповідальності, а також шляхів інтеграції соціально відповідальної поведінки до існуючих організаційних стратегій, систем, практик та процесів [82]. Цей стандарт, подібно до попередніх, може бути використаний при оцінці СЕВП в межах того, які інструменти

застосовує підприємство для сприяння сталому розвитку, забезпечення добробуту суспільства.

Стандарти Саншайн стосуються надання корпоративних звітів для зацікавлених сторін і прийняті 1996 року в США Альянсом стейкхолдерів. Ці стандарти містять принципи, за якими корпорації мають надавати відомості для їх регулярної публікації в щорічному «Корпоративному звіті для зацікавлених сторін». Це – дані, що стосуються клієнтів (про товари та послуги); працівників (гарантії зайнятості, безпеки та оздоровлення, рівні можливості при прийнятті на роботу); інформація для місцевих громад (структура власності, фінансові показники, вплив на довкілля, обсяг податкових виплат, кількість створених робочих місць); а також інформація для широких кіл (виконання державних замовлень, штрафи компанії тощо) [50]. Але зазначені стандарти визначають лише напрями формування інформації та формат їх представлення. Хоча стандартами передбачена заборона на представлення інформації рекламного характеру, звітність складена за даними стандартами буде мати суто описовий характер діяльності підприємства. Так, відсутні конкретні вимоги щодо показників звітності та механізму їх формування [272]. Тому автор вважає, що до оцінки саме СЕВП їх долучати не має сенсу, через суб'єктивний характер надання інформації у них.

Після проведеного теоретичного огляду основних форм нефінансової звітності, яка може бути використана для оцінки СВБ, можна зробити наступні висновки: у світі з кінця ХХ ст. почали розвиватися різні форми соціальної звітності, що пов'язано із динамічним розвитком категорії сталого розвитку, а також поглибленням взаємозв'язку економічного та соціального в усіх сферах підприємництва. Суспільство все більше розуміє, що для здобуття економічних результатів, необхідний соціальний розвиток чи-то персоналу, спожи-

вачів або соціуму, в якому діє підприємство [81]. Саме це й спричинило появу нових та поглиблення старих інструментів соціальної відповідальності бізнесу. Одними із яких є соціальна звітність у вигляді Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting Initiative), Стандарту AA1000, Стандарту SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність», Стандарту ISO 26000 та інших. Завдяки рекомендаціям, які зазначені у цих документах, може бути оцінена СВБ у напрямку економічному, соціальному та екологічному. Оскільки в даній статті ці стандарти розглядаються з точки зору соціально-економічної відповідальності бізнесу, то й проаналізовано можливість їх використання для оцінки СЕВП. Усі вони можуть бути застосовані для цього в межах аналізу задіяння підприємством інструментів СЕВП для здійснення соціальних ініціатив. Стандарти Саншайн вважаються не прийнятими для оцінки СЕВП, оскільки носять лише рекомендаційний характер стосовно формування інформації, й, як наслідок, можуть бути суб'єктивними.

Проаналізуємо ще один метод оцінки СЕВП – індексний, який є достатньо поширеним в міжнародній практиці, що пояснюється сферою можливого застосування індексів – формування рейтингової оцінки на основі фондових та нефондових індексів, визначення яких свідчить про рівень соціальної відповідальності компаній в рамках певної оціночної шкали [72, 299].

Спеціалізовані індекси, за допомогою яких може бути визначений рівень СЕВП можна подіти на фондові індекси (DSI 400 (Domini Social Index 400), DJSI (Dow Jones Sustainability Index), FTSE4Good та інші) та нефондові індекси та рейтинги (Accountability Rating; Business in the Community's Corporate Responsibility Index; Social Index Датського міністерства соціальної політики та інші) [314].

У табл. 3.27 представлено основні їхні характеристики.

**Таблиця 3.27. – Характеристика індексів для оцінки СЕВП**

Назва індексу	Об'єкти оцінки	Основна характеристика та недоліки
<b>Фондові індекси</b>		
Індекс Доу-Джонса зі сталого розвитку (Dow Jones Sustainability Indexes – DJSI).		<p>Був запроваджений в умовах переходу до сталого розвитку і поширення соціальної відповідальності підприємництва 8 вересня 1999 року за ініціативи бізнес-співтовариства.</p> <p>Оцінює організаційну структуру управління; інтелектуальну здатність до інновацій; активність компанії в соціальній сфері; заходи, спрямовані на захист оточуючого середовища. Серед недоліків можна назвати наступні: не може бути застосований до усіх підприємств; не враховує усіх стейкхолдерів.</p>
<p>Dow Jones Sustainability World Indexes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Dow Jones Sustainability World Index (світовий композитний індекс);</li> <li>– Dow Jones Sustainability World Indexes Alcohol (спеціалізований індекс, який виключає алкогольні компанії);</li> <li>– Dow Jones Sustainability World Indexes Tobacco (спеціалізований індекс, який виключає тютюнові компанії);</li> <li>– Dow Jones Sustainability World Indexes Gambling (спеціалізований індекс, який виключає компанії, зайняті гральним бізнесом);</li> <li>– Dow Jones Sustainability World Indexes Armaments &amp; Firearms (спеціалізований індекс, який виключає виробників зброї);</li> <li>– Dow Jones Sustainability World Indexes Alcohol, Tobacco, Gambling, Armaments&amp;Firearms (спеціалізований індекс, який виключає виробників алкоголю, тютюнових виробів, зброї та представників грального бізнесу).</li> </ul>	<p>10% кращих з точки зору сталості й корпоративної відповідальності компаній із найбільших 2500 компаній, які входять до складу DowJonesGlobalIndex.</p>	<p>Група індексів Dow Jones Sustainability World Indexes (DJSI World) інтегрується з індексами Dow Jones Global Index, що обумовлює використання єдиної методології розрахунку, перегляду та публікації. Розрахункова база індексів DJSI World складається із більше, ніж 300-от компаній, які представляють 10% найкращих з точки зору корпоративної відповідальності і сталості компаній за 64-ма промисловими групами із 33 країн світу, охоплених глобальними індексами DJ.</p>

Продовження табл. 3.27

1	2	3
<p>Європейські Dow Jones STOXX Sustainability Indexes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Dow Jones STOXX Sustainability Index (комполитний загальноєвропейський індекс);</li> <li>– Dow Jones EURO STOXX Sustainability Index (комполитний індекс для країн Євросоюзу);</li> <li>– Dow Jones STOXX Sustainability Indexes Alcohol, Tobacco, Gambling, Armaments &amp; Firearms (спеціалізований загальноєвропейський індекс, який виключає виробників алкоголю, тютюнових виробів, зброї та представників грального бізнесу);</li> <li>– Dow Jones EURO STOXX Sustainability Indexes Alcohol, Tobacco, Gambling, Armaments &amp; Firearms (спеціалізований індекс для країн Євросоюзу, який виключає виробників алкоголю, тютюнових виробів, зброї та представників грального бізнесу).</li> </ul>	<p>кращі 20% компаній, які входять до складу Dow Jones STOXX 600 Indexes.</p>	<p>Запроваджений 15 жовтня 2001 року. За методологією та розрахунками аналогічний світовому. Індекси групи Dow Jones STOXX Sustainability Indexes інтегруються з індексами Dow Jones STOXX.</p>
<p>Domini Social Index (DSI 400).</p>	<p>Оцінює соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших за капіталізацією компаній.</p>	<p>Оцінка на основі рейтингу KLD за 9 факторами, що характеризуються за принципом «сильних та слабких позицій». Недоліки: не може бути застосована до усіх підприємств; не враховує усіх стейкхолдерів.</p>
<p>FTSE4 Good.</p>	<p>Фінансові, соціальні і екологічні показники підприємств, що не відносяться до «заборонених галузей».</p>	<p>Недоліки: не може бути застосована до усіх підприємств; не враховує усіх стейкхолдерів.</p>

Продовження табл. 3.27

1	2	3
Large Cap Social Index (LCSI).	До уваги беруться соціальні і екологічні критерії діяльності підприємств.	Недоліки: не може бути застосована до усіх підприємств; не враховує усіх стейкхолдерів.
		Базується на оцінці діяльності компанії різними групами зацікавлених осіб. Оцінює переважно з позицій добродійності. Недоліки: не враховуються екологічні, економічні результати діяльності підприємства.
		Визначає для внутрішніх та зовнішніх осіб рейтингові компанії з пріоритетом кадрової політики, рівня здійснення соціальних програм та подолання дискримінації на робочому місці. Недоліки: не враховуються екологічні, економічні результати діяльності підприємства.
Індекс екологічної стійкості, який визначає екологічну стійкість підприємства в частині збереження природних ресурсів, динаміки рівня забруднення навколишнього середовища, екологічну політику управління (21 критерій).		Недоліки: не враховуються економічні результати діяльності підприємства.
		Методологія розроблена за стандартам підготовки соціальних звітів AA1000 та GRI. Особливістю є можливість оцінки нефінансової діяльності підприємств на всіх етапах її розробки та впровадження. Невід'ємною складовою даного рейтингуї стандарту звітування AA1000, є налагодження активної співпраці з зацікавленими сторонами, урахування їх поглядів при плануванні нефінансової діяльності.
		Методика визначення схожа на методику визначення AccountabilityRating. Це стосується основних напрямів діяльності підприємства, які оцінюються під час його розрахунку та охоплюють розробку й інтеграцію стратегії КСВ у діяльність програм. Не передбачає поділу діяльності підприємства на фінансову та нефінансову, що, в свою чергу, дозволяє уникнути проблеми ідентифікації джерел виникнення та наслідків впливу КСВ діяльності підприємства.

\* Складено на основі [24; 278; 293]

На основі таблиці можна дійти висновку, що індексів достатньо багато, але найбільш численно представленим є індекс Доу-Джонса. Так, індекс Доу-Джонса (DJ) є «найстарішим» серед існуючих американських ринкових індексів [314]. Розраховується за великою кількістю параметрів шляхом заповнення підприємствами спеціальних щорічних анкет. Отримані дані перевіряються спеціально уповноваженим аудитором – сьогодні це авторитетне консалтингове підприємство Price waterhouse Coopers. Близько 60% параметрів є однаковими для всіх підприємств незалежно від їх галузевої спрямованості, решта – диференційовані відповідно до секторів економіки. Методика охоплює лише деякі аспекти роботи підприємства, та не всіх зацікавлених сторін підприємства, як і власне зацікавленість самого підприємства [30].

При виборі компаній для включення в індекси сталості Dow Jones використовується принцип визначення кращих у своїй галузі компаній (best-in-class approach). Індекси DJSI виключають компанії, які отримують прибуток від виробництва алкоголю, тютюнових виробів, зброї, а також компанії, зайняті гральним бізнесом. Також в усіх індексах DJSI відсутні компанії, які отримують більше 50% доходів від реалізації зброї. Основними сферами, за якими оцінюються компанії, є: політика відносин з працівниками (забезпечення умов для всебічного розвитку працівників, дотримання принципів недискримінації та рівних можливостей), громадянським суспільством (система реалізації та оцінки ефективності благодійних програм, практика підготовки соціальних звітів), система охорони навколишнього середовища (характеристика системи екоменеджменту), система корпоративного управління (система ризик-менеджменту, внутрішній кодекс) [259].

Отже, для оцінки соціально-економічної діяльності підприємств корисними можуть бути наступні індекси:

- фондові (Доу-Джонса, Domini Social Index, FTSE4 Good);

-нефондові (Corporate Philanthropy Index, Corporate Responsibility Index).

Вони оцінюють компанії за напрямками, які стосуються саме соціально-економічної діяльності підприємств. Інші спрямовані на оцінку екологічної складової КСВ.

Вищенаведене дає нам можливість зробити висновки щодо індексного методу оцінювання КСВ та напрямків його застосування при оцінці СЕВП. У світі існує ряд індексів, за якими будуються рейтинги, їх можна поділити на фондові та нефондові, але не всі з них можуть бути використані при аналізі СЕВП, тому що деякі з них носять суто екологічний аспект, не торкаючись інших. Індeksi, які є корисними для оцінки СЕВП, це – Індекс Доу-Джонса, Domini Social Index, FTSE4 Good, Corporate Philanthropy Index, Corporate Responsibility Index.

В Україні також розроблений Індекс прозорості, який складається з 2011 року і який оцінює діяльність підприємств не тільки за результатами КСВ, але й за тим як воно висвітлено. У цього Індeksu є ряд недоліків: по-перше, він оцінює ті підприємства, які ввійшли до рейтингу Forbes Топ-200, а по-друге, він більше орієнтований саме на аналіз сайтів, тоді як не всі компанії висвітлюють свої останні події в цій сфері. Хоча цей підхід інаближається до сучасних. Цей Індекс може бути застосований також для оцінки СЕВП, оскільки побудований на соціальній звітності, що є інструментом соціально-економічної відповідальності підприємництва. Також він враховує фінансові показники діяльності компанії, що є важливим елементом економічної основи соціальної відповідальності бізнесу [73].

Взагалі, в якості методичного підходу оцінки СЕВП запропоновано оцінку підприємств за групами кількісних та якісних показників перед кожною групою стейкхолдерів, що дозволить найбільш повно відобразити рівень та масштаб відповідальності конкретного підприємства. Для оцінки можуть бути використані основні фінансові форми звітності та нефінансові звіти, що можуть бути розроб-

лені за методикою GRI. Також для оцінки СЕВП запропоновано використання індексів, які надають можливості формування рейтингів підприємств, що можуть бути корисними при реалізації трансформованого механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні.

### **3.3. Соціально-економічна відповідальність бізнесу в Україні та світі: аналіз стану реалізації**

Оскільки основою соціально-економічної відповідальності підприємництва виступає саме економічне підґрунтя діяльності бізнесу, то для повноцінного аналізу СЕВП в Україні необхідним є аналіз рентабельності операційної діяльності підприємств за розмірами, як основний показник ефективності діяльності підприємства. У табл. 3.28 наведено рівень рентабельності операційної діяльності підприємств України у 2010-2016 рр.

**Таблиця 3.28 – Рентабельність операційної діяльності підприємств України за розмірами, 2010-2016 рр.<sup>1</sup>**

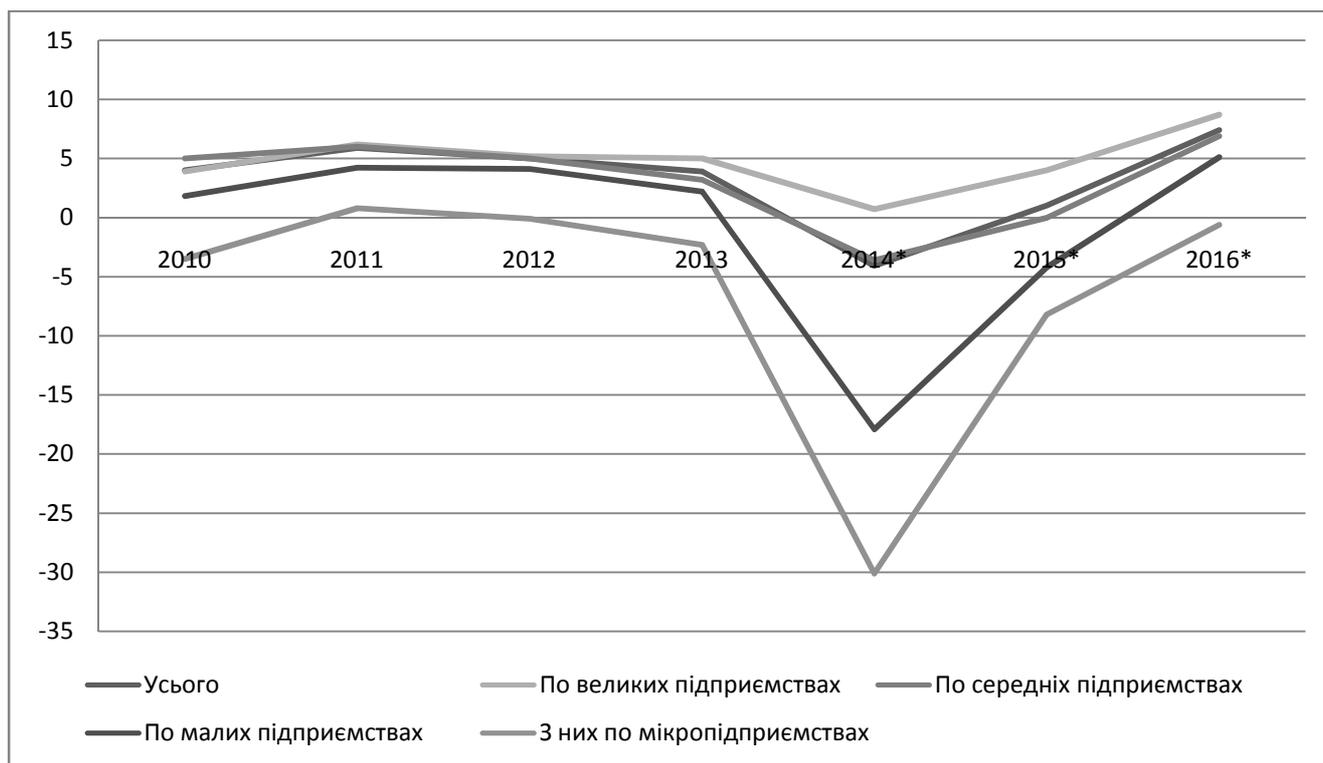
	2010	2011	2012	2013	2014*	2015*	2016*
<b>Усього</b>	4,0	5,9	5,0	3,9	-4,1	1,0	7,4
<b>По великих підприємствах</b>	3,9	6,2	5,2	5,0	0,7	4,0	8,7
<b>По середніх підприємствах</b>	5,0	6,0	5,0	3,2	-3,6	0,0	6,9
<b>По малих підприємствах</b>	1,8	4,2	4,1	2,2	-17,9	-4,2	5,1
<b>З них по мікропідприємствах</b>	-3,5	0,8	-0,1	-2,3	-30,1	-8,2	-0,6

\*Без урахування території зони АТО та окупованої території АР Крим

<sup>1</sup> Складено автором на основі Аналітичної доповіді до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». – К. : НІСД, 2017. – 928 с.

У таблиці наведено дані в залежності від розмірів підприємств, які прийняті офіційно в нашій країні. З таблиці та рис. 3.10 видно, що рентабельність підприємств у досліджуваний період змінювалась згідно загальних тенденцій змін макроекономічних показників в Україні. Найбільший спад спостерігається, починаючи з 2014 р., що пов'язано із загостренням політичної, економічної та військової ситуації в країні.

Найбільшу рентабельність показують великі підприємства, а у 2014 р. можна спостерігати найбільше зниження показника рентабельності й різке зростання у наступні роки. Середні підприємства також відрізняються достатнім рівнем рентабельності операційної діяльності та нарощуванням потужностей після 2014 р.



**Рисунок 3.10. – Динаміка показників рентабельності операційної діяльності підприємств України за розмірами, 2010-2016 рр.**

А ось малі та мікропідприємства виявляють найбільшу вразливість від подій в державі. Хоча й вони вже повернулись до показників зростання, а мікропідприємства поки ще не змогли підвищити свою рентабельність. Звідси можна зробити висновок, що найбільший рівень економічної відповідальності, який проявляється у ефективній роботі підприємств, у великих підприємств, які за останні два роки змогли підвищити свою рентабельність до показників, що передували 2014 р. та навіть перевищили ці показники. Після них йдуть середні за розміром підприємства. А малі підприємства, в тому числі мікропідприємства, значно знизили рівень своєї економічної відповідальності протягом 2014-2015 рр. Хоча тенденція до покращення ситуації є.

Наступним показником, що буде відображати рівень соціально-економічної відповідальності підприємництва, стане показник наявності нефінансової звітності на підприємстві.

В Україні на цей час склалась тенденція до підготовки нефінансових звітів великими національними компаніями та представниками ТНК, які оперують на нашому ринку. Хоча й спостерігається позитивна динаміка: кількість компаній, які складають звіти, щороку зростає й у 2016 р. вперше нефінансовий звіт за стандартом GRI почали складати державні підприємства. Підготовка нефінансових звітів все ще є прерогативою великих національних компаній та представництв міжнародних корпорацій. Згідно із прогнозами, 2017 рік мав би стати ще прогресивнішим завдяки зацікавленості як з боку інвесторів та кредиторів, так і з боку українського суспільства та співробітників компаній [212].

Згідно з даними Baker Tilly, в Україні нефінансові звіти за стандартом GRI у 2016 році мали опублікувати 15 компаній. А вза-

галі динаміка українських компаній, які надають нефінансову звітність з 2007 по 2016 роки представлена на рис. 3.11.



\* дані за 2016 рік прогнозовані компанією Baker Tilly

**Рисунок 3.11. – Кількість звітів за стандартом GRI**

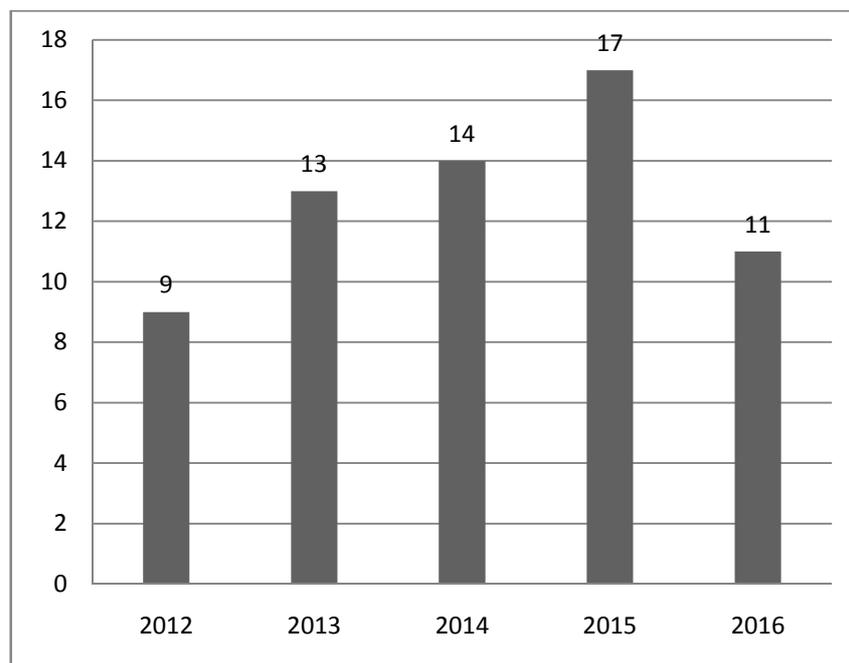
З рисунку видно, що кількість звітів за світовими стандартами зростає, що пояснюється посиленням уваги до соціальної відповідальності бізнесу.

У представленому нижче аналізі Індексу прозорості за 2016 рік зазначено наступну кількість підготовлених звітів серед 100 найбільш успішних компаній України (рис. 3.12).

Зазначено, що майже усі вони підготовлені за GRI, але з рисунка видно, що в 2016 році кількість звітів на цих двох рисунках значно відрізняється, що пояснюється тим, що на попередньому рисунку це число було прогнозованим.

Як уже згадувалось, в Україні у 2011-2012 рр. Центром «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» (Центр) почав визначатись Індекс прозорості та підзвітності компаній України (Індекс) щодо впровадження технологій КСВ та інформування

громадськості, в тому числі основних стейкхолдерів компанії, про політику і практики в сфері КСВ.



**Рисунок 3.12 – Кількість нефінансових звітів  
100 найбільших компаній України**

За словами керівника цього Центру: «Індекс є єдиним інструментом моніторингу розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні з 2011 року, що щорічно робить моніторинг ставлення до КСВ 100 найбільших компаній України. Це допомагає бачити сильні та слабкі сторони розвитку КСВ в Україні, а також те, на що потрібно звернути увагу. Неочікуваним для нас результатом стало те, що національні та міжнародні компанії мають однаковий рівень розкриття інформації з КСВ на своїх веб-сайтах [118, с. 54; 243].

У 2015 р. оцінювались за цим Індексом компанії, які входили до Рейтингу Forbes ТОП-200 найбільших компаній України. Всього було проаналізовано та оцінено перші 100 компаній цього рейтингу за 18 секторами економіки. Об'єктом оцінки були сайти компаній, аналіз яких з'ясував, що 16 компаній із 100 лідерів не мали сайтів на той момент. Результати оцінювання та Індексу полягають у наступному: в середньому Індекс прозорості серед ТОП-100 ком-

паній України склав 21,5%, що більше попереднього року на 4,4%. Серед ТОП-10 виділили: «АрселорМіттал Кривий Ріг», «Оболонь», ДТЕК, «Метінвест», ГК «Фокстрот» (увійшов до рейтингу вперше), «Кернел Трейд» (увійшов до рейтингу вперше), СКМ, Концерн «Галнафтогаз», «Дніпроспецсталь», «NestleУкраїна» (увійшов до рейтингу вперше). Покращенням рівня прозорості відзначились такі компанії як «Кернел Трейд», «Нестле Україна» та «Porsche Україна». Також відбулось зростання нефінансових звітів з 14 (2014 р.) до 17 (2015 р.). Аналіз сайтів та інформації в сфері КСВ цих компаній показав, що в більшій мірі надається інформація у сфері трудових відносин, охорони довкілля, тоді як про управління КСВ та діалогу із стейкхолдерами інформації замало. Секторальний аналіз показав, що найбільше надають інформації підприємства металургійної, телекомунікаційної та фінансової сфери, а найменше – нафтогазова та тютюнова промисловість [242].

У травні 2017 р. було презентовано шостий Індекс прозорості і КСВ найбільших компаній в Україні, за результатами якого відзначається наступне: Середній рівень розкриття інформації українськими компаніями склав 19,3%, а серед ТОП-10 компаній – 56,5%. Результату відкритості у 50% досягли 6 компаній із 100 аналізованих, що є незначним показником, особливо враховуючи, що це найбільш фінансово активні компанії України. Лідери Індексу наступні: «АрселорМіттал Кривий Ріг» і ДТЕК, СКМ, Концерн «Галнафтогаз», «Нафтогаз» і «Кернел», МХП, «Метінвест», ТОВ «САВ-Дистрибьюшн» (Фокстрот) і НАЕК «Енергоатом». Варто відмітити, що до їх числа вперше увійшли дві державні компанії. Характер висвітленої інформації залишається майже незмінним з початку формування Індексу: здебільшого представлена інформація про управління трудовими відносинами, охорону навколишнього середовища, але майже відсутня з конкретних заходів в сфері управлін-

ня КСВ. Аналіз за секторами з'ясував деякі зміни у порівнянні із попереднім роком: найвищий рівень розкриття інформації з КСВ в телекомунікаційній, енергетичній, агропромисловій та гірничо-металургійній промисловості, а найнижчий в хімічній промисловості. Половина КСВ-звітів за 2015 рік підготовлена відповідно до GRI 4.0 («АрселорМіттал Кривий Ріг», (основний), ДТЕК (G4 розширений), «Кернел» (основний)) або з елементами GRI 4.0 (Концерн «Галнафтогаз» та інші) [243].

У табл. 3.29 наведено лідерів за Індексом прозорості протягом 2012-2016 рр.

**Таблиця 3.29. – Лідери Індексу прозорості**

2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
СКМ	ДТЕК	АрселорМіттал Кривий Ріг	АрселорМіттал Кривий Ріг	АрселорМіттал Кривий Ріг ДТЕК
ДТЕК	АрселорМіттал Кривий Ріг	ДТЕК	Оболонь	
Метінвест	СКМ	СКМ	ДТЕК	СКМ
АрселорМіттал Кривий Ріг	Оболонь	Оболонь	Метінвест	Концерн Галнафтогаз
Київстар	Метінвест	Метінвест	Група компаній Фокстрот	Нафтогаз
Інтерпайп Україна	Карлсберг Україна	Київстар	Кернел Трейд	Кернел Трейд
Галнафтогаз	Київстар	Карлсберг Україна	СКМ	Метінвест
Дніпроспецсталь	Інтерпайп Україна	Концерн Галнафтогаз	Концерн Галнафтогаз	ПАТ «Миронівський хлібопродукт»
МЕТРО Кешенд Кері Україна	Дніпроспецсталь	Дніпроспецсталь	Дніпроспецсталь	ТОВ «САВ-Дистриб'юшн» (Фокстрот)
МТС	Галнафтогаз	Монделіс Україна/ Крафт Фудз Україна	Нестле Україна	ДП «НАЕК «Енергоатом»

\*Складено автором на основі [243].

Отже, можна дійти висновку, що ситуація в Україні щодо реалізації КСВ на підприємствах суттєво не змінилась. До лідерів входять АрселорМіттал, ДТЕК, СКМ, Метінвест, Кернел (другий рік поспіль) та інші [67]. Індекс оцінює висвітлення підприємствами своєї КСВ завдяки нефінансовій звітності та сайтам компаній. Зміни компаній в рейтингу 2016 року пов'язані з тим, що деякі компанії не ввійшли до списку лідерів, які оцінюються Центром. Але український Індекс прозорості може бути використаний для оцінки СЕВП, оскільки спрямований на оцінку діяльності компаній в сфері КСВ і напрямки СЕВП можуть бути виокремлені при врахуванні цього рейтингу.

Далі слід проаналізувати лідерів за Індексом більш детально. Детальний аналіз нефінансових звітів чи частин загального звіту, який відповідає за соціальну діяльність дав можливість систематизувати матеріал за декількома групами показників: коефіцієнт виробничого травматизму, коефіцієнт смертельного травматизму, розмір інвестицій в охорону праці, розмір соціальних інвестицій, інвестицій у навчання, а також відрахування на програми соціального партнерства. Дані показники обрано для аналізу як ті, що характеризують рівень соціально-економічної відповідальності підприємства в Україні, що враховують як соціальну (коефіцієнт виробничого травматизму, коефіцієнт смертельного травматизму), так і економічну (розмір інвестицій в охорону праці, соціальних інвестицій, інвестицій в навчання, а також витрати на соціальне партнерство) складову. Матеріал наведений у табличному вигляді, де представлені ті підприємства, які надали відповідну інформацію. Дані деяких підприємств, які є лідерами за Індексом прозорості 2016, були надані кінцевою датою на 2014 р., як наведено в звітах цих компаній на офіційних сайтах.

У таблиці 3.30 представлено динаміку коефіцієнтів виробничого та смертельного травматизму. Лише компанія «АрселорМіттал» наводить показник травматизму.

**Таблиця 3.30. – Динаміка показників травматизму на виробництві, 2012-2016 рр.**

Назва компанії	Коефіцієнт виробничого травматизму					Коефіцієнт смертельного травматизму				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Група «СКМ»	0,46	0,46	0,42	н/і	н/і	0,022	0,019	0,017	н/і	н/і
ДТЕК	н/і	н/і	0,62	0,50	0,53	н/і	н/і	0,022	0,014	0,010
Метінвест	1,00	0,97	0,89	н/і	н/і	0,11	0,07	0,05	н/і	н/і
НАК «Нафтогаз»	н/і	н/і	н/і	0,3	0,35	н/і	н/і	н/і	6,4	2,59
Миронівський хлібокомбінат	н/і	н/і	0,50	0,97	0,76	н/і	н/і	0,0493	0,03	0,02
АрселорМіттал	н/і	н/і	0,52	0,35	н/і	н/і	н/і	н/і	н/і	н/і

\* Створено автором на основі [128; 139; 167; 214; 224; 264].

У табл. 3.30 наведено показники травматизму по підприємствах-лідерах, що надали відповідну інформацію у своїх звітах. З неї видно, що не всі компанії надали дані за 2015-2016 рр., але в цілому тенденція простежується та може бути проаналізована. Так, серед компаній, що представлені, Група «СКМ» та «Метінвест» надали інформацію за 2012 – 2014 рр., з якої ми бачимо, що в ці роки коефіцієнт виробничого травматизму на підприємствах почав знижуватись (0,46 – 2012 р. та 0,42 – 2014 р. – Група «СКМ»; 1,00 – 2012 р. та 0,89 – 2014 р. – «Метінвест»). Коефіцієнт смертельного травматизму на цих підприємствах також мав тенденцію до зниження протягом цих років.

Інші підприємства мають різну тенденцію цих показників: так, ДТЕК знизив показник виробничого травматизму у 2015 р. до 0,5 проти 0,62 у 2014 р., але у 2016 р. відбулось зростання до 0,53. Хоча коефіцієнт смертельного травматизму має стійку тенденцію до зниження.

Показники НАК «Нафтогаз» зросли у 2016 р. проти 2015 р. (0,35 та 0,3 відповідно), хоча коефіцієнт смертельного травматизму значно знизився (6,4 – 2015 р. та 2,59 – 2016 р.).

На Миронівському хлібокомбінаті коефіцієнт травматизму має негативну тенденцію: значне зростання у 2015 р. та зниження у 2016 р., але все одно вище показника 2014 р. А показник смертельного травматизму стабільно знижується.

«АрселорМіттал» наводить показник травматизму на підприємстві без зазначення виробничого та смертельного. Відповідно до звіту, травматизм на підприємстві знижується.

Отже, можна зробити висновок, що в цілому показники травматизму мають тенденцію до зниження (за винятком Миронівського хлібокомбінату), що характеризує компанії як відповідальні по відношенню до працівників.

Наступний обраний показник, який характеризує рівень СЕВП України, це інвестиції в охорону праці, що відображає як соціальну (розвиток охорони праці), так і економічну (інвестиції) складові відповідальності. Цей показник є достатньо важливим з урахуванням попереднього показника, що аналізувався. Динаміку інвестицій у цей сектор діяльності можна простежити з табл. 3.31.

**Таблиця 3.31. – Динаміка інвестицій в охорону праці,  
2012-2016 рр.**

<b>Назва компанії</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Група «СКМ», млрд. грн.	1,590	1,630	1,596	н/і	н/і
ДТЕК, млн. грн.	н/і	н/і	436,7	319,9	478,3
Оболонь, млн. грн.	3,45	4,07	3,63	н/і	н/і
Кернел, млн. дол. США	н/і	н/і	0,59	0,66	0,53
АрселорМіттал, млрд. грн.	н/і	н/і	н/і	1,6	н/і

\* Складено автором на основі [128; 131; 139; 224; 372].

У табл. 3.31 наведено динаміку інвестицій в охорону праці на підприємствах-лідерах з Індексу прозорості, що надали відповідну інформацію в своїх звітах. Також тут представлені дані компанії «Оболонь» як підприємства з достатньо активною відповідальною позицією. Так, згідно таблиці, підприємства здійснюють достатньо великі відрахування в охорону праці на власному підприємстві. Найбільші показники у групі «СКМ» та «АрселорМіттал» (1,596 млрд. грн. – Група «СКМ» та 1,6 – млрд. грн. – «Арселор-Міттал»). ДТЕК також інвестує кошти в охорону праці підприємства, ці інвестиції мають нерівномірну тенденцію, але їх розмір достатньо великий. Найменші інвестиції, серед представлених підприємств у компанії «Оболонь» (3,63 млн. грн у 2014 р.).

Далі проаналізуємо інвестиції в навчання персоналу. У звітах, що представлені дані малоінформативні, але деякі підприємства навели інформацію щодо цієї статті витрат (табл. 3.32). Показник витрат на навчання персоналу є показовим для оцінки СЕВП, тому що завдяки йому можна проаналізувати такий інструмент як соціально-відповідальне навчання, завдяки якому відбувається професійний та особистісний розвиток персоналу.

**Таблиця 3.32. – Інвестиції в навчання персоналу  
на підприємствах України, 2014-2016 рр.**

<b>Назва компанії</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Група «СКМ», млн. грн.	108	н/і	н/і
ДТЕК, млн. грн.	н/і	н/і	26,6
«Оболонь», тис. грн.	500	н/і	н/і
«Кернел», тис. дол. США	254	241	194

\* Складено автором на основі [131; 139, 224; 372].

З цієї таблиці видно, що підприємства однієї фінансово-промислової групи («СКМ» та ДТЕК) здійснюють відрахування на навчання персоналу, але в різних масштабах. У 2014 р. група «СКМ» здійснила інвестицій на 108 млн. грн., а ДТЕК у 2016 р. – 26,6 млн. грн. Масштаби інвестицій компанії «Оболонь» на цю статтю витрат значно нижчі (500 тис. грн.). Інвестиції «Кернел» на навчання персоналу знижуються щороку. За період з 2015 р. до 2016 р. розмір інвестицій знизився майже на 50 тис. дол. США.

Інші компанії також здійснюють навчання персоналу, але в їхніх звітах відсутня інформація стосовно коштів, витрачених на це. В основному навчання відбувається у формі тренінгів, спеціальних програм, розроблених на цих підприємствах для підвищення кваліфікації своїх працівників.

Також важливим для оцінки СЕВП є показник соціальних інвестицій, які здійснюють підприємства. Він характеризує рівень саме економічної складової СЕВП шляхом відрахування коштів на інвестиції в соціальній сфері, тобто ті, що будуть мати соціальний ефект, а не приносити матеріальний дохід. У табл. 3.33 представимо дані, які наведено в звітах підприємств, що було проаналізовано.

**Таблиця 3.33. – Динаміка соціальних інвестицій, 2012-2016 рр.**

Назва компанії	2012	2013	2014	2015	2016
ДТЕК, млн. грн.	н/і	н/і	н/і	н/і	45,63
«Метінвест», млн. грн	97,1	97,0	133,0	н/і	н/і
НАК «Нафтогаз», млн. грн.	н/і	н/і	н/і	136,5	155,8
Миронівський хлібокомбінат, млн. грн.	н/і	31,0	43,1	67,5	н/і

\* Складено автором на основі [139; 167; 214; 264].

З таблиці видно, що компанія «Метінвест» протягом 2012-2014 рр. інвестувала у соціальну сферу в достатньому обсязі, а у 2014 р. збільшила інвестиції майже на 40 млн. грн. від початку аналізованого періоду. НАК «Нафтогаз» тут є лідером із розміру витрат на соціальні інвестиції. Миронівський хлібокомбінат також показує зростання витрат на соціальні інвестиції, хоча їхній розмір й нижче за інші підприємства, окрім ДТЕК (45,63 млн. грн. у 2016 р.).

Показник соціальних інвестицій є показовим для оцінки СЕВП, адже він виступає одним із її інструментів, що допомагає підвищувати добробут населення. Інші підприємства, що аналізувались, також здійснюють відрахування на соціальну сферу, як-то благодійність та спонсорство, але дані малоінформативні та не можуть бути об'єднанні у таблицю.

Окремим показником, що характеризує рівень СЕВП України, є показник витрат на соціальне партнерство. У представлених соціальних звітах мало підприємств надали відповідну інформацію стосовно суми витрат, але майже усі вони здійснюють програми соціального партнерства в межах дислокації своїх підприємств. Серед даних, що наявні у звітах Група «СКМ» виконала програми

соціального партнерства у 2014 р. на суму 232,8 млн. грн., ДТЕК – 45,5 млн. грн. у 2016 р. та НАК «Нафтогаз» на суму 55,8 млрд. грн. Як бачимо, «Нафтогаз» відрахував на соціальне партнерство набагато більше за інші компанії, що надали офіційні дані.

У табл. 3.34 узагальнено основні елементи СЕВП, що дасть змогу зробити висновок про рівень соціально-економічної відповідальності аналізованих компаній.

**Таблиця 3.34. – Порівняльна характеристика підприємств за основними соціально-економічно відповідальними практиками**

Назва компанії	Соціальний звіт	Соціальні програми	Соціальне партнерство	Соціальні інвестиції	Інвестиції в розвиток персоналу	Зайнятість молоді	Зайнятість інвалідів	Сталий розвиток	Примітка
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«АрселорМіттал»	+	+	+	+	+	+	+	+	Орієнтовані на покращення навколишнього середовища
ДТЕК	+	+	++	+	+	+	н/і	+	
СКМ	+	+	+	+	+	+	н/і	+	
Концерн «Галнафтогаз»	+	+	+	+	+	+	н/і	+	Орієнтовані на покращення навколишнього середовища
Нафтогаз	Частина фінансового звіту	+	+	+	+	+	н/і	+	Орієнтовані на покращення навколишнього середовища
«Кернел Трейд»	Частина фінансового звіту	+	+	+	+	+	н/і	+	
«Метінвест»	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПАТ «Миронівський хлібопродукт»	+	+	+	+	+	+	+	+	Орієнтовані на соціальне партнерство

Продовження табл. 3.34

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ТОВ «САВ-Дистрибьюшн» (Фокстрот)	+	+	+	+	+	+	+	+	Орієнтовані на залучення молоді до ринку праці
ДП «НАЕК «Енергоатом»	+	+	+	+	+	н/і	н/і	+	Перша державна компанія у рейтингу. У звіті майже відсутній цифровий матеріал.
«Нестле Україна»	+	+	+	+	+	+	н/і	+	Орієнтовані на залучення молоді до ринку праці
«Ernst&Young»	+	+	+	+	+	+	н/і	+	
«Оболонь»	+	+	+	+	+	+	+	+	

\* Складено автором на основі [127-131; 139; 212-214; 224, 264; 284; 372].

Таким чином, можна дійти висновку, що підприємства-лідери, а також деякі інші підприємства є активними соціально-економічно відповідальними діячами, що здійснюють конкретні практики із СЕВП. У цілому аналіз звітів показав, що підприємства орієнтовані на досягнення цілей сталого розвитку й активно використовують інструменти СЕВП такі як: соціальні інвестиції, соціально-відповідальне навчання, соціально-відповідальне ведення бізнесу, соціальне партнерство. Розмір витрат на ту чи іншу статтю залежить від сфери діяльності підприємства та її масштабів.

Для порівняння проаналізуємо основні тенденції в цій сфері з боку міжнародних компаній. У таблиці 3.35 наведено соціально-економічно відповідальні практики іноземних компаній.

**Таблиця 3.35. – Практичні приклади реалізації соціально-економічної відповідальності іноземними підприємствами**

№	Назва компанії	Інструменти СЕВП	Основна діяльність	Індустрія	Регіон
1	2	3	4	5	6
1.	<b>Google</b>	1. Соціальні інвестиції; 2. Дослідження в галузі екології.	Google Green - це корпоративне зусилля для ефективного використання ресурсів та підтримки відновлюваної енергетики. Повторне використання ресурсів та економія електроенергії заощаджує для компанії навіть більше, ніж зменшення тарифів. Інвестиції в цю галузь мають реальний вплив. Google в результаті цього отримав загальне падіння потреб енергії для своїх центрів обробки даних в середньому на 50%. Ці заощадження можуть бути перенаправлені інші галузі бізнесу або ж інвесторам.	Багатонаціональна технологічна компанія	США
2.	<b>Xerox</b>	1. Благодійність. 2. Підтримка програм. 3. Підтримка громади.	Друкарський гігант має кілька програм для пожертвування та підтримки програм соціальної відповідальності. Їхня програма підтримки громади заохочує безпосередньо залучати працівників. З 1974 р. у програмі взяли участь понад півмільйона співробітників компанії Xerox. У 2013 році Xerox виділив більше 1,3 мільйона доларів, щоб 13 тис. співробітників змогли взяти участь у заходах, орієнтованих на громаду. Нагородою для Xerox є не лише визнання громадою, але й віра у те, що ідея, за яку борються працівники, підтримується їхнім роботодавцем.	Компанія технологій друку та управління документами	США
3.	<b>Target</b>	1. Філантропія. 2. Освітні гранти.	З 1946 року Target робить більше зусиль та вкладає активів для підтримки місцевості та екології територій,	Роздрібна торгівля	США

Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
			на яких у них є магазини. Протягом кількох останніх років компанія фінансувала освітні гранти та відраховувала 5% від прибутку на потреби місцевих громад. Тільки на освіту Target пожертвувала понад 875 мільйонів доларів з 2010 року.		
4.	<b>Starbucks</b>	1. Етичні принципи. 2. Стале виробництво.	У 2012 р. Starbucks зайняла п'яте місце у рейтингу соціально-відповідальної компанії за версією Fortune Magazine. Існує чимало вимог для участі в цьому рейтингу. Компанія постійно шукає кращих способів розвитку стійкого виробництва своєї кави. Вони встановили деякі основні принципи, які називаються практикою С.А.Ф.Е, що забезпечує лідерство в галузі довкілля, економічну відповідальність та якість продукції. Starbucks також підтримує EthosWater, яка забезпечує чисту воду більш ніж мільярд людей.	Кав'ярня	США
5.	<b>Disney</b>	1. Філантропія. 2. Розвиток довкілля.	Компанія Disney в основному фокусується на кількох сферах соціальної відповідальності, а саме: підтримка громади, захист навколишнього середовища та волонтерство. Disney був основним спонсором допомоги після стихійних лих, таких як землетрус у Гаїті в 2010 році. Компанія також зацікавлена в захисті навколишнього середовища, а саме виділяє доходи від фільмів про природу на висадку дерев в дощових лісах і захист тисячі акрів коралових рифів.	Сфера розваг	США

Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
6.	<b>NuSkin</b>	1. Підтримка громади. 2. Пожертвування.	Одна з головних ініціатив компанії називається NourishtheChildren. Програма була започаткована у 2002 році і дозволяє лідерам, працівникам та клієнтам робити пожертвування з продажів дітям, які потребують, їжу багату поживними речовинами. У березні 2014 року NuSkin оголосили, що вони пожертвували понад 350 мільйонів страв. В компанії також діє Фонд "Сила зарди добробуту", який працює над наданням допомоги дітям від хвороб, неграмотності та бідності.	Багаторівневий маркетинг	США
7.	<b>Microsoft</b>	1. Фандрайзингова діяльність. 2. Підтримка громади.	Microsoft докладає великих зусиль для світового добробуту. Вона була названа найкращою за версією ReputationInstitute в рейтингу "Корпоративна соціальна відповідальність". Один із способів, за допомогою яких Microsoft допомагає, полягає у щорічній кампанії, де співробітники проводять заходи з фінансування для некомерційних організацій. Кампанія проводиться щороку з 1983 року і отримала більше 1 мільярда дол. на внесках понад 31 000 організацій.	Комп'ютерне програмне забезпечення. Комп'ютерне обладнання	США
8.	<b>TOMS Shoes</b>	Благодійність	Вся компанія була заснована на ідеї віддачі. Від кожної пари взуття, що була продана, інша пара була пожертвувала дитині, яка її потребує. Понад 10 мільйонів пар взуття були пожертвовані і тепер зусилля поширюються на догляд за дітьми.	Роздрібна торгівля	США

Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
9.	<b>Accessi- bilityPart ners</b>	Підтримка грома- ди	Accessibility Partners спів- працює з приватними та державними компаніями в галузі ІТ, федеральними агентствами та іншими ор- ганізаціями для тестування та перевірки продуктів, які роблять інформаційні тех- нології доступними для лю- дей з різними обмеженнями. Більше 70 % співробітників компанії є інваліди, тому компанія сприяє залученню інвалідів у всі її операції.	Консалтингова компанія	США
10.	<b>AlteredSe asons</b>	Благодійність	Екологічна свічкова компа- нія Altered Seasons заснова- на у 2003 році. Від кожної проданої свічки, Altered Seasons надає їжу для аме- риканців, що її потребують через Feeding America.	Роздрібна торгівля	США
11.	<b>ChildrenI nspireDes ign</b>	Еко-навчання	Ця компанія продає товари для сприяння екологічній освіті для дітей.	Роздрібна тор- гівля	Мек- сика
12.	<b>ColeandP arker</b>	Підтримка грома- ди.	Завдяки своєму партнерству з мікрофінансовою органі- зацією Kiva, Коул і Паркер віддають доходи від прода- жу кожної пари шкарпеток у фонди для надання кредитів підприємцям у країнах, що розвиваються.	Роздрібна тор- гівля	Кана- да
13.	<b>Do Good Buy Us</b>	1. Благодійність 2. Підтримка гро- мади	Місія цієї компанії - прода- вати "товари, які роблять добро". Її веб-сайт присвя- чений зміні культури спо- живання, шляхом продажу продуктів, виготовлених ор- ганізаціями, що підтриму- ють вирішення соціальних проблем. Крім того, 50 % доходів компанії йдуть на боротьбу з бідністю, голо- дом, хворобами та іншими глобальними проблемами.	Роздрібна тор- гівля	

Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
14.	<b>Fashion Project</b>	Благодійність	Платформа "рекомбінації", яка дозволяє споживачам жертвувати та купувати вживаний одяг. Ця компанія, заснована в 2012 році підприємцями Ганною Палмером та Крістіною Різком, віддає 55 % чистого прибутку на будь-яку галузь, обрану самим донором.	Роздрібна торгівля	США
15.	<b>Gift of Happiness</b>	Благодійність	Жертвують 5 % від кожної покупки до будь-якого фонду на вибір клієнта. Але те, що робить цю компанію справді унікальною, є її відкрита політика: кожен клієнт може перевірити, наскільки ближче стали поставлені цілі після його вкладу.	Благодійний фонд	Тайланд
16.	<b>Head bands of Hope</b>	Благодійність	Допомагає дітям із тяжкими хворобами. Head bands of Hope продають головні убори, які виготовлені у США і жертвують долар від кожного продажу на дослідження раку в ранньому віці через Фонд St. Baldrick's.	Роздрібна торгівля	США
17.	<b>HERO farm</b>	Соціальний маркетинг	Це маркетингове та дизайн агентство, орієнтоване на соціальну місію, філософія якого "Зробити велику роботу для добрих людей". Засновники вирішили працювати з соціально-відповідальними компаніями після того, як зрозуміли, наскільки корисною та ефективною є реклама, коли компанія має високу місію. HERO farm також проводить принаймні одну рекламну кампанію на рік для некомерційної організації.	Маркетингове та дизайн-агентство	
18.	<b>Image Outfitters</b>	Благодійність	З моменту свого запуску в 1998 році, виробник рекламних продуктів Image Outfitters робив щорічні пожертви місцевим благодійним	Консалтингова компанія	США

Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
			організаціям. Його власною платформою є iShare, що є унікальною благодійною програмою пожертвувань, яка розвиває спільноту будь-якої компанії. IShare допомагає компаніям ефективніше працювати у регіонах, де вони займаються бізнесом.		
19.	<b>Molson Coors Canada</b>	1. Підтримка громади 2. Освітні програми	MolsonCoors інвестує більше в відповідальне споживання алкоголю, ніж у алкогольні центри. Molson проводять заходи з громадськістю, щоб розповсюдити інформацію про відповідальне вживання алкоголю, заробляння грошей за програмою TaxiGuy і покриття витрат на безкоштовний громадський транспорт на Новий рік.	Алкогольні напої	Канада
20.	<b>Tyson Foods</b>	1. Підтримка громади 2. Благодійність	Tyson спрямували зусилля на полегшення і в кінцевому рахунку припинення дитячого голоду, і за останні кілька років залучили соціальні медіа у свої зусилля з надання допомоги у справі голодування. Tyson розпочали ряд надзвичайно розумних та ефективних дій, щоб заручитися підтримкою громадськості.	Foodprocessing	USA
21.	<b>Haagen-Dazs</b>	1. Наукові дослідження. 2. Захист довкілля.	Бджоли зникають і це погана новина для світового харчового ланцюга. Компанія пожертвувала частину доходів від бренду Hagen-Dazs на медоносних бджіл та на їх дослідження і запустила скромну кампанію Twitcause через хештег #Help Honey Bees, отримавши за 7 тисяч доларів за 7 днів.	Роздрібна торгівля	США

## Продовження табл. 3.35

1	2	3	4	5	6
22.	<b>Greenopolis</b>	1. Підтримка громади	Greenopolis був розроблений для того, щоб служити інструментом, який навчить людей бути більш «екологічно чистими», коли йдеться про їх повсякденне життя. Цілі веб-сайту підсумовані в заголовку: "Дізнайся. Дій. Віддавай. Разом". Greenopolis створений та повністю належить управлінню по відходами "Recycle America".	Навчання	USA
23.	<b>Juntos Shoes</b>	1. Благодійність	Це стартап у сфері моди, де однокласники надихнулися традиційним еквадорським взуттям на полотні. Від кожної проданої партії Juntos Shoes жертвували рюкзак з усім шкільним приладдям дитині Еквадору, щоб допомогти йому або їй ефективно навчатись у школі.	Роздрібна торгівля	Еквадор
24.	<b>Krochet Kids</b>	1. Благодійність 2. Підтримка громади	Компанія отримала неприбутковий статус у 2008 році і сьогодні KrochetKids через продаж в'язаних виробів допомагає більш ніж 150 угандцям і перуанцям.	Роздрібна торгівля	США

\*Складено автором на основі [332; 344; 355; 362].

Для цих компаній та багатьох інших, бізнес та отримання прибутку не є регулятором діяльності та основною метою існування. Вони роблять кроки, щоб стати піклувальною частиною громади та допомагати тим, хто живе у скрутних обставинах. Це компанії, які знають, наскільки важливо бути соціально-економічно відповідальним для інших [348].

Вивчивши приклади компаній у сфері соціальної відповідальності, можна зробити деякі висновки:

По-перше, компанії все частіше звертаються до соціально-економічної відповідальності, а форми та інструменти, які вони використовують, є традиційними та новітніми. Таким чином, крім філантропії, спонсорства та благодійності компанії все більше займаються питаннями захисту довкілля, розвитку громади, проведення навчальних програм тощо. Саме вони спрямовані на соціально-економічну та екологічну відповідальність.

По-друге, як можна побачити з таблиці, більшість компаній – американські, але це не означає, що вони є лише найбільш соціально відповідальними. Багато компаній – багатонаціональні та працюють у всьому світі. Отже, зробити будь-які висновки про те, що американські компанії більш соціально відповідальні, буде неправильним.

### **Висновки до розділу 3**

Узагальнюючи вищенаведене, можемо зробити висновок, що результативність соціально-економічної відповідальності на рівні держави може бути оцінена кількісними та якісними показниками. Це ті дії, які виконує держава перед суспільством, які не можуть бути покладені на підприємства через масштаб державного інституту та його основну функцію – створення держави загального добробуту. Підприємства не можуть охопити усе суспільство та виконувати істотно державні функції. До кількісних показників віднесено ті, які можуть бути виражені у числовому вигляді, а саме: розмір видатків Зведеного бюджету України на соціальну сферу, середньомісячний розмір пенсії за різними категоріями, темпи змін номінальної та реальної заробітної плати, середньомісячний рівень заробітної плати, заборгованість із заробітної плати перед населен-

ням, рівень зайнятості та безробіття населення, кількість працевлаштованих осіб, фінансування державою наукових досліджень та розробок, інноваційної діяльності, надання населенню субсидій, а також Доля коштів державного та місцевих бюджетів в загальній кількості осіб прийнятих до ВНЗ.

Аналізуючи дані, можемо говорити про неоднозначний рівень соціально-економічної відповідальності держави перед суспільством. Відбувається зростання багатьох соціально-економічних показників в останні роки, що підвищують рівень життя населення (середньомісячний розмір заробітної плати, кількість наданих субсидій) та зниження тих, що загострюють соціальну напругу в суспільстві (кількість безробітних, заборгованість із виплати заробітної плати), але з урахуванням загальної тенденції в суспільстві реальне покращення соціальної ситуації в країні не спостерігається, що пояснюється загостренням політичної ситуації в країні, інфляційними процесами, знеціненням національної валюти тощо. Покращення показника безробіття пояснюється не збільшенням робочих місць в країні, а відтоком робочої сили на роботу до інших держав.

Проаналізовано розвиток ІЛР в Україні, запропоновано 5 етапів його динаміки, які залежать від стану розвитку економіки. Досліджено вплив груп показників на ІЛР та його складових. Отримані дані дають змогу стверджувати, що обрані показники діяльності держави та підприємств здійснюють вплив на розмір ІЛР в Україні.

Було представлено показники, які пропонується враховувати при оцінці СЕВП для формування системи національного регулювання цієї сфери. Запропоновані показники поділені по групах зацікавлених осіб, а саме: працівники (персонал підприємства), власники, споживачі, постачальники та конкуренти, суспільство та держава. Вибір того чи іншого показника залежав від основних форм ре-

лізації соціально-економічної відповідальності, які можуть бути реалізовані для зацікавлених груп. Оцінка представлена як кількісними, так і якісними показниками. Звичайно, що при оцінці по групах можуть збігатись очікувані результати, й тому може відбуватись дублювання показників, але було запропоновано використання показника один раз виходячи із сфери масштабності групи.

Проблема вибору показників для оцінки СЕВП полягає в широті охопту самої сфери, й поєднанням не тільки соціальної компоненти, але й економічної. Саме тому, при її оцінці запропоновано групу економічних коефіцієнтів, які визначають прибутковість компанії, ефективність вкладених грошей. Велику увагу приділено сектору відрахувань як на розвиток персоналу самої компанії, так і на інвестування в розвиток громади, добробут суспільства, підвищення якості життя населення. Якісні показники враховують наявність чи відсутність різних соціальних ініціатив: створення нових робочих місць, надання соціальних звітів, поширення інформації через сайт компанії, наявність корпоративного кодексу компанії тощо. Запропоновані показники стануть основою для розробки авторської моделі оцінки СЕВП України для огляду на досвід лідерів та застосовуючи регулятори формування узагальненого рейтингу підприємств та на національному рівні розвивати соціально-економічну відповідальність підприємництва з для інших компаній.

Аналіз нефінансових звітів українських підприємств показав, що підприємства – лідери, а також деякі інші підприємства є активними соціально-економічно відповідальними діячами, що здійснюють конкретні практики із СЕВП. В цілому, аналіз звітів показав, що підприємства орієнтовані на досягнення цілей сталого розвитку й активно використовують інструменти СЕВП такі як: соціальні інвестиції, соціально-відповідальне навчання, соціально-

відповідальне ведення бізнесу, соціальне партнерство. Розмір витрат на ту чи іншу статтю залежить від сфери діяльності підприємства та її масштабів.

Аналіз міжнародних практик відобразив, що підприємства спрямовані на благодійну діяльність, філантропію, соціальний маркетинг, а також захист навколишнього середовища. Важливим є те, що соціально-економічно відповідальними є не тільки великі корпорації, але й середні за розмірами підприємства, що розуміють своє значення для суспільства та громади. Саме на формування нового світогляду вітчизняних підприємств й будуть спрямовані трансформаційні зміни механізму СЕВП в національній економіці.

## **4. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ НАПРЯМІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗАСАД ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

### **4.1. Кращі практики зарубіжного досвіду реалізації інституційного забезпечення соціально-економічної відповідальності підприємництва**

Для розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні важливим вважається дослідження досвіду розвинених країн світу, зокрема європейських, через більшу участь урядів на втручання в цей процес, аніж у США. Автор вважає, що для побудови ефективної системи соціально-економічної відповідальності підприємництва в нашій країні потрібний вплив саме держави на цей процес та задіяння адміністративних важелів для цього. Саме рівень активності уряду в цій області в інших країнах й стає предметом вивчення даного наукового дослідження.

Як було показано у другому розділі цієї роботи, основними відмінностями в моделях соціальної відповідальності у світі стають: рівень впливу та регулювання держави на КСВ, а також власні ініціативи підприємців щодо поширення КСВ на працівників. Традиційно, американська модель КСВ вважається менш державно-орієнтованою, тоді як підприємства самостійно виступають ініціаторами соціальних програм з розвитку суспільства. Звичайно, держава має регулятивні важелі, але вони менше використовуються, ніж у країнах Європи, що буде розглянуто далі.

Так, О. В. Шевченко зауважує, що просування принципів КСВ в Європі розпочалося з утворення в 1995 році мережі європейських бізнесів (European Business Network – CSR Europe), яка зайнялася

поширенням і популяризацією принципів КСВ. Офіційно принципи КСВ були представлені на Лісабонському європейському саміті у березні 2000 року [317].

Як показує досвід, уряди країн ЄС займають активну позицію в просуванні КСВ. Основні ініціативи представлені в табл. 4.1.

**Таблиця 4.1. – Основні ініціативи урядів країн ЄС у сфері розвитку КСВ**

Назва документу	Характеристика
«Green Paper»	Представлена європейська рамкова політика з КСВ, згідно якої уряд розробляє національну політику, у тому числі механізми та інструментарій підтримки кращих практик та інноваційних ідей.
«План ЄС щодо захисту довкілля»	Закріплено основні напрями діяльності держав Європейського Союзу в сфері захисту довкілля.
«Політика інтегрованого продукту» («IPP»)	Покликана відстежувати міру впливу виробничих процесів на довкілля і стимулювати впровадження найбільш ефективних способів виробництва.
«Загальна система екоменеджменту і аудиту» (EMAS)	Рекомендує систему оцінки і звітності з КСВ і спрямована на впровадження в діяльності компанії екологічно дружнього менеджменту.
«Європейська ініціатива екологічної ефективності» (EEEI)	Спрямована на інтеграцію принципів екологічної ефективності в промислові і економічні стратегічні плани компаній.
Резолюція Європарламенту «Стандарти ЄС для європейських підприємств, що здійснюють свою діяльність в країнах, що розвиваються: назустріч Європейському корпоративному кодексу поведінки»	Пропонує створення європейського типового корпоративного кодексу поведінки.
Стратегія «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання»	Представлені нові напрями розвитку КСВ в ЄС

\* Складено автором на основі [22; 317].

Перелік та зміст урядових ініціатив свідчить, що політика самого ЄС спрямована на розвиток КСВ. Причому, якщо раніше вона мала більше екологічний аспект, тому що на це були орієнтовані первісні документи, то останнім часом вона вже орієнтується й на інші аспекти КСВ, як-то: корпоративний кодекс поведінки чи розвиток нових напрямків КСВ [69].

Інструменти та механізми заохочення до соціально-відповідальної економічної поведінки в Європейському Союзі залежить від мети розвитку КСВ в тій чи іншій країні та має діапазон від стимулів до жорстко регламентованих вимог та дій. Основні напрями політики ЄС в області КСВ представлені у табл. 4.2.

**Таблиця 4.2. – Напрями політики Європейського Союзу в області КСВ**

<b>Напрямок</b>	<b>Основні заходи</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Інформування громадськості про роль КСВ в розвитку суспільства і кращі соціально-відповідальні структури	Уряди європейських країн створюють спеціальні інформаційні центри, закликають засоби масової інформації до пропаганди, обговорення проблем, інформування читачів про кращі національні й зарубіжні практики в області КСВ.
Стимулювання і підтримка додаткових добровільних ініціатив бізнесу в області КСВ	Виступають ініціаторами і беруть активну участь в розробці та впровадженні галузевих і корпоративних кодексів поведінки, де закріплюються основні принципи етичного ведення бізнесу. Одним із популярних інструментів є впровадження механізму соціальних і еколейблів
Навчання, дослідницька і методична підтримка	Проведення семінарів і тренінгів з КСВ для держслужбовців, представників бізнесу, членів громадських/профспілок, асоціацій і об'єднань, які надалі виступають в ролі каталізаторів просування КСВ.
Залучення до питань КСВ зацікавлених сторін (стейкхолдерів)	Розвиток цього напрямку державної політики пов'язаний із сприянням в організації діалогу і партнерства держави, бізнес-спільнот, професійних і громадських об'єднань та інших зацікавлених сторін в реалізації КСВ для консолідації ресурсів і досягнення більш значимих результатів.

Продовження табл. 4.2

1	2
Міжнародна співпраця з КСВ	Для об'єднання зусиль і просування міжнародних принципів КСВ уряди країн всіляко підтримують ініціативи міжнародних організацій, зокрема Ініціативу ООН «Глобальний договір», підписують конвенції, укладають угоди і беруть участь в міжнародних форумах.
Об'єднання інтересів і прозорість діяльності соціально-відповідальних бізнесів	ЄС сприяє розвитку системи міжнародних стандартів управління, показників звітності, аудиту з КСВ, стимулюють сертифікацію продукції і підприємств за міжнародними стандартами, що, у свою чергу, забезпечує вихід національних компаній на світові ринки, сприяє поширенню системи міжнародного соціального і екологічного маркування для забезпечення рівних прав торгівлі в різних країнах. Останнім часом все більшої популярності набуває соціально-відповідальне інвестування (SRI), в основі якого лежить врахування при ухваленні інвестиційних рішень соціальних і екологічних наслідків інвестицій.
Впровадження систем оцінки і звітності з КСВ	За підтримки держави розробляється методичне керівництво по звітності, створюються спеціальні структурні підрозділи з надання допомоги в підготовці нефінансових звітів. У деяких європейських країнах включення інформації про дотримання КСВ в регулярні аудиторські звіти є обов'язковим.
Використання податкових і інвестиційних інструментів	Створення сприятливих умов, в яких соціально-відповідальна поведінка компаній винагороджується через надання податкових пільг, преференцій, субсидій. Прибуток з соціальних витрат, благодійні пожертвування, цільові відрахування в некомерційні організації, фонди у більшості європейських країн не оподатковуються. Держава бере участь в співфінансуванні соціально-значимих проєктів. Найважливішою неподатковою преференцією для соціально-відповідального бізнесу є врахування КСВ при відборі підприємств на виконання державних замовлень.
Спеціальне КСВ-законодавство	У деяких країнах створено спеціальне законодавство, яке враховує зазначені вище інструменти стимулювання і регулювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

\* Складено автором на основі [317].

З таблиці видно, що уряд ЄС приділяє багато уваги розвитку напрямів СЕВП, які спрямовані як на поширення інформації про результати діяльності та практик підприємств в цій сфері, так і конкретно на реалізацію цих інструментів: як-то впровадження систем оцінки та звітності, використання податкових пільг та інвестиційних інструментів для заохочення СЕВП-практик, а також створення спеціального законодавства в сфері СЕВП.

У наступній таблиці узагальнено досвід державного регулювання СЕВП в країнах Європи (табл. 4.3).

**Таблиця 4.3. – Державна політика в області СЕВП в країнах Європи**

Ініціативи держави в конкретній сфері	Країна	Характеристика дій
1	2	3
<b>Урядові ініціативи</b>	Великобританія	2001 р. – заснована посада міністра корпоративної соціальної відповідальності; - більше 12 міністерств і відомств залучені в просування КСВ на галузевому рівні, використовуючи різні інструменти мотивації і стимулювання.
	Франція	За поширення відповідальної ділової поведінки відповідають прем'єр-міністр, міністерство екології і стійкого розвитку, Національна рада із стійкого розвитку, Міжвідомчий делегат зі стійкого розвитку і ряд інших органів влади, у тому числі на місцях.
	Нідерланди	До реалізації політики КСВ залучені міністерства: будівництва, територіального планування та навколишнього середовища; соціальної політики та зайнятості, закордонних справ (відділ міжнародної кооперації та технічної допомоги); сільського господарства, природи та якості харчування; - мета політики країни щодо СВБ – прагнення, щоб усі компанії усвідомлювали соціальні наслідки ведення бізнесу та відповідальність за них, знали про можливості СВБ та доклали реальних зусиль для її інтеграції у свою основну діяльність; - політика КСВ побудована навколо 3 підходів (натхнення, інновації, інтеграція) за 7 напрямками промоція знань і підвищення обізнаності щодо СВБ, покращення прозорості та підзвітності, фокусування на «підсилювачах» СВБ, прив'язка СВБ до інноваційного процесу.

Продовження табл. 4.3

1	2	3
Законодавчі та нормативні ініціативи	Великобританія	Закон Companies Act 2006 року вводить регулярну звітність – Business Review.
	Данія	<p>Прийнято закон «Про рахунки», 1995 р., згідно якого близько 1200 підприємств публікують щорічні екологічні звіти;</p> <p>- у 2000 р. Міністерством Соціальних Справ Данії було запроваджено <b>Соціальний індекс</b> – оціночний інструмент для вимірювання ступеня соціальної відповідальності компанії, що складається з низки запитань, відповіді на які мають надавати працівники компанії. Індекс може бути застосований для інформування громадськості;</p> <p>- у 2008 р. було прийнято План дій уряду Данії щодо СВБ. План дій містить 30 ініціатив, розподілених за чотирма ключовими сферами (пропаганда бізнес орієнтованої соціальної відповідальності, промоція соціальної відповідальності бізнесу через заходи уряду, відповідальність бізнес-сектору за клімат, промоція Данії у світлі відповідального зростання).</p>
	Бельгія	<p>- прийнято спеціальне законодавство щодо регулювання і просування КСВ. У рамках «Федеральної координаційної політики стійкого розвитку», уряд підготував документ «Рекомендаційна база: корпоративна соціальна відповідальність у Бельгії», який є основою з КСВ для державних структур, бізнесу і інших учасників. Конкретні заходи з реалізації концепції КСВ формулюються у Федеральних планах з КСВ;</p> <p>- державна Комісія з регулювання банківських, фінансових і страхових послуг спільно з Федерацією промислових підприємств підготувала Кодекс корпоративного управління.</p>
	Франція	<p>- прийнятий закон 2001 року «Про нове економічне регулювання» – перший в ЄС в області корпоративного управління, такий, що визначає обов'язкову і детальну корпоративну нефінансову звітність;</p> <p>- розвиток і регулювання КСВ відбувається у рамках «Національної стратегії стійкого розвитку», яка була прийнята в 2003 році урядом Франції і оновлена в 2006 році. Головний напрям стратегії – добровільне формування зобов'язань великого бізнесу у сфері КСВ через роботу з галузевими об'єднаннями працедавців.</p>

Продовження табл. 4.3

1	2	3
<b>Законодавчі та нормативні ініціативи</b>	Великобританія	Багато аспектів КСВ регулюються галузевим законодавством – трудовим, торговельним, податковим та із захисту довкілля.
	Словенія	- вимоги з КСВ є присутніми в нормативно-правових документах, що регулюють трудові, екологічні аспекти, зокрема в законі «Про трудові відносини» і законі «Про охорону довкілля»; - у 2005 р. ухвалений закон «Про комерційні компанії», в якому закріплена обов’язкова звітність компаній з питань спричинення шкоди довкіллю і дотримання прав працівників компанії.
	Іспанія	2003 р. прийнятий закон про КСВ.
<b>Ініціативи в сфері нефінансової звітності</b>	Великобританія	Закон Companies Act 2006 вимагає від компаній розкриття загальної інформації з питань охорони довкілля, політики взаємовідносин із співробітниками і взаємодією з місцевим співтовариством.
	Данія	- прийнято закон «Про рахунки», 1995 р. (див. Законодавчі та нормативні ініціативи); - на виконання План дій уряду Данії щодо СВБ 2008 р. для великих компаній було започатковано обов’язкове щорічне звітування керівництва компанії про соціальну відповідальність.
	Франція	Прийнято закон 2001 року «Про нове економічне регулювання» (див. Законодавчі та нормативні ініціативи)
	Словенія	Ухвалено закон «Про комерційні компанії», 2005 р. (див. Законодавчі та нормативні ініціативи)
<b>Податкові важелі</b>	Великобританія	Передбачені норми пільгового оподаткування для підприємств, що дотримуються ділової етики в питаннях ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів, взаємин з персоналом. Парламентом були прийняті податкові пільги на інвестиції в соціальну сферу. Пільга Community Investment Tax Relief (CITR) заохочує приватні інвестиції через фінансові інститути розвитку (Community Development Finance Institutions, CDFIs) як неприбуткових, так і прибуткових установ, що перебувають в «неблагополучних» регіонах і знаходяться у важкій фінансовій ситуації.

Продовження табл. 4.3

1	2	3
<b>Податкові важелі</b>		Відповідаючи певним умовам, CITR розрахована і на фізичних, і на юридичних осіб, пропонуючи інвестувати, шляхом позики-купівлі цінних паперів або пайової участі в установах, акредитованих CDFI. Пільги (до 25%) залежать від об'єму інвестованих коштів і скорочують податок на доход інвесторів і корпоративні податкові зобов'язання. Окрім CITR уряд також пропонує податкові стимули, щоб заохотити корпоративну підтримку грошима, устаткуванням і іншою матеріальною допомогою добровольцям і місцевим співтовариствам, включаючи перерахування коштів до фонду зарплат і допомоги подарунками.
	Естонія	- для підприємств, що мають деякі з екологічних сертифікатів, уряд Естонії застосовує податкові пільги; - підприємства звільняються від сплати податків з подарунків і пожертвувань недержавним організаціям і фондам, що входять в спеціальний перелік організацій, які звільняються від податку.
	Словенія	У 2005 р. урядом Словенії був ухвалений закон «Про комерційні компанії», в якому закріплена обов'язкова звітність компаній з питань спричинення шкоди довкіллю і дотримання прав працівників компанії.
<b>Ініціативи в сфері стандартизації</b>	Великобританія	Уряд Великобританії проводить заходи із впровадження міжнародних і національних стандартів, таких, як ISO 14001 і BS 8555, розробки в 2006 році першого у світі стандарту управління стійким розвитком, BS 8900, що визначає результати стійкості організацій, яких вони повинні досягти і які є головним мірилом їх прогресу, випуск «Керівництва з екологічної звітності» тощо.
	Бельгія	Широке застосування отримали схеми соціальних і еколейблів. Наявність сертифікату «бельгійський соціальний лейбл», схвалений урядом Бельгії, підтверджує, що сертифікована компанія дотримується восьми фундаментальних принципів Конвенції Світової організації торгівлі. Система еколейблів, розроблена брюссельським Інститутом управління природними ресурсами, свідчить про застосування сертифікованими підприємствами систем менеджменту якості, міжнародних стандартів, що відповідають вимогам, в області захисту довкілля.

Продовження табл. 4.3

1	2	3
	Естонія	Застосовується практика екологічних лейблів. Для підприємств, що їх мають, уряд Естонії надає податкові пільги.
<b>Інші ініціативи з розвитку КСВ</b>	Бельгія	Для пропаганди і допомоги при впровадженні принципів КСВ в практику уряд відкрив два спеціальні інформаційні центри.
	Великобританія	Виділені державні ресурси на створення академії з КСВ (створена у 2004 р.) і підготовку інформаційно-методичного забезпечення.
	Данія	Заснована Рада соціальної відповідальності, яка надає рекомендації уряду, бізнес-сектору та асоціаціям, створено портал щодо СВБ ( <a href="http://www.samfundsansvar.dk">www.samfundsansvar.dk</a> ). Заснована мережа знань серед організацій, дослідників і радників у сфері бізнес орієнтованої соціальної відповідальності та відповідального управління ланцюгами постачань. Роботодавці відповідальні за наявну і потенційну пропозицію робочої сили. Очікується, що роботодавець – держава або приватна структура – попереджуватиме виключення зі складу працівників, активно утримуватиме індивідів, що потрапили в групу ризику (тобто внутрішня СВ), а також інтегруватиме безробітних, виключених з робочої сили (зовнішня СВ).
	Нідерланди	Покращуючи співпрацю між урядом та підсилювачами СВБ, уряд націлений на максимальну активацію інших гравців у сфері СВБ. Підсилювачами СВБ є соціальні партнери – компанії-лідери та компанії-піонери СВБ, НУО, акціонери, представники фінансового сектора, приватні фонди та споживачі. При цьому соціальні партнери залучаються до політики СВБ за допомогою надання державних субсидій (наприклад, неурядовим організаціям).
	Словенія	Торгово-промислова палата Словенії активно здійснює інформування громадськості про роль КСВ через спеціальний проект «КСВ – ключ до розумної реальності для малого і середнього бізнесу».
	Іспанія	Працює державна Експертна технічна комісія з СВБ, завданням якої є «допомогти бізнесу поєднувати економічну активність із діяльністю на благо суспільства».

\* Складено автором на основі [22; 53; 223; 317].

Таким чином, можна зауважити різноманітність дій урядів європейських країн у сфері розвитку КСВ. Вчені багато уваги приділяють досвіду Великобританії через активну політику держави в цій області. У уряді країни навіть присутня посада міністра з корпоративної соціальної відповідальності, проводяться заходи з розвитку КСВ, є підтримка бізнесу, який розвиває соціальні ініціативи тощо.

З огляду на результативність своєї системи на увагу заслуговують також приклади Швеції та США, а також Індії та Китаю як країн із системою соціально-економічної відповідальності, що активно реформується та може бути застосована в українських реаліях.

Отже розглянемо більш детально досвід Швеції та США, країн з розвиненою економікою, де КСВ має тривалу історію та займає значне місце в діяльності підприємств.

Швеція традиційно вважається країною з соціальною економікою, і тому система соціальної відповідальності в ній встановлена на високому рівні. У цьому дослідженні буде розглянуто основні елементи, які можна віднести до соціально-економічної відповідальності.

Досвід Швеції є корисним через свої досягнення у сфері соціальної відповідальності. Так, у 2007 році Швеція посіла перше місце за Індексом відповідальної конкурентоспроможності. Цей показник базується на низці параметрів, що охоплюють клімат, робоче середовище, корупцію та соціальні проблеми серед компаній у 108 країнах. Зокрема, Швеція була відмічена за гендерну рівність. У 2010 р. Індекс кліматичної конкурентоспроможності визнав, що країни Північної Європи стають основним учасником боротьби з кліматичними змінами та сприяють розвитку «чистого обладнання» – парасолькового терміну для інновацій, які зменшують викиди або споживання енергії. Також у цей рік (2010 р.) Всесвітній

економічний форум «Глобальна доповідь про гендерну розбіжність у 2010 році» стверджує, що Швеція та інші країни Північної Європи «стають провідними виконавцями та справжніми лідерами з питань гендерної рівності ... і, таким чином, служать моделями та корисними орієнтирами для міжнародних порівнянь» [383].

КСВ у Швеції є частиною промислової політики, метою якої є зміцнення конкурентоспроможності та створення нових робочих місць та зростання компаній. Проблеми шведського парламенту, пов'язані з КСВ, включають права людини, гідні умови праці, екологічні міркування та зусилля щодо боротьби з корупцією, а також гендерну рівність, різноманітність, ділову етику та оподаткування. Всі вони взаємопов'язані із СЕВП, оскільки вони мають економічну базу, а також деякі з них є прямим економічним інструментом, який впливає на бізнес та суспільство [337].

У табл. 4.4 представлені напрями розвитку СЕВП Швеції.

**Таблиця 4.4. – Основні напрями СЕВП Швеції**

	Сфера розвитку	Характеристика	Напрямок СЕВП
1	2	3	4
1	Законодавча	Швеція була першою країною (2007 рік), яка стала вимагати звіти про стабільний розвиток державних підприємств. Звіти повинні відповідати вимогам Глобальної ініціативи звітності (GRI).	Це є інструментом СЕВП, що напряму відображає рівень відповідальності підприємництва.
2	Адміністративна	Вже багато років уряд робить кілька спроб заохотити та надихнути шведські компанії на участь у стратегічній КСВ. Міністерство закордонних справ має платформу для діалогу з діловими партнерами, соціальними партнерами, профспілками та неурядовими організаціями, що працюють з соціальною відповідальністю, і протягом останніх років організувала та брала участь у декількох семінарах з КСВ, включаючи боротьбу з корупцією. Шведське агентство міжнародного співробітництва у сфері розвитку (Sida),	Розвиток соціально відповідального підприємництва через приватний сектор, проводячи семінари, ділові справи тощо, може підвищити рівень соціально-економічної відповідальності підприємництва.

1	2	3	4
		державне агентство, все більше співпрацює з приватним сектором для стимулювання розвитку, інновацій, підприємництва та КСВ у країнах, що розвиваються. СІАД має на меті сприяти популяризації сталого та всеохоплюючого бізнес-практики через свій досвід роботи в менш розвіданих торговельних середовищах.	
3	Судова	У Швеції існують спеціальні закони, цивільні та кримінальні, про здоров'я та безпеку, рівні можливості, право колективного договору, корупція та дискримінація, а також інші проблеми, пов'язані з прав людини.	Ці закони також регулюють економічну базу КСВ, а саме: оподаткування, корупцію, легальний бізнес тощо.

\* Складено автором на основі [383].

Отже, уряд Швеції вживає певні заходи щодо підвищення рівня СЕВП, а саме: вводить обов'язкову соціальну звітність державних підприємств, виконує закони, які регулюють економічні інструменти СЕВП, впроваджує заходи щодо поширення соціальної відповідальності серед приватного сектора.

Сполучені Штати Америки – країна з майже найбільшою історією використання такого інструменту СЕВП як філантропія та благодійність. США сформували американську модель КСВ, яка відрізняється малою роллю держави в регулюванні соціальної відповідальності. Більшість завдань покладаються на підприємства. Але, незважаючи на це, США є країною з розвиненою системою КСВ та надійним соціальним захистом для працівників та споживачів.

Традиція жертвувати частину прибутку на благодійність, щоб поліпшити ставлення місцевої громади до певного виробництва, й сформувала американську модель соціальної відповідальності. Американські бізнесмени долучаються до фінансування безлічі неприбуткових проектів і таким чином вирішують різні соціальні

проблеми (професійна освіта, пенсійне та соціальне страхування, охорона довкілля тощо).

Держава прямо не втручається в ці процеси, а тільки стимулює їх через систему пільг і субсидій.

Зокрема, Сполучені Штати запровадили податкові пільги, спрямовані на те, щоб допомогти роботодавцям компенсувати витрати на наймання інвалідів, пенсіонерів, молоді та ветеранів [145].

США реалізують 4-й рівень моделі А. Керролла, адже більшість підприємств країни беруть участь у благодійних заходах та підтримують боротьбу з голодом [358].

Що стосується іншого інструменту СЕВП – соціальної звітності – то слід зазначити, що в США вона не регулюється державою, необхідна основа для звітування в даний час не закладена.

Незважаючи на відсутність правил у Сполучених Штатах, які вимагають від компаній розкриття інформації, все більше компаній випускають звіти про КСВ з різних причин. Дослідження показують, що існує три основні причини цієї тенденції: (а) управління сприйняттям ключових зацікавлених сторін; (б) передавання значення організації для громадськості, що називається теорією управління враженнями; і найпоширенішою причиною (с) встановлення факту, що діяльність організації відповідає соціальним нормам, що є теорією легітимності. Окрім мотивації організації для розкриття інформації зростає попит на цю нефінансову інформацію [340].

Крім того, для підприємств США типовим є наявність Етичного кодексу та концентрація на такому стейкхолдері як громада. Підприємці США не схильні вирішувати питання, які не пов'язані з їх діяльністю. Американські фірми зосередили увагу на питаннях, пов'язаних із добробутом громади [358].

Отже, можна дійти висновку, що в Сполучених Штатах існують інші форми впровадження СЕВП – найбільш поширені в цій країні податкові пільги для розвитку СЕВП та орієнтації та розвитку громади. Хоча й немає вимог щодо надання соціальної звітності. Досвід США може бути корисним для України у кількох напрямках, які будуть розглянуті далі.

Серед азійських країн цікавим є досвід Індії та Китаю. Спочатку звернемось до вивчення китайської СЕВП. На цей час соціальна відповідальність активно поширюється серед підприємств Китаю, але все ще залишається проблемним питанням для держави, більш пов'язаним з культурними та соціальними факторами Китаю. Слід зазначити, що якщо раніше КСВ була притаманна іноземним компаніям, що працюють на китайському ринку, то зараз місцеві компанії також впроваджують КСВ [338].

Факт підвищення пріоритету китайської КСВ за останні роки базується на зростаючому інтересі до сталого розвитку китайського суспільства. Це також дуже важливий знак завдяки лідируванню Китаю у світовому виробничому ланцюгу.

У Китаї КСВ взаємопов'язано з «гармонізованим суспільством» – концепцією, побудованою на основі вчень Конфуція та спрямованої на розвиток стабільного та гармонійного китайського суспільства [345].

Найбільш важливими положеннями є «Закон про КСВ», Поправка до «Закону про товариства» (2005 р.), «Закон про компанії», який є законом, що деталізує загальні операційні рамки для компаній, стосується загальних принципів соціальної відповідальності компаній. «Гармонізоване суспільство» має бути досягнуте завдяки Концепції наукового розвитку, яка є поточним китайським ідеологічним керівництвом, і закликає до сталого розвитку та соціального

добробуту шляхом зменшення розриву у розвитку між сільським та міським населенням, нерівним розподілом доходів, недостатністю побутових багатств, екологічною деградацією та браком ефективного використання ресурсів. КСВ також розглядається як важливий компонент конкурентоспроможності компаній, як це викладено в Керівних принципах КСВ для державних підприємств [346].

На цей час спостерігається зростання кількості соціальних звітів та розвиток благодійної та волонтерської діяльності [382].

На третьому пленарному засіданні 18-го Центрального партійного комітету Китаю з комплексної реформи у листопаді 2013 року соціальна відповідальність була оголошена однією з восьми основних напрямів подальшої реформи для китайських державних підприємств. Крім того, з 2008 року державні компанії зобов'язані публікувати щорічні звіти про КСВ.

Держава активно сприяє розвитку КСВ, прийняттям відповідних законів або внесенню змін до існуючих. Окрім вищенаведених, це: Закон про компанії (зміни 2005 р.), Закон про працю Китайської Народної Республіки (1998 р.), Закон про трудові договори (2008 р.), Закон про захист прав та інтересів (2002 р.), Закон про безпеку виробництва (2002 р.), стаття 26 Конституції (1982 р., змінена 1988 р., 1993 р.), Закон про охорону навколишнього середовища (1989 р.), Закон про оцінку впливу на навколишнє середовище (2003 р.), Закон про сприяння очищенню виробництва (2003 р.), Закон про запобігання та контролю за забрудненням води (1984 р., зміни 2008 р.) [347].

Ці закони регулюють КСВ та СЕВП зокрема, включаючи соціально-економічний вимір у сфері забезпечення зайнятості, прав працівників, виробництва якісних продуктів тощо.

Особливу ж увагу українським підприємцям, які впроваджують у себе СВ, треба звернути на досвід роботи та регулювання діяльності державних підприємств: зобов'язання щодо їх соціальної звітності та підвищення рівня соціальної відповідальності всередині країни спостерігаються саме на державних підприємствах.

Австралійські дослідники встановили, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) з добровільної діяльності компаній поступово перетворюється на законодавчо регульовану. Причиною того стали зловживання з боку компаній, наприклад, отримання державних грантів без цільового витрачання, «зелений газ» без реальних результатів і недостовірна звітність.

У світі соціальну відповідальність компаній намагаються регулювати. Наприклад, Американська комісія з цінних паперів та бірж випустила правила, що регулюють прозорість виплат за ліцензією на надровикористання, забезпечення гендерної рівності всередині компаній.

У 2014 році Євросоюз випустив директиву про розкриття фінансової інформації та даних, пов'язаних з расою та гендерним різноманіттям. У Австралії бізнес зобов'язаний розкрити інформацію про управління соціальними та екологічними ризиками. Китайські та японські банки почали публікувати звіти з КСВ без будь-яких законодавчих вимог із боку держави в 2015-2016 роках [31].

Далі, ніж інші країни, пішла в цій сфері Індія. У 2013 році вона увела в дію статтю 135 Закону «Про компанії», який зобов'язує великі компанії розкрити інформацію про КСВ.

Крім того, документ встановлює обов'язкові відрахування на КСВ в розмірі 2% від середнього чистого прибутку за три фінансові роки для компаній, які мають або власний капітал понад 5 млрд. рупій (більше 77 млн. дол. США), або оборот, що перевищує 10

млрд. рупій (більше 155 млн. дол. США) , або чистий прибуток, що перевищує 50 млн. рупій (понад 775 млн. дол. США) протягом фінансового року [31]. З цього видно, що проявляється саме соціально-економічна відповідальність, коли підприємство окрім соціальних дій, застосовує ще й економічні важелі.

Тобто, Індія стає першою країною у світі, яка закріплює обов'язкове корпоративне право. Одночасно політичні діячі Індії заявили, що закон дозволить виділити необхідні кошти для соціального розвитку, а критики попередили про менталітет населення та зусилля, які спрямоване на ухилення.

Рух корпоративної соціальної відповідальності розпочався у відповідь на пропаганду корпорацій, щоб вони відігравали роль у поліпшенні соціальних проблем через їх економічну силу та широку присутність у повсякденному житті [366].

Традиційно КСВ в Індії розглядалася як благодійна діяльність. І відповідно до індійської традиції це була діяльність, яка реально виконувалась, але не обговорювалась. У результаті залишилось обмаль документів щодо конкретних заходів, пов'язаних з цією діяльністю [60].

Як зазначають деякі спостерігачі, практика КСВ в Індії все ще залишається в межах благодійного простору, але перейшла від інституційної основи (освітньої, дослідницької та культурної) до розвитку громади за допомогою різних проектів. Також, з глобальними впливами та зростаючою активністю та потребою в громадах, існує помітна тенденція до набуття КСВ стратегічного характеру, аніж просто філантропія, й велика кількість компаній повідомляють про діяльність, яку вони проводять у цьому просторі, на своїх офіційних веб-сайтах, щорічних звітах, звітах про сталий розвиток та навіть публікаціях звітів про КСВ.

Закон «Про компанії» 2013 р. виніс ідею КСВ на перший план, і завдяки своєму мандату на розкриття або пояснення інформації, сприяє підвищенню прозорості та розкриття інформації [363].

У посібнику з корпоративної соціальної відповідальності в Індії (2013 р.), опублікованому *Pricewaterhouse Coopers*, зазначено, що «мінімум 6000 індійських компаній будуть зобов'язані реалізувати проекти соціальної відповідальності, щоб дотримуватися положень Закону «Про компанії» 2013 р. з багатьма компаніями, які будуть проводити ці ініціативи вперше. Крім того, за деякими оцінками, зобов'язання з КСВ від компаній можуть становити до 20 000 індійських рупій. Таке поєднання регуляторного та соціального тиску означало, що компанії повинні проводити свою діяльність з КСВ більш професійно (п.5)» [363].

У 2014 році індійським урядом також були прийняті «Правила корпоративної соціальної відповідальності», які наряду із статтею 135 Закону «Про компанії» стають двома найважливішими документами, що забезпечують правову основу для КСВ [383].

Окрім встановлених у законі правил щодо відрахування 2%, також зазначається перелік видів діяльності, які можуть бути включеними компаніями у свою політику корпоративної соціальної відповідальності. Так, до цього переліку включено: ліквідацію надзвичайного голоду та бідності; сприяння освіті; сприяння гендерній рівності та розширенню прав жінок; зменшення дитячої смертності та покращення здоров'я матерів; боротьба з вірусом імунодефіциту людини, синдромом набутого імунодефіциту, малярією та іншими захворюваннями; забезпечення екологічного сталого розвитку; підвищення професійних навичок; сприяння розвитку соціальних проектів; внесок у Національний фонд допомоги або Прем'єр-міністра, який створюється центральним урядом або дер-

жавними урядами для соціально-економічного розвитку та допомоги та фондів для благополуччя каст, племен, інших класів, меншин та жінок тощо.

Важливим у цьому законі є п.4 статті 135, де зазначено, що Рада кожної визначеної законом компанії повинна затвердити «Політику корпоративної соціальної відповідальності» для компанії та розкривати зміст такої політики у своєму звіті, а також розмістити її на веб-сайті компанії. Рада також має контролювати, аби діяльність, зазначена в «Політиці корпоративної соціальної відповідальності компанії», здійснювалась насправді з огляду на національний менталітет.

Правила корпоративної політики (ПКП), що були прийняті в 2014 р., визначають КСВ як проекти чи програми, пов'язані з діяльністю, зазначеною в Додатку VII Закону «Про компанії», або проекти, пов'язані з діяльністю, що здійснюється Правлінням директорів компанії за умови, що такий предмет охоплюється Законом. Це визначення КСВ передбачає її важливість, оскільки це дозволяє компаніям брати участь у проектах або програмах, пов'язаних із заходами, включеними до ПКП. Гнучкість КСВ проявляється в тому, що компаніям дозволяється вибирати бажані для них зобов'язання з КСВ, які відповідають їхній політиці [367].

Комітет КСВ кожної компанії, що відповідає критеріям, зазначеним у п.1 статті 135, має зареєструвати фонд/установу для здійснення заходів КСВ згідно з Законом «Про довіру», Законом «Про товариства» або Законом «Про компанії».

У цих правилах містяться наступні пункти, які слід взяти до уваги для розширення впровадження соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні:

1. Програми, від яких виграють тільки працівники компанії, не розглядаються як діяльність з КСВ.

2. Кошти, витрачені на підвищення кваліфікації персоналу під егідою КСВ, не можуть перевищувати 5% витрат.

3. Витрати на КСВ включають всі витрати, включаючи внесок проекти, пов'язані з КСВ.

4. Внесення внесків до будь-яких політичних партій не можуть вважатися діяльністю з КСВ [70].

Річний звіт з КСВ включає інформацію про політику компанії з КСВ, з обов'язковим посиланням на веб-сторінки проектів та програм з КСВ; структуру комітету з КСВ; середній чистий прибуток компанії за останні три фінансові роки; заплановані витрати на КСВ; детальна інформація про гроші, витрачені на КСВ протягом фінансового року; сума невитрачена, якщо така є, її причини (якщо компанія не може витратити мінімально необхідні витрати, компанія повинна вказати причини в звіті про невідповідність, щоб не було зафіксовано штрафних санкцій.); напрям, на який сума витрачена протягом фінансового року [363; 383].

Прийняті заходи викликали суперечливі оцінки. Однозначним є те, що загальні благодійні витрати компаній збільшилися. Згідно з незалежними звітами, сукупні благодійні витрати приватного сектора в 2013 році були прогнозовані на рівні 33,67 млрд. рупій (357,5 млн. фунтів), а насправді склали – 250 млрд. рупій (2,63 млрд. фунтів).

І все-таки побоювання, що компанії знайдуть способи уникнути надання належних причин, чому гроші не були видані на благодійність, виявляються однаково обґрунтованими. Опитування, проведене бухгалтерською фірмою KPMG, показало, що 52 з 100 найбільших компаній країни не вдалося витратити необхідні 2% в

2015 році. Менша частка компаній відрахувала гроші на благодійність фондам, які потім їх повернули цим компаніям [368].

Дослідження, яке було проведене для оцінки ефективності започаткованого в Індії експерименту, передбачало порівняння звітних практик з КСВ найбільших банків Індії, Австралії, Китаю та Японії. Для цього були оцінені звіти, подані до прийняття закону 2013 р. та звіти після прийняття закону.

Оскільки банки Індії не мали звітів про КСВ до 2012 р, лише Державний банк Індії оприлюднив свої витрати на КСВ. Незважаючи на прийняття нового закону, що передбачає витрати КСВ – 2% прибутку до оподаткування для корпорацій такого розміру, тільки ICICI Банк досяг мети в 2014 році. Але в 2016 році відсоток зменшився до 1,9%. Kotak Mahindra Банк повідомив, що витрати на КСВ менше ніж 0,69% прибутку до оподаткування в 2016 році. Незважаючи на те, що вони не задовольняли цільовим витратам на КСВ, жоден з банків не повідомив про штрафи чи справи про порушення законодавства.

У цей період (2012-2016 роки) австралійські банки мали найвищий ступінь розкриття інформації, далі йшли Японія, Китай та Індія [366].

Основними напрямками відрахувань індійських банків є про-світницька та оздоровча діяльність у сфері КСВ, як це передбачено новим законом. Крім того, всі індійські банки використовують власні фонди та центри, а також сприяють волонтерській участі персоналу на великих заходах. Усі ці заходи спрямовані на отримання максимально вигідного медійного висвітлення.

Менш популярними заходами з КСВ є програми для викорінення малярії та боротьби з іншими основними інфекційними за-

хворюваннями – вони також визначені в Законі як КСВ, але не привертають майже жодної уваги.

Інша популярна діяльність у сфері КСВ – це відрахування коштів у фонди з ліквідації наслідків стихійних лих, що, ймовірно, спрямовано на підвищення іміджу політичних партій.

На протипагу індійським, австралійські банки, незважаючи на відсутність законодавчого мандату, розкривають свої витрати на КСВ мінімум з 2010 року. СВА та Westpac витрачають більше на КСВ, ніж інші два великих австралійських банки.

Китайські та японські банки звітують про цілі та досягнення, щоб відповідати їх відповідним екологічним законам, хоча і не так докладно, як австралійські банки. Оскільки немає жодних юридичних вимог щодо звітування про фактичні витрати на КСВ, японські банки не розкривали це в своїх звітах до 2015 року.

У 2016 році японські банки Nomura та Mizuho почали звітувати про свої витрати на КСВ. Аналогічним чином китайські банки добровільно почали звітувати про свої витрати на КСВ в 2016 році. Але всі вони надають нижче 0,25% прибутку після оподаткування.

Проведене дослідження показує, що закон у своїй нинішній формі насправді не просуває КСВ в Індії. Що обґрунтовано відсутністю чітких зобов'язань; незадовільним забезпеченням правопорядку, що, в свою чергу, не створює етичного обов'язку дотримуватись закону.

Річні звіти індійських банків та звіти про корпоративну соціальну відповідальність не свідчать про суттєву зміну характеру розкриття інформації після 2013 року. Закон встановлює мінімальні штрафи за невідповідність. Крім того, в індійському суспільстві існують ряд інших проблем: високий рівень корупції, низький рівень

довіри громадськості, слабкі інституції, низький рівень розвитку та освіти.

Положення сформульовані на основі традиційного розуміння того, що топ-менеджмент несе виключну відповідальність за етичну поведінку та діяльність з КСВ, не встановлюючи зв'язку між компанією та її зацікавленими сторонами. Немає пояснень щодо того, як положення КСВ вписуються в більш широке коло цілей корпорації, очікуваних від директорів обов'язків або інформації, яку вона повинна розкривати [366].

Ми бачимо, що реформування КСВ в Індії має свої недоліки та не зовсім ті наслідки, які очікувались. І основним напрямом з боку держави вбачається урахування недоліків та удосконалення законодавчої системи. Для України реалії Індії також можуть бути актуальними, якщо подібні кроки будуть зроблені урядом. Але все одно впровадження обов'язкового елемента КСВ є ефективним засобом розвитку механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні [89].

Проаналізувавши досвід Індії, можна зробити висновок, що активна реформа індійської КСВ почалось в 2013 р., коли була прийнята стаття у Закон «Про компанії», яка встановлює правила відрахування благодійності в залежності від рівня прибутковості компанії. У законі чітко окреслені напрямки, на які спрямовується КСВ. Там само зазначається, що на підприємстві вітається створення департаменту з КСВ та інтеграція КСВ в стратегію розвитку компанії. Таким чином, держава намагається вирішити багато нагальних питань у суспільстві, як-то низький рівень освіти та розвитку, проблеми голоду та бідності, низький рівень здоров'я та інші. У цьому державному заході можна побачити прямий вплив на соціально-економічну відповідальність в країні, тобто окрім соціаль-

ної відповідальності застосовується й економічна, тобто підприємство в обов'язковому порядку здійснює відрахування до благодійних фондів. Це може стати корисним прикладом для України, де також маємо багато проблем у соціальній сфері. Але ми бачимо й проблеми в реальному застосуванні цих заходів в Індії, які пояснюються менталітетом та бажанням ухилитись від цього. Саме на вирішення цього питання та удосконалення закону й повинні бути спрямовані дії уряду. А для українського досвіду це також є напрямком врахування усіх недоліків заздалегідь й пристосування до власної економічної системи. В Україні можна передбачати опір з боку підприємництва, але для побудови конкурентного середовища та активного члена міжнародної політики, необхідні реальні дії з боку держави. У тактичній перспективі вони можуть бути непопулярними, але в стратегічній – укорінять КСВ в стратегії компаній та покращать стан розвитку суспільства.

Для виконання нової функції – функції відповідальності, яка була запропонована раніше, а також врахування усіх рекомендацій на основі вивчення зарубіжного досвіду, необхідна інституціоналізація соціальної відповідальності роботодавців, тобто створення умов, за яких роботодавці виконували б певні соціальні норми, встановлені як на національному, так і на міжнародному рівні, що в свою чергу вимагає вироблення нових підходів до соціальної політики, відкрите включення соціальної відповідальності роботодавців у стратегію соціального розвитку України на основі визначення ролі й функцій кожного суб'єкта соціальної відповідальності. Як інструмент управління соціальним розвитком потрібно використовувати соціальні стандарти як сукупність вимог до рівня і якості життя працюючого населення. Дуже актуальним, з точки зору реалізації механізму підвищення відповідальності бізнесу за здоров'я

працюючих, є науково обґрунтована розробка форм, методів і порядку здійснення соціального аудиту в великому, середньому і малому бізнесі, заснованого в тому числі на даних моніторингу умов праці та здоров'я працівників.

На думку А.В. Оганезової, для підвищення економічної зацікавленості й відповідальності роботодавців за здоров'я працівників, обмеження прагнень до отримання швидкого прибутку шляхом приховування наявних ризиків травматизму і захворюваності, необхідним є розробка нового законодавчого підґрунтя для поліпшення умов і охорони праці; заходів з упровадження сучасних безпечних виробничих технологій, удосконалення медико-санітарного забезпечення працівників і приведення його у відповідність до міжнародних норм і вимог тощо [220]. Пропозиції науковця є доцільними та будуть враховані при розробці власного трансформаційного механізму СЕВП у національній економіці.

Приклади інших держав також відрізняються позитивним досвідом, який може бути застосований в Україні. Саме завдяки використанню елементів політики урядів цих держав, може бути розвинена соціально-економічно відповідальність підприємництва в Україні. По-перше, слід більше уваги з боку нашого уряду приділити законодавчим ініціативам. Слід розробити проект закону «Про соціальну відповідальність бізнесу», де буде чітко сформульовані основні характеристики, принципи, форми, напрями, інструменти соціальної відповідальності бізнесу, що надасть змогу проінформувати суспільство, бізнес-кола та чітко окреслити область КСВ. По-друге, корисним може бути досвід європейських держав в сфері підтримки тих підприємств, що провадять соціальні ініціативи. Ця підтримка може бути виражена в пільговому оподаткуванні прибутку підприємства, що здійснює соціально-

відповідальні заходи. В цьому й проявляється соціально-економічна відповідальність підприємництва, тобто отримання економічних вигід від проведення соціальної діяльності. Для цього в податковому кодексі слід чітко описати ці самі зміни, що будуть внесені. Досліджуючи досвід інших держав, корисним також виступає приклад Франції, яка зробила обов'язковим нефінансовий звіт. В деяких моментах цей досвід може бути пристосований й в наших реаліях на великих підприємствах.

Отже, проведене дослідження дозволяє зробити висновки щодо державного регулювання КСВ в країнах Європи. Серед представлених світових моделей КСВ найбільше вплив держави спостерігається саме в європейській та британській. Дослідження дій уряду ЄС показало, що Європейський Союз приділяє питанням КСВ достатньо уваги, але вони більш стосувались раніше екологічної складової, хоча зараз напрями розширилися, спостерігається збільшення частини соціально-відповідального інвестування, сприяння розвитку КСВ у вигляді податкових пільг. Також ЄС приділяє увагу нефінансовій звітності, деякі країни зробили соціальний звіт обов'язковим, першою з яких була Франція.

Досвід країн, що був розглянутий дозволяє зробити пропозиції щодо розвитку державного регулювання соціально-економічної відповідальності в Україні. Так, корисним може бути досвід з формування законодавства з КСВ, а також керівних посад в уряді в цій області. Розробка закону «Про соціальну відповідальність бізнесу» дозволить підприємцям чітко визначатись із самою сутністю та оперувати в цій сфері. Також слід застосовувати економічні важелі для розвитку КСВ в Україні. Для цього при нагоді стають податкові пільги, які значно полегшують тягар підприємців. Диференційоване застосування цього напряму допоможе більше впливати з бо-

ку держави на це питання. Збільшення нефінансових звітів, введення рейтингової системи оцінки на основі цих звітів, розробка програми підтримки з боку держави також допоможуть розвинути соціально-економічну відповідальність в нашій країні.

Участь держави в розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні є беззаперечною, що обумовлено з одного боку, зародковим станом цієї категорії в нашій країні, а, з іншого, тим, що підприємці стурбовані не тим, як допомагати суспільству, а як вижити в нинішній ситуації. Але ж, все одно, наша країна активно приймає участь в міжнародних стосунках й розвиток торгових зв'язків є неможливим без розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Саме тому держава повинна сприяти залученню більшого числа підприємців у цей процес.

Розглянувши досвід країн, які в сучасному діловому світі займають вагомим місце, можна зробити деякі пропозиції для України, що допоможуть створити міцну систему соціально-економічної відповідальності в країні.

Основні елементи європейської моделі та шведської зокрема, які можуть бути запропоновані для нашої країни полягають в наступному:

1. Обов'язковість соціального звітування для всіх великих підприємств, які функціонують в Україні. Це стосується як іноземних компаній, так і українських за походженням.

2. Підтримка з боку уряду заходів з роз'яснювальної роботи із підприємцями щодо важливості впровадження та розширення соціально-економічної відповідальності в діяльності підприємства.

3. Вивчення шведського та європейського законодавства в сфері СВБ стане вагомим підґрунтям для регулювання її в Україні,

а саме принципи, стандарти, рівень втручання держави в процес регулювання.

США є економічним лідером у світі й, безумовно, може стати прикладом для нашої країни в сфері регулювання СЕВП. Так, можна виділити наступні елементи цієї моделі:

1. Орієнтація підприємців на філантропії. Проведення для цього інформування про переваги здійснення СЕВП, основні наслідки для громади.

2. Надання пільгового оподаткування для підприємців, які провадять заходи із СВБ і які мають реальні результати для громади та держави.

3. Визначення основної групи стейкхолдерів у вигляді суспільства, тобто підприємцям необхідно переорієнтуватись не на те, що реалізація СЕВП приносить збільшення прибутку, а те що це дає суспільству взагалі. Основна мета СЕВП – збільшення добробуту населення.

Американська модель є дієвим механізмом, але в ній низька роль держави в реалізації самої СВБ, велика частина покладена на підприємства, що в Україні не може бути застосовано зараз, адже тоді вітчизняні підприємці зорієнтуються лише на отримання прибутку. А на даному етапі розвитку нашої держави необхідне жорстке регулювання з боку уряду. Для цього в нагоді стане досвід Китаю та Індії.

Приклад Китаю є також корисним з огляду на схожість історичної спадщини економічного устрою. Як, і в Україні, СВБ в цілому закладена вже існуючим трудовим законодавством, але розвиток отримує все одно, так як Китай зараз лідирує в економічному просторі. Корисним для України можна виділити:

1. Закріплення обов'язковості соціального звітування державних підприємств та надання їм провідної ролі у здійсненні СВБ. Тобто, вони стають прикладом для інших.

2. Прийняття нового та удосконалення існуючого законодавства, яке регулює права працівників, гендерну рівність, стандарти виробництва та якості продукції, охорону навколишнього середовища.

Індійський досвід є достатньо цікавим через новаторську ідею відійти від добровільності СВБ та впровадити обов'язкову благодійність для підприємств, які досягли певного рівня прибутку. Для України можна виділити наступне, що може бути реалізовано урядом:

1. Встановити обов'язковість благодійної діяльності для підприємств з певним рівнем прибутку.

2. Встановити обов'язковість затвердження політики корпоративної соціальної відповідальності для цих підприємств.

3. Урахувати негативний досвід реформ в Індії та впровадити систему моніторингу за дотриманням законодавства.

Таким чином, запропоновані заходи можуть створити міцний механізм соціально-економічної відповідальності в Україні.

#### **4.2. Пріоритети трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва**

Враховуючи досвід країн, моделі соціальної відповідальності та методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності населення стає можливим визначити пріоритети трансформації. Для цього до уваги береться те, що найбільш придатною для України

на цей час стає модель британська та японська, коли велика роль в розвитку СЕВП належить як державі, так і приватному сектору. Тобто, створюються відповідні інституції та видаються законодавчі акти, що регулюють сферу соціально-економічно відповідальності, а підприємство вже самостійно приймає рішення стосовно того, якими інструментами реалізовувати свою соціальну відповідальність. Крім того, виходячи із парадигм та концепцій, елементи яких взято в методологічний базис, необхідно сформулювати такий механізм СЕВП, який би рівномірно розподіляв роль держави та підприємства в цьому процесі. Даний механізм формується на засадах соціальної солідарності та справедливості, але з урахуванням внеску кожного в розвиток національної економіки, феноменологічному підході в частині формування та виховання соціально-відповідальної молоді, врахування інтеракційних комунікацій та їх наслідків для активності підприємців, а також необхідності врахування психологічних особливостей при прийнятті керівниками управлінських рішень, тобто переорієнтації від простої максимізації прибутку на максимізацію прибутку задля досягнення загального добробуту. Тому пріоритети трансформації будуть виходити саме з цих засад.

Також необхідно визначити, які саме форми та інструменти СЕВП слід розвивати.

Нагадаємо форми СЕВП: гідний рівень заробітної плати та її зростання з урахуванням економічних змін, надання премій та компенсацій; навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств; легалізація бізнесу та ринку праці; мотивація персоналу, індивідуальне пенсійне забезпечення та індивідуальне страхування; виплата дивідендів; задоволення потреб

у товарах та послугах; гарантія якості продукції; сплата податків; достовірна реклама; створення якісної продукції та удосконалення існуючої; створення нових робочих місць; розробка навчальних та тренінгових програм для зацікавлених верств; підвищення рівня добробуту населення; соціалізація своєї благодійної та спонсорської діяльності; спрямування наукових розробок на дослідження в сферах збільшення добробуту.

Для українських реалій усі ці форми мають значення і є необхідними для розвитку, оскільки складають базис для всебічного розвитку людини й суспільства, поступово вирішуючи проблему формування держави загального добробуту.

Для надбання означених форм, необхідним є використання інструментарію, до якого відносяться: грошові гранти; благодійні пожертви та спонсорська допомога; соціально значущий маркетинг; еквівалентне фінансування; соціальні інвестиції; адміністративний / соціальний бюджет; соціальне підприємництво; соціальні програми; соціальна експертиза; соціальна звітність; фандрайзинг; соціально-відповідальне навчання, особистісно-орієнтоване управління; просування соціально значущої проблеми; соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу.

Інструменти, які необхідно розвивати та стимулювати з боку держави, залежать від тих форм та основних наслідків, які необхідно досягти. Для формування держави загального добробуту на засадах сталого розвитку важливим є врахування усіх трьох компонентів сталого розвитку: економічної, екологічної та соціальної. Тому спочатку визначимо пріоритет у формах СЕВП.

Зрозуміло, що для досягнення кінцевої мети неможливо розвивати якийсь окремий компонент, потрібен їх одночасний та взаємопов'язаний розвиток. Крім того, усі складові сталого розвитку

залежать одна від одної. Але в основі екологічної та соціальної лежить економічна, тому й її розвиток в першу чергу вважається більш логічним, тому що розвиток саме економічного підґрунтя дає засоби для розвитку екологічного та соціального. Зрозуміло, що економічна складова сама по собі не може бути досягнута та залежить від соціальної, але спрямування на її збільшення й дає підґрунтя для досягнення кінцевої мети трансформації інституційних засад механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва – формування суспільства загального добробуту шляхом створення міцного механізму охоплення кожної групи стейкхолдерів соціально-економічною відповідальністю. Основна задача в цьому лягає на державу, яка найменш затратними методами намагається переорієнтувати підприємців на реалізацію СЕВП. Серед представлених форм першочерговими є легалізація бізнесу та ринку праці; сплата податків; створення нових робочих місць, що призведе до збільшення надходжень у бюджет у вигляді виплати податків та особистих надходжень громадян у вигляді офіційної заробітної плати. Тут також спостерігається й соціальний ефект, тому що вирішується проблема безробіття в державі. Саме тому інструменти, які застосовує держава, можуть бути відповідними – це збільшення відповідальності за порушення податкового та трудового законодавства, надання пільг або податкових канікул за соціально-відповідальні результати у вигляді створення нових робочих місць.

Наступними в пріоритеті мають бути форми, спрямовані на покращення якості продукції, що матиме як соціальний, так і екологічний ефект. Так, виробництво якісної продукції та гарантія її якості вимагає дотримання високих стандартів виробництва. Курс на євроінтеграцію вимагає ще більшого підвищення якості продукції та відповідності високим вимогам стосовно якості та самого

процесу виробництва, в чому й полягає соціальний та екологічний ефект. Таким чином, автоматично покращується стан довкілля та якість життя громадян. У цьому випадку держава може самостійно встановлювати стандарти, відповідні до розвинених країн, а також сприяти підвищенню якості продукції шляхом надання преференцій при проведенні державних тендерів. Тому що досвід розвинених держав показав свою ефективність в цьому спрямуванні. Крім того, досягається ефект в підвищенні конкурентоспроможності нашої продукції та, як наслідок, збільшення числа споживачів, що прямо збільшує рівень доходу підприємств та надходжень у державний бюджет. Цілком обґрунтованим є те, що це другий пріоритет, через важливість розвитку саме економічної складової країни (як у першому випадку) для забезпечення можливості проведення реформ та змін в державі.

Розвиток персоналу є достатньо важливим для підприємства та держави зокрема, тому що завдяки підприємницьким структурам індивіди отримують можливість власного професійного розвитку, отримання заробітної плати тощо. Тому наступним пріоритетом серед форм СЕВП виступають форми, які спрямовані на персонал, а саме: своєчасна виплата заробітної плати та її підвищення, надання премій та компенсацій; навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств; індивідуальне пенсійне забезпечення та індивідуальне страхування. Реалізація цієї форми створює для працівників можливість фінансової незалежності, професійного та особистісного розвитку, підготовки до виходу на пенсію тощо. Подвійний ефект досягається для підприємців в наступному: по-перше, усі перелічені заходи сприяють більш ефективній роботі персоналу, тобто підвищується продуктивність та

якість праці, вирішується проблема плинності кадрів та закріплення найбільш кваліфікованих працівників на підприємстві. Для держави перевага від таких дій підприємства виявляється в опосередкованому досягненні мети – підвищенні якості життя населення через механізм отримання заробітної плати, премій, пенсійного страхування. Діями держави в цьому можуть бути – створення відповідних законодавчих та мотиваційних основ для стимулювання підприємців у розвитку персоналу.

Також важливим при розвитку СЕВП України є задоволення потреб у товарах та послугах; достовірна реклама, спрямована на розвиток суспільства. У ринковому середовищі необхідним є дотримання пропорцій попиту-пропозиції, тому що підприємства можуть орієнтуватись не лише на споживача, але й на власні ресурси, можливості, прибутковість від виробництва тієї чи іншої продукції. Але в розвиненому суспільстві необхідним є задоволення потреб людей і в частині товарів та послуг зокрема. Тобто люди повинні мати доступ до тих товарів, які їм необхідні та в яких вони зацікавлені. Також для суспільства важливим є надання правдивої інформації щодо власної продукції та виробництва. Таким чином, задовольняються потреби та інтереси людей, що сприяє підвищенню якості їхнього життя.

У формуванні механізмів СЕВП слід також враховувати інтереси акціонерів та власників компаній, які впливають на процес роботи підприємства, ухвалення та прийняття управлінських рішень та стратегію розвитку підприємства. Таким чином, виплата дивідендів є також формою СЕВП, яка повинна бути включена до загального механізму. Це стає можливим при формуванні бюджету компаній та законодавчому закріпленні необхідності своєчасної та сумлінної виплати дивідендів. Важливим це є також при досягнен-

ні прихованого мотиву – збільшення прибутку підприємця дає додаткові кошти для розвитку економіки у вигляді інвестицій та створення нових підприємств та нових робочих місць.

Формами підприємницького внеску в розвиток суспільства та досягнення кінцевої мети стають: підвищення рівня добробуту населення; соціалізація благодійної та спонсорської діяльності компанії; спрямування наукових розробок на дослідження у сферах збільшення добробуту. Підвищення рівня добробуту населення може досягатись за допомогою різноманітних інструментів та відбуватись у різних напрямках. Це й соціальне інвестування, соціально-відповідальне інвестування, соціальний маркетинг, соціально-відповідальний маркетинг, проведення освітніх, спортивних, культурних заходів із розвитку громади тощо. Наукові розробки у сферах збільшення добробуту також сприяють вирішенню нагальних проблем нашого суспільства, надаючи можливість отримання коштів для їх вирішення. Розвиток суспільства є найважливішим питанням будь-якої країни, досягатись це може різними шляхами, як економічними, так і соціальними. Важливим розвиток суспільства є тому, що громадяни є основою держави, вони створюють певні соціальні групи та верстви, в тому числі й підприємницькі структури. Важливим при цьому є вирішення завдання створення великого прошарку середнього класу, який у нашій країні є недостатньо розвиненим через певні економічні та політичні проблеми. Формування середнього класу надасть підстави для підвищення якості життя населення нашої країни та покращення економічної ситуації в ній. Серед наведених за пріоритетом розвитку форм ті, що найбільше сприяють розвитку суспільства, стають на кінцеві позиції, але це не означає, що запропонований механізм СЕВП не орієнтований на це, а пояснюється першочерговістю вирішення завдань, які

створюють підвалини для досягнення цієї мети. Крім того, попередні пріоритети таким чи іншим чином сприяють розвитку суспільства через розвиток працівників підприємств, власників та акціонерів, урахування інтересів та потреб споживачів. Тому пріоритетність форм не означає зменшення важливості значення суспільства для держави, а лише послідовність досягнення цілей.

Для реалізації форм СЕВП з боку підприємств може бути застосований певний набір інструментів, які докладно розглянуті в першому розділі, розвитку якого й сприятиме запропонований механізм СЕВП в Україні.

Пріоритетність форм визначила пріоритетність розвитку інструментарію підприємств. Можливим це стає за відповідних стимулюючих факторів з боку держави. Соціально-відповідальне ведення бізнесу означає діяльність підприємства з урахуванням законодавства, ретельного його дотримання в усіх сферах, що стосуються функціонування підприємства: це й управління фінансовою стороною діяльності, й виробництва товарів та послуг (якість товарів), й дотримання умов контракту, ведення чесної боротьби на ринку, чесна конкуренція, орієнтація на потреби споживачів при виробництві продукції та послуг, створення нових робочих місць, утримання кваліфікованих працівників тощо. Тобто все, що стосується розвитку підприємництва в національній економіці та різних груп стейкхолдерів: суспільство, споживачі, конкуренти, партнери, держава (як інститут). Формування прошарку соціально-відповідального підприємця надасть підстави для збільшення ролі підприємництва в реалізації СЕВП та поступовому переході від державного примусу до звичайної традиційної діяльності компанії. Для цього можливим є застосування з боку держави інформаційного механізму у поєднанні із фінансовим, стимулюючим та контролюю-

ючим. Роль держави в цьому буде великою, але й за підприємством залишається певна активність в частині вибору форм інструментів та конкретних дій у цьому спрямуванні. Держава також тут виконує виховну роль.

Створенню якісної продукції та удосконаленню існуючих виробництв сприятиме також інструмент соціально-відповідального ведення бізнесу. Тут основною групою стейкхолдерів виступають споживачі та суспільство. Розвиток саме цієї форми є конче важливим для нашої держави через необхідність підвищення якості життя населення та конкурентоздатності нашої продукції. Стимулюючий механізм вже був описаний вище та призведе до автоматизованого виконання даних заходів з боку підприємств.

Також немаловажним є особистісно-орієнтоване управління на рівні підприємств. Його значення полягає в розвитку професійному та особистісному працівників підприємств. Це може бути реалізовано наступним чином: керівник підприємства за допомогою служби з управління персоналом моніторить ситуацію щодо потреб своїх підлеглих та їхніх особистісних та психологічних якостей, що впливає на їхню мотивацію та продуктивність праці. Це може бути реалізовано опитуванням, анкетуванням та спостереженням. Результати досліджень лягають в основу керівництва підприємством та вибору тактики управління персоналом. В цьому бачиться подвійний ефект: для працівників – зростає задоволеність від власної роботи та розуміння своєї значимості, для керівників – збільшується продуктивність праці. Розвиток цього інструменту є достатньо важливим для українських реалій та з урахуванням вимог суспільства, але це й є достатньо важким для розробки механізму СЕВП на рівні держави. Так, необхідним є надання, по-перше, консультацій та проведення тренінгів з навчання керівників особи-

стісно-орієнтованому управлінню в частині проведення досліджень, існуючих методик, а, по-друге, висвітленню та переконанню щодо основних переваг від втілення в життя даного інструменту. Звичайно, що на великих підприємствах дуже важко врахувати потреби та особистісні якості кожного працівника, але для того й існують певні методики, які групують людей за тим чи іншим показником. Тобто, завіюється інформаційний механізм з боку держави.

Соціально-відповідальне навчання орієнтоване на розвиток персоналу є доповненням та взаємозалежним із попереднім інструментом. Пріоритетність кожного з них визначити важко, тому вони й знаходяться на одному рівні. Соціально-відповідальне навчання спрямоване на досягнення завдання – професійного та особистісного розвитку працівників. Воно має як професійний, так і психологічний відтінок. На мотивацію до застосування цього інструменту покликаний також інформаційний та стимулюючий механізми.

Основним завданням соціальної звітності є інформування суспільства та владних органів про реальні факти соціально-відповідальних дій. Звітність можна використовувати як для оцінки роботи підприємств (контроль), так і для формування рейтингів (інформативна) та вивчення досвіду (інформативна, консультативна). Включення соціальної звітності в механізм СЕВП буде мати окреме значення через чисельність та важливість завдань, які виконує даний документ.

Соціально-відповідальний маркетинг, поряд із соціальним маркетингом, є одним із пріоритетних напрямів розвитку механізму СЕВП в нашій державі через масштабність охоплення завдань, які ним можуть бути вирішені. Завдяки соціально-відповідальному

маркетингу надається достовірна інформація щодо виробленої продукції. Соціальний маркетинг спрямований на вирішення важливих проблем у суспільстві. Він може бути реалізований в контексті проведення культурних, освітніх, спортивних заходів у громаді. Різновидом соціального маркетингу є благодійний маркетинг, який передбачає допомогу певним групам в залежності від кількості проданих товарів. Розвитку цих видів маркетингу з боку держави можуть сприяти стимулюючі заходи у вигляді надання преференцій при проведенні державних тендерів та грантів. Крім того, залучення підприємців до цих видів маркетингу сприятиме збільшенню прибутку компанії через кількість залучених споживачів. Тобто, компанія в цілому мотивується на успіх, що є одним із факторів прийняття управлінського рішення.

Грошові гранти та фандрайзингова діяльність є достатньо важливими при побудові моделі СЕВП через результати їх утілення. Причому, однаково важливість мають як гранти з боку підприємців, так і з боку держави. Влада може використовувати гранти як один із засобів впливу/стимулювання підприємців на соціально-відповідальні дії.

Напрямами розвитку донорської діяльності можуть бути наступні:

1. З боку держави:

- податкова, пільгова, юридична та інформаційна підтримка підприємств, що надають гранти на вирішення суспільно значущих проблем;

- прийняття активної фінансової та волонтерської участі самої держави разом із бізнес-структурами у соціальних проектах;

- вивчення та використання зарубіжного досвіду з цього питання.

## 2. З боку підприємств:

- підвищення зацікавленості та активної участі у формуванні власного фонду у працівників компанії;
- вирішення нагальних соціальних проблем, які існують в конкретному суспільстві;
- інформаційне висвітлення, проведення майстер-класів та семінарів в бізнес-колах стосовно обміну досвідом у цій сфері.

Напрямами розвитку фандрайзингової діяльності можна виділити наступні:

### 1. З боку держави:

- інформаційна та правова підтримка суспільства щодо можливостей та практики участі в проектах;
- надання як окремо, так і разом із підприємствами грантів на вирішення соціальних проблем суспільства.

### 2. З боку громадян, НГО та зацікавлених сторін:

- активна участь у грантах;
- обмін досвідом у вигляді просвітницької роботи, проведенні майстер-класів, семінарів, конференцій, круглих столів[95]..

Соціальні інвестиції та соціально-відповідальні інвестиції – інструменти, на розвиток яких держава повинна впливати у великій мірі. Обґрунтовується це тим результатом, який отримує суспільство від їх застосування. По-перше, вирішуються важливі проблеми в суспільстві, створюються нові засади для загального добробуту, комфорту та злагоди (у випадку соціальних інвестицій), а, по-друге, підприємці додатково отримують прибуток від інвестицій в соціально-значущі проекти, оскільки це підвищує кількість споживачів, а, відповідно, й пришвидшує окупність проекту. Імідж, який створюється в інвестора, сприяє залученню додаткових інвестицій ззовні, налагодженню контактів із партнерами та знаходжен-

ню нових. Розвитку соціально-відповідального інвестування та соціального інвестування сприятиме удосконалення фінансового та стимулюючого механізмів діяльності підприємства. Тобто надання пільг від здійснення такого роду інвестицій надасть змогу отримати подвійний ефект – зменшити податкові платежі та пришвидшити термін окупності – це й стане основним мотивом для керівників для розвитку даного інструментарію.

Соціальне підприємництво в Україні – це поки що перевага великих підприємств. Воно вирішує багато завдань, які несуть соціальну значимість для громади. Хоча підприємство і не отримує прямого зростання прибутку від цієї діяльності, але вона сприяє зростанню споживацької активності.

Стосовно інструментів, які несуть суто соціальний характер (соціальний бюджет, соціальна експертиза, соціальні програми), можна сказати, що їхня значимість полягає у підвищенні рівня соціальної відповідальності підприємств як соціально активного діяча. Тому розвиток усіх окреслених інструментів СЕВП є пріоритетним для держави. Вважається необхідним розвиток всіх перелічених інструментів саме в порядку переліку, який був наведений в цьому параграфі, через важливість реалізації СЕВП в цих напрямках.

Переходячи безпосередньо до пріоритетів формування механізму СЕВП в національній економіці, слід визначити, що пріоритети будуть розставлені згідно наведеного переліку форм, які необхідно розвивати в нашому суспільстві в залежності від значимості та рівня впливу на першочергові потреби держави.

Також, перед розглядом самого механізму та пріоритетності його формування необхідно окреслити основні його змістові складові, що спростить розуміння напрямків удосконалення та формування рекомендацій.

Пропоную виходити з двох класифікацій механізмів СЕВП, а саме: за етапом управління (організаційний, контролюючий, стимулюючий) та сферою впливу (законодавчий, фінансовий, інформаційний).

Організаційний механізм СЕВП передбачає організацію та планування розробки та реалізації СЕВП на практиці з боку держави та підприємництва.

Стимулюючий створює засади для мотивації підприємців здійснення СЕВП.

Контролюючий здійснює перевірку дотримання усіх нормативно-правових актів.

Фінансовий механізм має на меті формування засад для фінансового впливу на сферу СЕВП як у бік стимулювання, так і накладання штрафів.

Законодавчий застосовується для формування нормативно-правових засад здійснення соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні.

Інформаційний – для здійснення заходів щодо поширення інформації стосовно СЕВП.

Слід зауважити, що друга класифікація механізмів не є окремою, а кожний з цих механізмів може належати до будь-якого типу з класифікації за етапом управління.

І тому пріоритетним для удосконалення вважається організаційний механізм, який лежить в основі будь-якого явища в частині реалізації СЕВП. Організаційний механізм являє собою сукупність усіх інституційних формувань, які регулюють, впливають, контролюють соціально-економічну відповідальність підприємств в державі. Цей механізм потребує удосконалення не тільки через його недосконалість, але й з огляду на інші зміни, які будуть внесені до

загального механізму СЕВП. Організація інституційних засад механізму СЕВП в національній економіці є рушійною силою убік ефективної дії загального механізму. Він є найбільш пріоритетним через саму сутність етапу, який він характеризує: на ньому закладаються основи подальшого розвитку подій, тому він і виступає найбільш складним при розробці рекомендацій з урахуванням усіх наслідків та вимог. Формування організаційного механізму знаходиться повністю у веденні держави. Тому що на національному рівні створюються відповідні органи та розробляється національна політика.

Після розробки організаційного механізму пріоритетним є формування законодавчого. У цьому випадку йдеться саме про формування через брак законодавчих актів, які прямо стосуються соціально-економічної відповідальності підприємництва. Є багато законів, які регулюють економічну складову та сферу праці, але стосовно СЕВП або навіть СББ закони відсутні. Головним для цього механізму стане розробка доповнень до законів, до Податкового кодексу, розробка національної стратегії з розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Законодавче закріплення категорії «соціальна відповідальність бізнесу» та «соціально-економічна відповідальність підприємництва».

Другим пріоритетом для СЕВП є реформування фінансового механізму. В Україні, можна сказати, відсутній механізм стимулювання СББ. Тут одразу простежується два механізми, які необхідно розвивати – фінансовий та стимулюючий. Але фінансовий також може мати й негативний відтінок: накладання штрафів та покарань за невиконання рекомендацій чи законів України в сфері СЕВП. Саме через задіяння фінансового механізму й буде проявлятися економічна компонента соціально-економічної відпо-

відальності. Тобто, вплив за допомогою економічних важелів – грошових коштів. У нашому суспільстві використання фінансового механізму є, очевидно, найбільш дієвим через його реальну ефективність та орієнтацію підприємців на отримання прибутку. Безумовним є факт, що СЕВП має позитивні наслідки і в інших сферах діяльності підприємства, але саме фінансова складова є тим засобом, за допомогою якого держава впливатиме на розвиток СЕВП. Також його можна використовувати як засіб для негативного впливу, тобто «від зворотного»: використання штрафів та покарань у разі недотримання законодавства.

Третій пріоритет, стимулюючий механізм – є тим засобом, що створить підґрунтя для переорієнтації підприємницької задачі від просто максимізації прибутку до максимізації прибутку для розвитку суспільства та внеску в розбудову держави загального добробуту. Цей механізм треба розвивати Одночасно з інформаційним механізмом.

Інформаційний механізм дасть можливість провести активні дії з боку держави щодо надання інформаційно-консультаційних послуг для усвідомленого розуміння необхідності втілення СЕВП.

Наступний пріоритет – контролюючий механізм стає важливим при формуванні механізму СЕВП в Україні через тенденцію в державі недотримуватися норм та законів; також важливо попереджувати можливі зловживання від запропонованих заходів з огляду на реалії нашого суспільства.

Більш наочно пріоритети трансформації інституційних засад формування механізму СЕВП в Україні узагальнено в табл. 4.5.

**Таблиця 4.5. – Пріоритети трансформації інституційних засад формування механізму СЕВП в Україні**

<b>Пріоритет</b>	<b>Форми СЕВП</b>	<b>Інструменти СЕВП</b>	<b>Інституційний механізм</b>
1	Легалізація бізнесу та ринку праці; сплата податків; створення нових робочих місць.	Соціально-відповідальне ведення бізнесу	Організаційний, фінансовий, законодавчий.
2	Створення якісної продукції та удосконалення існуючої; гарантія якості продукції.	Соціально-відповідальне ведення бізнесу	Організаційний, стимулюючий.
3	Гідний рівень заробітної плати та її зростання з урахуванням ринкових умов, надання премій та компенсацій; навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств; індивідуальне пенсійне забезпечення та індивідуальне страхування.	Особистісно-орієнтоване управління, соціально-відповідальне навчання; соціальна звітність.	Законодавчий, стимулюючий, інформаційний, контролюючий.
4	Задоволення потреб у товарах та послугах; достовірна реклама	Соціально-відповідальний маркетинг	Законодавчий, Контролюючий.
5	Виплата дивідендів	Бюджетування	Фінансовий
6	Підвищення рівня добробуту населення; соціалізація своєї благодійної та спонсорської діяльності; спрямування наукових розробок на дослідження в сферах збільшення добробуту.	Грошові гранти; благодійні пожертвування; спонсорство; соціальний маркетинг; еквівалентне фінансування; соціальні інвестиції; соціальний бюджет; соціальне підприємництво; соціальні програми; соціальна експертиза; соціальна звітність; фандрайзинг.	Стимулюючий, контролюючий. Фінансовий, законодавчий.

\* Власна розробка автора

### **4.3. Структура механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці**

Сучасний механізм соціально-економічної відповідальності представлений у наступному вигляді: організаційний механізм, в особі комітетів ВРУ, Міністерства економічного розвитку та торгівлі, Міністерства соціальної політики, Міністерства фінансів України. Контролюючий – закони та державна фіскальна служба. Інформаційний механізм наразі відсутній.

Єдиного регулятивного органу з управління та розвитку соціально-економічної відповідальності не існує. На рівні законодавчої влади соціально-економічна відповідальність підприємництва регулюється роботою наступних комітетів: комітет з питань соціальної політики, зайнятості та пенсійного забезпечення; комітет з питань прав людини, національних меншин і міжнаціональних відносин; комітет з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи; комітет з питань науки і освіти; комітет з питань охорони здоров'я. Саме ці комітети й розробляють напрями правового регулювання соціальної сфери в нашому суспільстві. Це комітети було створено у грудні 2014 року. Але слід зауважити, що у 2009-2010 рр. працював комітет Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва, який розробляв проект «Концепції національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні», що так і не був прийнятий. Отже, в Україні відсутній реальний головний механізм розвитку соціальної відповідальності та соціально-економічної відповідальності підприємництва зокрема, що актуалізує невідкладне прийняття заходів з цього питання.

На рівні виконавчої влади регулювання соціально-економічної діяльності відбувається рядом міністерств, які вже було перелічено.

Міністерство економічного розвитку та торгівлі (Мінекономрозвитку) є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику економічного, соціального розвитку і торгівлі, державну промислову політику, державну інвестиційну політику, державну зовнішньоекономічну політику, державну політику в сфері технічного регулювання, стандартизації, метрології та метрологічної діяльності, управління об'єктами державної власності, розвитку підприємництва, державно-приватного партнерства, інтелектуальної власності, туризму та курортів, державних та публічних закупівель, а також державного замовлення на підготовку фахівців, наукових, науково-педагогічних та робітничих кадрів, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів [229]. Тобто опосередковано це міністерство є головним організаційним елементом механізму СЕВП в Україні. Адже воно формує та реалізує політику в сфері економічного та соціального розвитку, інвестиційного та інноваційного, регулює технічну сферу та стандартизацію в різних сферах. Через систему державних та публічних закупівель держава може впливати на діяльність підприємств, стимулюючи їх до певних активностей [9]. Завдання Мінекономрозвитку представлені у табл. 4.6, у якій наведено також завдання Мінсоцполітики, державної служби зайнятості та державної служби праці, а також державної фіскальної служби.

Виділимо тут завдання державної служби праці, як служби, яка відповідає за стейкхолдера «працівники» в розрізі СЕВП.

На сьогодні Державна служба зайнятості є активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи, вона на безоплатній основі надає послуги з пошуку роботи та підбору персоналу, послуги з державного соціального страхування на випадок безробіття, а також здійснює виплату матеріального забезпечення у зв'язку з тимчасовою втратою роботи.

Щодо Міністерства фінансів, то можна зауважити, що воно є також і контролюючим механізмом, і фінансовим за специфікою регулювання.

Міністерство фінансів України розробляє фінансову політику держави, що й проявляє економічну складову СЕВП. Департаментом в складі цього міністерства виступає департамент податкової політики. У веденні міністерства фінансів України знаходиться також державна фіскальна служба.

У табл. 4.6. наведено завдання усіх перелічених структур.

**Таблиця 4.6. – Завдання органів державної влади в сфері СЕВП**

Назва державного органу	Завдання, які виконує в сфері СЕВП
1	2
Міністерство економічного розвитку та торгівлі	<p><i>Забезпечення формування та реалізація:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- державної політики економічного і соціального розвитку;</li> <li>- державної цінової політики;</li> <li>- державної промислової політики;</li> <li>- державн. політики у сфері розвитку підприємництва;</li> <li>- державної політики у сфері технічного регулювання, стандартизації, метрології та метрологічної діяльності;</li> <li>- державної політики у сфері державних та публічних закупівель;</li> <li>- держзамовлення на підготовку фахівців, наукових, науково-педагогічних та робітничих кадрів, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів;</li> <li>- державної політики у сфері державно-приватного партнерства;</li> <li>- державної інвестиційної політики;</li> <li>- державної політики з питань економічного і соціального співробітництва України з ЄС;</li> <li>- державної політики у сфері надання адміністративних послуг;</li> <li>- державної політики з питань залучення міжнародної технічної допомоги;</li> <li>- держполітики у сфері інтелектуальної власності.</li> </ul>

Продовження табл. 4.6

1	2
Міністерство соціальної політики	<p><i>Забезпечення формування та реалізація державної політики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- у сфері праці та соціальної політики, зайнятості населення та трудової міграції, трудових відносин;</li> <li>- загальнообов'язкового державного соціального та пенсійного страхування;</li> <li>- соціального діалогу,</li> <li>- волонтерської діяльності,</li> <li>- з питань сім'ї та дітей, оздоровлення та відпочинку дітей, усиновлення та захисту прав дітей, запобігання насильству в сім'ї;</li> <li>- протидії торгівлі людьми;</li> <li>- забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;</li> <li>- надання гуманітарної допомоги, соціальних послуг особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних життєвих обставинах і не можуть самостійно їх подолати тощо.</li> </ul>
Державна служба України з питань праці	<p>Реалізація державної політики у сферах промислової безпеки, охорони праці, гігієни праці, поведінки з вибуховими матеріалами, здійснення державного гірничого нагляду, а також з питань нагляду та контролю за додержанням законодавства про працю, зайнятість населення, загальнообов'язкове державне соціальне страхування в частині призначення, нарахування та виплати допомоги, компенсацій, надання соціальних послуг та інших видів матеріального забезпечення з метою дотримання прав і гарантій застрахованих осіб.</p> <p>Здійснення комплексного управління охороною праці та промисл. безпекою на державному рівні.</p> <p>Здійснення державного регулювання і контролю у сфері діяльності, пов'язаної з об'єктами підвищеної небезпеки.</p> <p>Організація та здійснення державного нагляду (контролю) у сфері функціонування ринку природного газу в частині підтримання належного технічного стану систем, вузлів і приладів обліку природного газу на об'єктах його видобутку та забезпечення безпечної і надійної експлуатації об'єктів Єдиної газотранспортної системи.</p>

Продовження табл. 4.6

1	2
Державна служба зайнятості	<p>Розвиток активних програм сприяння зайнятості населення.</p> <p>Підвищення конкурентоспроможності безробітних на ринку праці.</p> <p>Адресна допомога у працевлаштуванні соціально незахищених категорій населення.</p> <p>Запровадження нових партнерських відносин з роботодавцями, стимулювання їх до створення нових робочих місць.</p>
Державна фіскальна служба	<p>Реалізація державної податкової політики та політики у сфері державної митної справи, державної політики у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового, митного законодавства, здійснення в межах повноважень, передбачених законом, контролю за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків і зборів, митних та інших платежів, державної політики у сфері контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, державної політики з адміністрування єдиного внеску, а також боротьби з правопорушеннями під час застосування законодавства з питань сплати єдиного внеску, державної політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленій законом строк, дотриманням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), а також за наявністю ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, торгових патентів.</p> <p>Внесення на розгляд міністра фінансів пропозицій щодо забезпечення формування:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- державної податкової політики;</li> <li>- держполітики у сфері державної митної справи;</li> <li>- державної політики у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового, митного законодавства, здійснення контролю за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків і зборів, митних та інших платежів; сплати єдиного внеску;</li> <li>- державної політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленій законом строк, дотриманням порядку</li> </ul>

1	2
	проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), а також за наявністю ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, торгових патентів. державної політики з адміністрування єдиного внеску, а також боротьби з правопорушеннями під час застосування законодавства з питань

\* Складено автором на основі [225–230].

Отже, можна зробити висновок, що міністерство виконує певний спектр завдань, які опосередковано регулюють СЕВП. Так, у його діяльності представлено й напрямок на економічний та соціальний розвиток, державне регулювання ринку, цінової політики, розвиток підприємництва в країні, дотримання вимог стандартів та технічного регулювання, дослідження досвіду розвинених країн та співпраця із ними. Все це й закладає основи для СЕВП, але єдиного органу, який займався б розвитком СЕВП, не існує. Його функції також перекладені частково на міністерство соціальної політики (Мінсоцполітики). У відомстві міністерства знаходяться: державна служба з питань праці, державна служба у справах ветеранів війни та учасників АТО, державна служба зайнятості та фонд соціального захисту інвалідів.

Місія Міністерства фінансів України полягає у фінансовому забезпеченні виконання державних функцій на основі виваженої бюджетної політики, створенні умов для стабільного розвитку економіки шляхом управління державними фінансами за принципами збалансованості, ефективності, неупередженості, цілісності, стійкості та прозорості. Тобто, розвиток СЕВП також підлягає під цю місію, так як це є підставою для стабільного розвитку економіки.

Таким чином, можна дійти висновку, що організаційний механізм СЕВП розподілений між трьома міністерствами, що являє собою достатньо важку для регулювання систему та потребує свого удосконалення через означені вище пріоритети. Вивчення досвіду розвинених країн дає змогу сформулювати конкретні пропозиції, які вже довели свою ефективність.

Щодо фінансового стимулюючого механізму зазначимо, що основним документом, що регулює діяльність підприємств в оподаткуванні, є Податковий кодекс України. В умовах дії Податкового кодексу пільги надаються шляхом: податкового вирахування (знижки), що зменшує базу оподаткування до нарахування податку та збору; зменшення податкового зобов'язання після нарахування податку та збору; встановлення зниженої ставки податку та збору; звільнення від сплати податку та збору [301].

Так, з 01.01.2016 р. відповідно до Закону України від 24 грудня 2015 року № 909-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році» уведена єдина ставка податку на доходи фізичних осіб 18 % замість колишніх 15 і 20.

За ставкою 18 відсотків оподатковуються більшість видів доходів, визначених розділом IV Податкового кодексу України (далі – ПКУ), у тому числі, але не виключно:

- сума пенсійних внесків у межах недержавного пенсійного забезпечення відповідно до закону, страхових платежів (страхових внесків, страхових премій), у тому числі за договорами добровільного медичного страхування та за договором страхування додаткової пенсії, внесків на пенсійні вклади, внесків до фонду банківського управління, сплачена будь-якою особою – резидентом за плат-

ника податку чи на його користь, крім сум, що сплачуються роботодавцем-резидентом за свій рахунок за договорами недержавного пенсійного забезпечення платника податку, якщо така сума не перевищує 15 відсотків нарахованої цим роботодавцем суми заробітної плати платнику податку протягом кожного звітного податкового місяця, за який сплачується пенсійний внесок, внесків до фондів банківського управління, але не більш як п'яти розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої законом про Державний бюджет України на відповідний рік, у розрахунку за місяць за сукупністю таких внесків [237–238].

Для цілей цього дослідження корисно звернутися до такої статті витрат як навчання персоналу, оскільки це один із інструментів СЕВП. Так, з боку оподаткування є певні перешкоди. Стає ризикованим вкладати кошти в розвиток персоналу, так як працівник чи випускник ВНЗ, за якого були сплачені кошти, може не відпрацювати на підприємстві три роки. У такому випадку підприємству доведеться сплатити з витраченої суми податок на прибуток за себе і податок на доходи фізичних осіб — за свого колишнього працівника.

Мають можливість пільгового оподаткування підприємства (тобто не включати суму витрат до прибутку до оподаткування), які були створені до 1997 р. й мали на той момент на балансі дитячі садки, спортивні школи, заклади освіти, культури й медицини, на функціонування яких вони витрачають кошти. Для інших пропонується спочатку сплатити податок на прибуток та ПДВ (якщо допомога надається у натуральній формі), а чисту суму прибутку вже витратити на власний розсуд.

Також це стосується й витрат коштів на покращення навколишнього середовища: ПК України дозволяє лише для відновлення негативних наслідків діяльності конкретно того підприємства, яке

завдає шкоду, а додаткові дії підприємства з покращення екологічної ситуації, не пов'язаної із забрудненням довкілля цим підприємством (як-то висадка дерев в парку, вивезення сміття, погашення пожежі) – винятково за власний кошт і без права визнання у податковому обліку [266].

Зрозуміло, що це не сприяє розвитку соціальної відповідальності підприємств, тому що вони не бачать реальних економічних вигід для себе. Особливо у порівнянні із досвідом розвинених країн, де є реальні переваги від цієї діяльності.

Зупинимось на оподаткуванні платників податку, які займаються добродійною діяльністю. За ПКУ благодійна допомога може надаватися у вигляді товарів, робіт, послуг, призначених для використання юридичними особами – її набувачами з метою провадження діяльності за цілями, передбаченими статтею 3 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації».

Згідно ст. 197.1.15 ПКУ звільняється від оподаткування надання благодійної допомоги, зокрема безоплатне постачання товарів/послуг благодійним організаціям, утвореним і зареєстрованим відповідно до законодавства, а також надання такої допомоги благодійними організаціями набувачам (суб'єктам) благодійної допомоги відповідно до законодавства про благодійну діяльність та благодійні організації [237]. Тобто, у цій сфері є певні кроки, що можуть сприяти розвитку такого інструменту СЕВП як благодійність. Але все одно це не є вичерпною практикою соціальної відповідальності й мають бути розвинені інші інструменти [83].

Враховуючи соціальну значущість підприємств та організацій, створених громадськими організаціями інвалідів, таким підприємствам відповідно до законодавства України надано певні права на отримання державної допомоги у вигляді пільгового оподат-

кування. Зокрема, п. 142.1 ст. 142 Податкового кодексу передбачено, що звільняється від оподаткування прибуток таких підприємств та організацій, отриманий від діяльності, визначеної їх статутом. При цьому зазначеною нормою передбачено певні умови, за яких прибуток таких підприємств та організацій не підлягає оподаткуванню, а саме:

підприємства та організації, засновані громадськими організаціями інвалідів, є їх повною власністю (під повною власністю мають на увазі те, що власність таких підприємств має стовідсотково належати громадським організаціям інвалідів, без інших співвласників);

кількість інвалідів, які мають там основне місце роботи, протягом попереднього звітного (податкового) періоду становить не менш як 50% середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу за рік;

фонд оплати праці таких інвалідів протягом звітного періоду становить не менше ніж 25% суми загальних витрат на оплату праці.

Зазначені підприємства та організації громадських організацій інвалідів мають право застосовувати цю пільгу за наявності дозволу, який видає уповноважений орган відповідно до Закону № 875. У разі відсутності такого дозволу зазначені підприємства та організації несуть відповідальність, передбачену Податковим кодексом [237; 301].

У статті 282.1.2. ПКУ зазначено, що від податку на землю також звільняються громадські організації інвалідів України, підприємства та організації, які засновані громадськими організаціями інвалідів та спілками громадських організацій інвалідів і є їх повною власністю, а також з врахуванням усіх описаних вище умов. Зазначені підприємства та організації громадських організацій інвалідів мають

право застосовувати цю пільгу за наявності дозволу на право користування такою пільгою, який надається уповноваженим органом відповідно до Закону України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» [237].

Безумовно, зроблені певні кроки з боку держави із сприяння розвитку громадянського суспільства, зокрема підприємств, які створені інвалідами, що від початку вже є соціально-відповідальним заходом. Для них надаються пільги до податку на прибуток та податку на землю. Зазначені дії можуть покращити добробут суспільства, оскільки працівники громадських підприємств, по-перше, вирішують проблему ринку праці, надаючи додаткові місця роботи інвалідам, а, по-друге, отримують більшу суму прибутку, так як вони не сплачують податку на нього.

Згідно цілей сталого розвитку питання впровадження енергоефективних технологій є достатньо важливим, особливо для нашої країни, яка в цей час зазнає проблем із енергією. Крім того, ця діяльність є безумовно соціально-відповідальною через покращення стану навколишнього середовища та врахування інтересів суспільства при її здійсненні. Тому розглянемо також регулювання оподаткування в цій сфері.

Так, ст. 158 Податкового кодексу визначала особливості оподаткування прибутку підприємств, отриманого у зв'язку із впровадженням енергоефективних технологій, а саме: звільнення від оподаткування 80% прибутку підприємств, отриманого від продажу на митній території України товарів власного виробництва за переліком, установленим Кабінетом Міністрів України. Крім того, звільнення від оподаткування 50% прибутку, отриманого від здійснення енергоефективних заходів та реалізації енергоефективних проектів підприємств, включених до Державного реєстру підприємств,

установ, організацій, які здійснюють розроблення, впровадження та використання енергоефективних заходів і проектів [301].

Але дані статті втратили свою чинність з 01.01.2015 р. на підставі Закону України № 71-VIII від 28.12.2014 р. І зараз можна користуватись наступними статтями: 197.16. Звільняються від оподаткування операції із ввезення на митну територію України: устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії, енергозберігаючого обладнання і матеріалів, засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів, обладнання та матеріалів для виробництва альтернативних видів палива або для виробництва енергії з відновлюваних джерел енергії; матеріалів, устаткування, комплектуючих, що використовуються для виробництва: устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії; матеріалів, сировини, устаткування та комплектуючих, які будуть використовуватися у виробництві альтернативних видів палива або виробництві енергії з відновлюваних джерел енергії; енергозберігаючого обладнання і матеріалів, виробів, експлуатація яких забезпечує економію та раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів; засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів.

Операції із ввезення на митну територію України зазначених у цьому пункті товарів звільняються від оподаткування, якщо ці товари застосовуються платником податку для власного виробництва та якщо ідентичні товари з аналогічними якісними показниками не виробляються в Україні.

Перелік таких товарів із зазначенням кодів УКТ ЗЕД встановлюється Кабінетом Міністрів України [237]. Отже, і в цьому державна знизилася можливість розвитку СЕВП, тому що із втратою чин-

ності ст. 158 ПКУ значно знизилась зацікавленість підприємців в розвитку енергоефективного виробництва.

Важливою для нашої країни є також робота нерезидентів, які подають приклад соціальної відповідальності бізнесу. Правила оподаткування їхньої діяльності є предметом дослідження. Так, з метою уникнення подвійного оподаткування у Податковому кодексі надається перевага положенням чинних міжнародних договорів перед положеннями податкового законодавства.

Відповідно до п. 3.2 ст. 3 Податкового кодексу якщо міжнародним договором, згоду на обов'язковість якого надано Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачено цим Кодексом, то застосовуються правила міжнародного договору.

Спеціальна ст. 103 Податкового кодексу регулює порядок застосування міжнародного договору України про уникнення подвійного оподаткування щодо повного або часткового звільнення від оподаткування доходів нерезидентів із джерелом їх походження з України.

Так, ст. 103.1. зазначає, що застосування правил міжнародного договору України здійснюється шляхом звільнення від оподаткування доходів із джерелом їх походження з України, зменшення ставки податку або шляхом повернення різниці між сплаченою сумою податку і сумою, яку нерезиденту необхідно сплатити відповідно до міжнародного договору України. Застосування міжнародного договору України в частині звільнення від оподаткування або застосування пониженої ставки податку дозволяється тільки за умови надання нерезидентом особі (податковому агенту) документа, який підтверджує статус податкового резидента згідно з вимогами пункту 103.4 цієї статті. Підставою для звільнення (зменшення) від оподаткування доходів із джерелом їх походження з Украї-

ни є подання нерезидентом з урахуванням особливостей, передбачених пунктами 103.5 і 103.6 цієї статті, особі (податковому агенту), яка виплачує йому доходи, довідки (або її нотаріально засвідченої копії), яка підтверджує, що нерезидент є резидентом країни, з якою укладено міжнародний договір України, а також інших документів, якщо це передбачено міжнародним договором України [237; 301]. Отже, бачимо, що тут є можливість для нерезидентів країни сплачувати менше податків, й, відповідно, отримувати більше прибутку, якщо укладені певні угоди між державами, які ратифіковані Верховною Радою України та нерезиденти отримують можливість сплачувати менший рівень податків, що засновано на договорі про уникнення подвійного оподаткування.

Таким чином, можна зробити висновки щодо сприяння розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва. Досвід іноземних держав показав, що дійсно є певні правові норми, які надають реальні податкові пільги, що дає можливість підприємствам бути більш зацікавленими в реалізації соціально-відповідальних заходів. Навіть у США – країні, із невеликою роллю держави в регулюванні соціальної відповідальності – є певні правові акти, що сприяють розвитку СЕВП.

Пільгове оподаткування виступає економічною компонентою СЕВП, оскільки дає можливість підприємствам безпосередньо отримувати більше прибутку через зниження частки сплачених податків, що, в свою чергу, буде заохочувати підприємства до соціальної відповідальності.

В Україні, у порівнянні із дослідженими країнами, ситуація трохи інша: внесені зміни до декількох статей та законів, що гальмують розвиток СЕВП. Так, якщо підприємство сплачувало навчання працівника і ці гроші не були віднесені до оподаткування,

то зараз, якщо цей працівник звільниться протягом 3-х років, необхідно бути сплатити податки. Таким чином, підприємство не зацікавлене в навчанні працівника. Також це стосується й інших сфер, зокрема, сприяння охороні навколишнього середовища та застосуванню енергоефективних технологій у виробництві.

Україні слід орієнтуватись на досвід розвинених держав світу й робити певні кроки в цьому напрямку. По-перше, необхідним є сприяння розвитку соціального та соціально-відповідального інвестування. Встановлення пільгової ставки чи звільнення від податків в разі реалізації інвестиційних програм значно підвищить як рівень прибутку підприємства, так і рівень добробуту населення. По-друге, з урахуванням існуючих проблем екологічних проблем та світових вимог виробництва продукції, необхідним є сприяння підприємствам у використанні новітніх розробок виробництва, які зменшують негативний вплив на зовнішнє середовище, покращують якість життя та продукції. Для цього може бути використаний досвід Естонії, де за умови відповідності певним стандартам виробництва та наявності сертифікатів, надаються пільги в оподаткуванні.

Також, можна запропонувати уряду внесення змін у ПКУ стосовно заходів із соціального маркетингу. Підприємці будуть більше зацікавлені в проведенні соціально-відповідальних маркетингових кампаній, якщо вони реально зможуть знизити своє податкове навантаження.

Законодавчий механізм, який за поданою вище класифікацією (за етапом управління) є організаційним і контролюючим, представлений в Україні наступними нормативами та актами. Процес та механізм реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва регулюється нормативно-правовими документами, якими виступають міжнародні кодекси, договори, хартії, стандарти

і українські законодавчі акти, які прямо чи опосередковано впливають на соціальну відповідальність бізнесу.

Серед міжнародних актів, які можна вважати нормативами в сфері соціальної відповідальності, найбільшу вагу мають міжнародні стандарти ISO чи SA, які задають норми реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Більш конкретно це міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000; тристороння декларація принципів Міжнародної організації праці (МОП); Глобальний договір ООН; міжнародний стандарт із соціальної відповідальності SA 8000; міжнародні стандарти соціальної відповідальності бізнесу: GRI, AA1000, SA8000, OHSAS 18000, ISO 26000 [181].

Добровільні принципи та стандарти для відповідальної ділової поведінки у таких сферах, як працевлаштування та виробничі відносини, права людини, оточення, інформаційна безпека, боротьба із хабарництвом, інтереси споживачів, наука та технології, конкуренція та оподаткування забезпечують директиви Організації з економічного співробітництва та розвитку [162].

Правовою основою такого забезпечення є Декларація прав людини (1948 р.), Пакт ООН про економічні, соціальні та культурні права (1966 р.), 185 Конвенцій та понад 200 Рекомендацій МОП, Європейська соціальна хартія (1966 р.), конституції та інші законодавчі акти країн. У 1999 р. К. Аннан як Генеральний секретар ООН започаткував ініціативу Глобального договору з метою поширення принципів, пов'язаних із захистом прав людини, стандартами праці, боротьбою з корупцією та захистом навколишнього середовища, на стратегію та діяльність ділових кіл у всьому світі [173].

Одним із основних виступає саме Глобальний договір (ГД), започаткований Генеральним Секретарем ООН Кофі Аннаном на Всесвітньому економічному форумі 1999 р. Десять принципів Гло-

бального договору із області прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища, боротьби з корупцією, були взяті з Загальної декларації прав людини; Декларації МОП про основні принципи та права на виробництві; Ріо-де-Жанейрської декларації з навколишнього середовища та розвитку; Конвенції ООН проти корупції [245]. ГД ООН є добровільною ініціативою, яка об'єднує близько 6 000 приватних компаній, бізнес-асоціацій, неурядових організацій, академічних інституцій, громадських організацій у єдиний глобальний форум задля сталого розвитку через відповідальне та інноваційне корпоративне лідерство [234], обмін досвідом та бізнес-практик у соціальній сфері та сфері охорони навколишнього середовища, що сприяє утворенню нового бізнес-середовища, яке, не порушуючи принципів конкуренції, впроваджує соціальну відповідальність не тільки на національному, а й на регіональному та глобальному рівнях [42].

Тобто, можна сказати, що компанії, які приєднуються до цього договору, орієнтовані на дотримання основних принципів, які стосуються захисту прав працівників на виробництві, захисту проти корупції та взагалі захисту прав людей. Забезпечення соціальної легітимності бізнесу та ринків також є проявом соціально-економічної відповідальності, адже це означає, що підприємницькі структури формують «здорове» соціальне середовище завдяки саме своїй діяльності.

Далі слід розглянути , прийняту у 1998 р. декларацію МОП про фундаментальні принципи та права у сфері праці, що відображає обов'язки урядів і організацій працедавців і робітників підтримувати базові людські цінності – цінності, що мають життєво важливе значення для нашого соціального та економічного життя. Фундаментальні принципи і права впливають зі статуту МОП та ви-

ражаються в таких політичних рішеннях МОП, як конвенції та рекомендації [162]. Соціально-економічна відповідальність тут проявляється у формуванні та підтримці базових людських цінностей для працівників, як-то гідна оплата праці для забезпечення базової потреби в їжі, житлі; сучасне виробництво – забезпечення потреби в безпечних умовах праці тощо.

Як уже зазначалось, важливе нормативне значення для СЕВП мають стандарти. Так, «Глобальна ініціатива зі звітності» в 2000 р. підготувала першу версію Рекомендацій зі звітності в галузі сталого розвитку (Sustainability Reporting Guidelines) на базі стандарту, який було розроблено Коаліцією за екологічно відповідальний бізнес (1997 р.). Стандарт GRI постійно вдосконалюється. В основу Рекомендацій покладено концепцію сталого розвитку. Вони містять набір критеріїв, на яких будується звітність з економічної, екологічної та соціальної результативності компанії, а отже й враховує оцінку саме соціально-економічної відповідальності, зробленої за допомогою інструментів, які використовує компанія при здійсненні СББ. Керівництво зі звітності в галузі сталого розвитку GRI стало першим міжнародним керівництвом зі складання нефінансової звітності. Воно встановлює принципи і показники оцінки екологічних, економічних і соціальних показників діяльності компанії для подальшої публікації в своїх звітах [240].

Social Accountability 8000 (SA 8000) – це стандарт сертифікації, який стимулює компанії до розробки, розвитку та підтримки КСВ на робочому місці – створення найкращих умов праці. Положення стандарту ґрунтуються на міжнародних нормах захисту прав людини, і в першу чергу конвенціях Міжнародної організації праці. Стандарт SA 8000 оцінює діяльність компаній за 8 ключовими напрямками: дитяча праця; здоров'я та безпека; дискримінація; трива-

лість робочого часу; оплата праці; примусова праця; свобода формування об'єднань і свобода переговорів між роботодавцем і профспілками; дисциплінарні стягнення [199; 240].

Одним із важливих документів в сфері СВБ виступає стандарт ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», який є міжнародним та містить вказівки щодо СВБ. Ним визначаються основні принципи соціальної відповідальності: підзвітність; прозорість; етична поведінка; взаємодія із зацікавленими сторонами; правові норми; міжнародні норми; права людини. Цей стандарт пропонує настанови щодо принципів соціальної відповідальності, ключових суб'єктів та звітів, які мають відношення до соціальної відповідальності, а також шляхів інтеграції соціально відповідальної поведінки до існуючих організаційних стратегій, систем, практик та процесів [82; 189].

Також важливим буде представлення Глобальних принципів Саллівана, які були розроблені Леоном Салліваном, прийняті у 1999 році та являють собою розширену версію добровільного кодексу поведінки компаній, що ведуть свою діяльність у ПАР. До глобальних принципів Саллівана належать підтримка економічної та політичної справедливості, дотримання прав людини, рівні можливості при наймі персоналу, підтримка толерантності, навчання на просування соціально-уразливих категорій працівників [240].

Таким чином, основні міжнародні нормативні документи в сфері СВБ спрямовані в основному на дотримання прав працівників як взагалі, так і в конкретних сферах: безпека на виробництві, екологічна безпека, протидія корупції, гідна оплата праці, дотримання правових та етичних норм тощо [81]. Стосовно соціально-економічної відповідальності можна виокремити, окрім вищезазначених стандартів оплати праці та протидії корупції, економічну

безпеку та справедливість, соціальну легітимність бізнесу та ринку, соціальну нефінансову звітність, яка враховує й використання інструментів СЕВП. Міжнародні документи спрямовані не тільки на підвищення СВБ за рахунок екологічної складової, але й економічної також, а також урахування принципів сталого розвитку.

Говорячи про українські законодавчі акти, які регулюють сферу СВБ та СЕВП зокрема, слід зауважити, що вони досить розрізнені, мають вигляд окремих положень у різноманітних законах і в зв'язку з цим розмірковувати про якусь законодавчу базу СВБ в Україні не доводиться. У першу чергу відсутній закон, який би регулював саме соціальну відповідальність, хоча правових актів, які опосередковано впливають на неї, прийнято доволі багато [82].

Засади соціальної відповідальності як держави, так і суб'єктів господарювання закладені вже в основному законі України – Конституції. Приміром, у ст. 64 наголошено, що конституційні права і свободи людини й громадянина не можуть бути обмеженими, крім випадків, передбачених саме Конституцією. І це є проявом соціальної відповідальності держави. Щодо відображення в Конституції соціальної відповідальності бізнесу, то деякі дослідники зауважують, що тут частково (прямо або опосередковано) відтворюються вимоги щодо прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією [132].

Окремі законодавчі акти України, які регулюють ту чи іншу сферу СЕВП, або опосередковано можуть впливати на неї, представлено у табл. 4.7.

**Таблиця 4.7. – Законодавчі акти України в сфері соціально-економічної відповідальності бізнесу**

Сфера регулювання	Назва закону	Напрямок регулювання СЕВБ
1	2	3
Захист трудових прав	Кодекс законів про працю	Регулює трудові відносини всіх працівників, сприяє поліпшенню якості роботи, підвищенню ефективності суспільного виробництва і піднесенню на цій основі матеріального і культурного рівня життя трудящих.
	Про охорону праці	Визначає основні положення щодо реалізації конституційного права працівників на охорону їх життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, на належні, безпечні і здорові умови праці.
	Про відпустки	Встановлює державні гарантії права на відпустки, визначає умови, тривалість і порядок надання їх працівникам для відновлення працездатності, зміцнення здоров'я.
	Про оплату праці	Визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах, на підставі трудового договору з підприємствами, установами, організаціями усіх форм власності та господарювання.
	Про недержавне пенсійне забезпечення	Визначає правові, економічні та організаційні засади недержавного пенсійного забезпечення в Україні.
	«Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи», «Про соціальний захист дітей війни» тощо.	Визначає основні положення щодо реалізації конституційного права громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, соціального захисту потерпілого населення.

Продовження табл. 4.7

1	2	3
Економічна справедливість та соціально-відповідальний підхід до ведення бізнесу	Про запобігання корупції	Визначає правові та організаційні засади функціонування системи запобігання корупції в Україні, зміст та порядок застосування превентивних антикорупційних механізмів, правила щодо усунення наслідків корупційних правопорушень.
	Податковий кодекс України	Регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків та зборів в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки.
	Про захист від недобросовісної конкуренції	Спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні господарської діяльності в умовах ринкових відносин.
	Про природні монополії	Метою закону є забезпечення ефективності функціонування ринків, що перебувають у стані природної монополії, на основі збалансування інтересів суспільства, суб'єктів природних монополій та споживачів їх товарів.
Соціальний маркетинг	Про рекламу	Визначає соціальну рекламу як інформацію будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.
Соціальні інвестиції, соціально-відповідальне інвестування	Про інвестиційну діяльність	Визначає загальні правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України.

Продовження табл. 4.7

1	2	3
Соціальні інвестиції, соціально-відповідальне інвестування	Про режим іноземного інвестування	Визначають іноземні інвестиції як цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.
Благодійність/Спонсорство/Надання грантів	Про благодійну діяльність та благодійні організації	Визначає загальні засади благодійної діяльності в Україні, забезпечує правове регулювання відповідних відносин у суспільстві, утвердження гуманізму і милосердя, забезпечує сприятливі умови для утворення і діяльності благодійних організацій.
Розвиток персоналу	Про професійний розвиток працівників	Визначає правові, організаційні та фінансові засади функціонування системи професійного розвитку працівників.

\* Складено на основі [151; 246-258] та удосконалено автором.

Утабл. 4.8 система нормативно-правового регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні представлена більш загально, за типами документів.

**Таблиця 4.8. – Система нормативно-правового регулювання соціально-економічної відповідальності підприємств України**

Тип документів	Назва	Напрямок регулювання	Масштаб застосування/обов'язковість виконання
1	2	3	4
Кодекси, договори	Глобальний договір ООН. Декларація МОП	Спрямовані на дотримання основних прав людей на життя, безпеку, гідну оплату праці, захист на виробництві тощо.	Міжнародні/ Добровільні

Продовження табл. 4.8

1	2	3	4
Стандарти	ISO 26000, SA 8000, GRI, Глобальні принципи Саллівана	Формують основні принципи та критерії, за якими може бути оцінена СЕВП.	Міжнародні/ Добровільні
Закони України		Є основними правовими засадами здійснення соціально-економічної відповідальності бізнесу в Україні, зокрема гідної оплати праці, здійснення соціального інвестування, соціального маркетингу, добросовісної конкуренції тощо.	Національні/ Обов'язкові до виконання

\*Власна розробка автора

Таким чином, аналізуючи вищенаведений матеріал, можна зробити висновки щодо законодавчого механізму регулювання соціально-економічної відповідальності українських підприємств. По-перше, усі нормативно-правові документи можна розділити на два основних блоки – міжнародні та національні. Міжнародні документи в основному спрямовані на дотримання прав та свобод людей. Стосовно соціально-економічної відповідальності це проявляється у соціально легітимному веденні бізнесу, дотриманні економічної справедливості, добросовісній конкуренції, гідній оплаті праці, розвитку персоналу підприємства, веденні легального підприємництва, недопущенні «тіньового» бізнесу тощо. Також у міжнародних документах можна виділити стандарти, за якими може бути оцінений рівень економічної та соціальної відповідальності, що є важливим для підприємств, які бажають бути конкурентоздатними на світовому ринку. Усі проаналізовані в роботі документи є добровіль-

ними до виконання, що є особливістю міжнародного нормативного регулювання в сфері соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз існуючого механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні показав, що він не достатньо розвинений. Організаційний механізм являє собою складну систему, в якій не існує органу, що замикає би на собі весь цикл регулювання СЕВП, а функції за це покладені на три міністерства, що робить управління цим процесом проблематичним.

Стимулюючий механізм частково прописаний у Податковому кодексі, але він не надає підприємствам переваг від реалізації СЕВП, що значно уповільнює розвиток цієї діяльності. Підприємці не є зацікавленими в здійсненні СЕВП, це залишається суто добровільною діяльністю.

Законодавчий механізм представлений достатньо широко, але основного документу, який би регулював сферу соціально-економічної відповідальності, не прийнято. Наявні законодавчі акти здебільшого регулюють якийсь окремий інструмент СЕВП.

Саме це й обґрунтовує необхідність трансформації існуючого механізму соціально-економічної відповідальності з урахуванням тих пріоритетів, що було зазначено в попередньому пункті.

Але важливим є окреслення основних меж впливу держави та підприємств на досягнення мети СЕВП, роль кожного з них в її реалізації.

Держава виступає активним суб'єктом реалізації СЕВП як у частині виконання функцій, які не можуть бути виконані підприємствами, так і в регулюванні цього процесу в організаційному, стимулюючому та контролюючому напрямках. Соціально-економічна відповідальність держави полягає в забезпеченні громадян мінімальним соціальним захистом, встановленням гідних та конкурентних мінімумів прожиткового мінімуму, мінімальної заробітної пла-

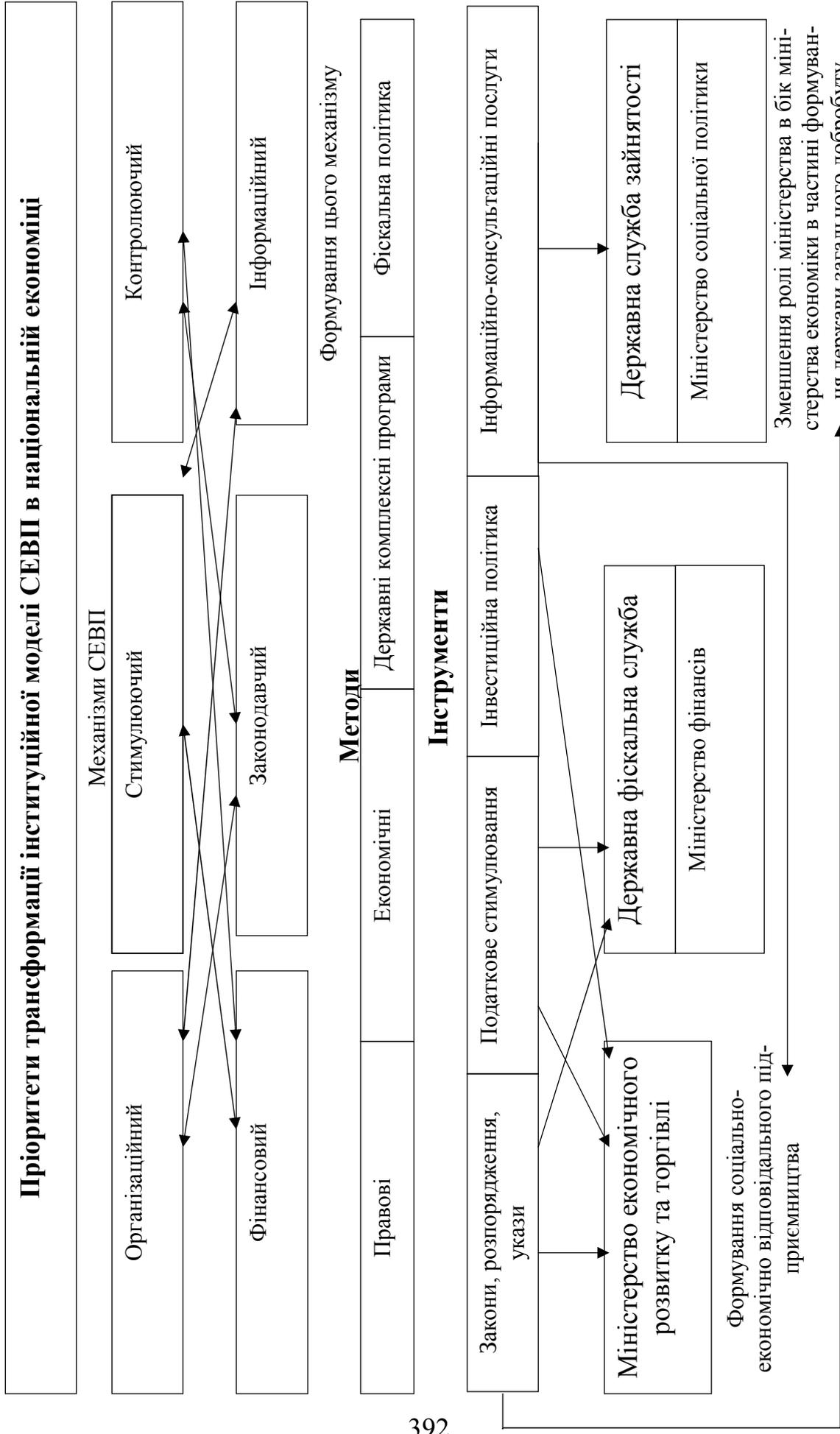
ти, пенсій, стипендій, стандартів та технологічних вимог, норм виробництва та норм рентабельності підприємств, а також нормативному та організаційному регулюванні та стимулюванні підприємств до соціально-економічної відповідальності. Тобто функції держави в цьому випадку можуть бути виділені наступні: забезпечення громадян мінімальним рівнем соціального захисту та встановлення гідних та конкурентних норм, а також створення регулятивного механізму сприяння розвитку соціально-економічної відповідальності підприємствами.

На рис. 4.1 вибудовано існуючий інституційний механізм СЕВП в Україні з урахуванням пріоритетів трансформації.

Основними методами, які буде використовувати держава в новому механізмі, є правові (прийняття відповідних законів, стратегій), економічні (застосування системи штрафів за порушення законодавства), державні комплексні програми (програми державних закупівель, грантів, конкурсів). Okремо можна виділити методи фінансової політики, які на цей час можуть стати основними для актуалізації проблеми СЕВП, що створить основу для формування у підприємців нового бачення значимості та необхідності реалізації СЕВП. Передбачається, що новий механізм на початку буде матеріально стимулювати підприємців, але потім це стане загальноприйнятою ініціативою за власним бажанням, хоча й податкові важелі залишаться.

Основними інструментами держави в цьому стануть закони, акти, розпорядження, податкове стимулювання та інвестиційна політика, інформаційно-консультаційні послуги, контроль СЕВП.

Важливим залишається питання ролі підприємства в цьому процесі, оскільки воно виступає активним гравцем в побудові держави загального добробуту.



**Рисунок 4.1. – Інституційна модель механізму СЕВП України: пріоритети трансформації**  
(власна розробка автора)

Основна функція підприємства в цьому процесі полягає у виконанні покладених державою на нього зобов'язань, в тому числі й з розвитку СЕВП. Тобто, основна ідея полягає в тому, що держава виконує спрямовуючу та регулюючу роль, а підприємство – виконавчу, але саме від нього залежить результативність державних заходів в цій сфері. Важко виокремити, чия роль у цьому важливіша, адже в сучасних умовах економічного та соціального розвитку України держава сама по собі не зможе досягти головної цілі СЕВП, а підприємства орієнтовані лише на максимізацію прибутку та не зацікавлені в розвитку соціальної складової, тому разом вони сформують той базис, що стане підґрунтям для підвищення якості життя населення та формування держави загального добробуту.

#### **Висновки до розділу 4**

Проведене теоретичне дослідження показало основні заходи, які впроваджують держави світу для розвитку СВБ. Стає зрозуміло, що країни, які активно розвивають свою економіку та завойовують позиції на світовій арені, все більше орієнтовані на впровадження новітніх методів для розвитку бізнесу та суспільства. Але кожна держава робить це по-своєму. Приміром, Швеція орієнтована на прийняття та удосконалення законів, що регулюють сферу СВБ, а її уряд провадить ряд заходів із поширення знань щодо важливості цієї практики. У США рівень втручання держави в процесі СЕВБ достатньо помірний, простежується тенденція до делегування завдань на рівень підприємств, хоча й існують податкові пільги. Рівень соціальної свідомості підприємців США високий, так як вони є визнаними філантропами та орієнтовані на покращення добробуту суспільства, впровадження етичних кодексів у

свою діяльність. Китай регулює соціально-економічну відповідальність своїх підприємців у рамках концепції «Гармонізоване суспільство». З урахуванням міжнародної активності країни, вона все більше орієнтується на світові стандарти та покращує якість продукції та життя населення. Крім того, Китай підвищує роль державних підприємств в реалізації СББ.

Але найбільш цікавим для дослідників цієї сфери є досвід Індії, яка першою в світі відійшла від добровільності та законодавчо закріпила обов'язковість благодійності для великих підприємств з певним рівнем прибутку. Хоча такий крок керівництва країни і отримав спротив всередині країни, це залишається єдиним прецедентом та заслуговує на ретельне вивчення.

Для України досвід всіх цих країн є корисним, та в кожній з них є певні результати, які можуть бути застосовані в наших реаліях, а саме: закріплення обов'язковості соціального звіту, удосконалення національного законодавства, запровадження дієвої системи податкового оподаткування, проведення урядом заходів з інформування підприємців щодо важливості реалізації СЕВП. Це все допоможе створити дієвий механізм для ефективної соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні.

Визначено пріоритети трансформації інституційних засад механізму СЕВП в Україні. Пріоритети запропоновано в залежності від нагальності вирішення суспільних проблем та форм й інструментів СЕВП, які необхідно розвивати. Передбачається, що вирішення проблем з найменшого рівня поступово призведе до розв'язання соціально-економічних негараздів в нашому суспільстві. Окреслені механізми СЕВП за двома класифікаціями: за етапом управління (організаційний, стимулюючий, контролюючий) та характером діяльності (фінансовий, законодавчий та інформаційний).

Аналіз існуючого інституційного механізму соціально-економічної відповідальності показав, що він не достатньо розвинутий. Можна говорити про те, що деякі важливі елементи взагалі відсутні (інформаційний), а деякі достатньо складні в регулюванні та не створюють засад для ефективного розвитку (організаційний). Наразі в країні не існує єдиного органу, який би займався конкретно розвитком СЕВП, що значно уповільнює цей процес. Необхідним є створення єдиного виконавчого органу, основною діяльністю якого був би розвиток та управління СЕВП в Україні. Досвід інших країн показав, що існують прецеденти створення міністерств із соціальної відповідальності.

Податковий механізм також знаходиться на тому рівні, коли він не є стимулюючим для підприємств, тому що відсутні реальні важелі, які б привабили керівників для здійснення соціально-економічних відповідальних дій. Вивчення закордонного досвіду показало, що це стає одним із найважливіших інструментів для стимулювання СЕВП поряд із технологічним врегулюванням. Тому для національної економіки важливим стає формування такого механізму, який би мав стимулюючі важелі, але це не призвело до недостатнього наповнення бюджету. Запобігти цьому можна, переклавши деякі функції на плечі підприємців. Саме в ефективному розподілі функцій держави та підприємництва й полягає основне завдання формування ефективного механізму СЕВП в Україні.

Розглядаючи українське законодавство, слід зауважити, що «прямого» закону, який би регулював і соціальну відповідальність бізнесу, і соціально-економічну відповідальність в Україні не існує. Хоча опосередкованих законодавчих актів доволі багато. Соціально-економічна відповідальність, на додаток до законів, що регулюють СББ, також має бути підпорядкована економічним законам

у сфері оподаткування (для ведення легального, справедливого підприємництва), конкуренції (бути доброчесними на ринку), інвестування (для соціального інвестування та соціально-відповідального інвестування), реклами (при здійсненні соціального маркетингу), благодійності (при благодійній діяльності, спонсорстві, наданні грантів тощо). Тобто, діяльність українських підприємців має обов'язково регулюватися цими законами, а самі підприємці мають дотримуватись норм та принципів міжнародних документів, щоб підвищувати рівень своєї соціальної відповідальності.

Теоретично удосконалено структуру механізму СЕВП в Україні на основі окреслення пріоритетів трансформації інституційних засад його формування, визначення методів та інструментів реалізації окремих напрямів та видів соціально-економічної відповідальності; розмежування змісту соціально-економічної відповідальності держави, суспільства та підприємництва, визначення доцільних за сучасних умов методів впливу держави на ініціативу суб'єктів підприємництва нести соціально-економічну відповідальність.

## ВИСНОВКИ

Монографію присвячено вирішенню актуальної економічної проблеми України – побудові ефективного механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва для формування держави загального добробуту. Це вважається можливим зробити за поєднання зусиль держави із підприємництвом, що дало б змогу акумулювати ефект розроблених пропозицій.

Представлене дослідження дозволило сформулювати пріоритети трансформації інституційних засад механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні, що й складають наукову та практичну значущість даного дослідження. Напрямки трансформації розроблено з урахуванням потреб сьогодення та визначених систематизованих форм та інструментів СЕВП, що засновано на методологічному базисі, який включає в себе наукові парадигми пізнання та основні теорії соціальної відповідальності.

1. Досліджено соціально-економічну складову підприємництва та основне наукове підґрунтя розвитку дефініції «відповідальність», яка є мультимірною категорією та знаходиться на перетині декількох наук. Аналіз відповідальності дозволив вивести нову функцію підприємництва, яка полягає у несенні відповідальності за власні дії та стає логічним доповненням до інших функцій відповідальності.

2. Вивчення теоретичних основ соціальної відповідальності бізнесу дало змогу розробити власну теоретико-методологічну модель соціальної відповідальності та з'ясувати основні переваги та обмеженість цього поняття. Аналіз моделей СВБ показав, що в усіх

з них простежується екологічна складова, яка стає основою для розвитку інших складових. Саме це й стало аргументом для виокремлення нової категорії «соціально-економічна відповідальність підприємництва» і актуалізації її як об'єкта даного наукового дослідження. Соціально-економічна відповідальність підприємництва являє собою несення підприємством відповідальності за власні дії економічними засобами та важелями. У цьому аспекті економічна відповідальність стає як позитивним стимулом, так і негативним.

3. Формування науково-методичних засад для розвитку СЕВП дозволило систематизувати форми, інструменти, класифікаційні ознаки та принципи категорії. Окрім загальноприйнятих інструментів, які взяті із СББ, автором запропоновано нові – соціально-відповідальне навчання та особистісно-орієнтоване управління, що відображає основну сутність нової категорії. Окрім того, велику увагу при розробці пріоритетів трансформації існуючого механізму СЕВП приділено й іншим інструментам: соціальний маркетинг, благодійний маркетинг, соціальні інвестиції, соціально-відповідальні інвестиції тощо.

4. Дослідження сучасних інституційних моделей сполучення зусиль держави із бізнесом показало, що моделі держави залежать в цілому від моделі соціальної політики цієї держави. У світі на цей час розрізняють п'ять традиційних моделей та з'являються нові, які відображають особливості країн, що розвиваються. Саме аналіз цих моделей дозволив визначити, що для України більш прийнятною стане симбіоз британської та японської моделей: з майже рівним розподілом участі держави та підприємництва в розвитку СЕВП. Це й стало основою для подальших розробок автора.

5. Запропоновано методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної від-

повідальності підприємництва, який поєднує критичну (СЕВП є продуктом конфлікту і узгодження інтересів суспільства як стейкхолдера, підприємців як суб'єктів відповідальності та держави як суб'єкта відповідальності та суб'єкта примусу та стейкхолдера одночасно), інтерпретативну (інституційні форми, вибір напрямів та інструментів СЕВП залежать від системи цінностей та інших елементів інституційного середовища в конкретних історичних умовах, що визначає необхідність опису та управління поведінкою всіх суб'єктів в тріаді «підприємці-держава-суспільство»), функціоналістську (вибір методів та інструментів реалізації СЕВП має ґрунтуватися на об'єктивізації характеристик поведінки вищезазначених суб'єктів через певні кількісні показники, в т.ч. корисність) парадигми пізнання і створює підстави для інкорпорації у дослідження та розробку пропозицій щодо трансформації механізму СЕВП політичних, регуляторних, соціальних, економічних, психологічних аспектів, що є не тільки способом відображення об'єктивної реальності існування функції відповідальності у національній економічній системі, а й способом розв'язання визначених суб'єктивних проблем та суперечностей, пов'язаних із розподілом цієї відповідальності між основними інститутами суспільства.

6. Визначено основні кількісні та якісні показники оцінки рівня соціально-економічної відповідальності держави. Якісним показником взято Індекс людського розвитку, аналіз якого показав зниження рейтингу України щороку при одночасному зростанні самого показника. Виділено п'ять етапів розвитку цього індексу в Україні та визначено чинники впливу на нього. Аналіз кількісних показників відобразив помірний рівень соціально-економічної відповідальності держави: спостерігається як покращення деяких показників, так і погіршення.

7. На основі дослідження існуючих методик оцінки СВБ підприємств запропоновано авторську методику оцінки СЕВП в залежності від групи стейкхолдерів. Дана методика включає як кількісні, так і якісні показники, за якими може бути проаналізовано рівень СЕВП конкретного підприємства. Визначено роль нефінансової звітності та рейтингового методу при оцінці СЕВП.

8. На основі Індексу прозорості України виявлено лідерів цього індексу на підставі аналізу їх соціально-економічно відповідальних дій. Основою для цього стали нефінансові звіти цих підприємств та соціальні частини фінансових звітів. Проведений аналіз показав, що підприємства в основному орієнтовані на соціальні інвестиції в розвиток громади, інвестиції в охорону праці на підприємстві, в розвиток та навчання персоналу, а також мають тенденцію до зниження коефіцієнтів виробничого та смертельного травматизму. Також лідери цього рейтингу є активними діячами в сфері соціального партнерства на тих територіях, де вони функціонують.

9. Аналіз кращих практик зарубіжного досвіду дозволив дослідити основні тенденції в СЕВП розвинених країн світу та країн, що розвиваються. Так, основними важелями стають – законодавчі ініціативи, податкові стимули, стимули технологічного регулювання тощо. На особливу увагу заслуговує досвід Китаю та Індії. В Китаї держава розвиває СЕВП в рамках своєї основної концепції «гармонізованого суспільства», приділяючи велику увагу розвитку СЕВП державних підприємств. Досвід Індії стає корисним з точки зору новаторських реформ, що були проведені державою в сфері СЕВП, а також проблем, що вони спричинили. Саме урахування цих проблем й визначило пріоритети трансформації механізму СЕВП України.

10. Пріоритети трансформації інституційних засад механізму СЕВП запропоновано в залежності від нагальних проблем в суспільстві, а також форм та інструментів СЕВП, що необхідно розвивати. Визначені пріоритети ґрунтуються на класифікації механізмів за двома ознаками та поступово (від найнижчого рівня до найбільш чисельного) досягають поставленої мети – формування держави загального добробуту.

11. Структура існуючого механізму СЕВП відображає свою складність та недосконалість, відсутність важливого інформаційного механізму, що стало основою для запропонованих рекомендацій щодо трансформації інституційних засад. Основні напрямки реформування існуючої системи наступні: організаційний (створення єдиного органу, який би замикав на собі СЕВП України), стимулюючий (податковий та інформаційний механізми) та контролюючий, щоб запобігти виникненню проблем зловживання податковими стимулами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агарков О. Принцип соціальної справедливості як основа методології соціально-політичного маркетингу. *Український науковий журнал "ОСВІТА РЕГІОНУ"*. 2011. № 4. С. 243–248.
2. Андрищенко А.І., Рябець І.М. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2009. №844. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Вип. 23. С. 133–135.
3. Антошко Т. Р. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : дис. канд. Економ. наук : 08.00.04 / НУ «Київський політехнічний інститут». Київ, 2012. 263 с.
4. Антошко Т. Р., Круш П. В., Тюленева Ю. В. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах. Київ: НТУУ «КПІ», 2013. 275 с.
5. Бабина О. Є., Комарова А.А. Механізм підвищення рівня соціально відповідальної діяльності підприємств України. *Бізнес Інформ*. 2014. №12. С. 69–74.
6. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Под общей ред. проф. Г.Л.Багиева. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. 231 с.
7. Баранова С. В. Відповідальність особистості як складова особистісної зрілості. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2011. Вип. 26. С. 126–133.
8. Батченко Л. В. Драгомірова Є. С., Деліні М. М. Соціальний менеджмент в умовах євроінтеграції. Донецьк : ДонДУУ, 2008. 341 с.
9. Батченко Л. В., Деліні М. М. Інституційний механізм забезпечення соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. URL:

<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6275> (дата звернення: 14.08.2017).

10. Батченко Л. В., Деліні М. М. Методологічний базис трансформації інституційних засад формування механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці. *Ефективна економіка*. 2015. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6274> (дата звернення: 30.03.2016).

11. Батченко Л. В., Деліні М. М. Соціальний маркетинг як інструмент реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. (Миколаїв, 15 грудня 2017 р.). У 2-х частинах. – Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2017. Ч. 2. С. 55–59.

12. Батченко Л. В., Деліні М. М. Соціально-відповідальне управління в Україні. *Правові, управлінські та економічні аспекти трансформації сучасного громадянського суспільства*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів і аспірантів (Київ, 2016) 2016 р. У 2 ч. Ч. 2 / М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ: Видав. Центр КНУКіМ, 2016. – 499 с. – С. 47–49.

13. Батченко Л. В., Деліні М. М. Теоретико-методологічні засади соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. Одеса, 2017. Том 22. Випуск 10 (63). С. 26–30.

14. Безрукова О. А. Соціальна відповідальність в сучасному українському суспільстві: соціологічна концептуалізація та досвід емпіричного дослідження: дис. ... д-ра соціол. наук : 22.00.04 / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2015. URL: [http://virtuni.education.zp.ua/info\\_cpu/sites/default/files/disertaciya\\_dodatk\\_bezruкова.pdf](http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/disertaciya_dodatk_bezruкова.pdf) (дата звернення: 17.02.2016).

15. Белопольский Н.Г. Внутренние резервы для спасения Украины. *Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелект-*

уальної власності: Зб. наук. пр. Маріуполь: ПДТУ, 2014. Вип. 1(10), Т.1. С. 12–19.

16. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. *Вісник Хмельницьк. нац. ун.* 2011. № 1. С. 228–233.

17. Березіна О. Ю. Перспективи формування національної моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник ДНУ. Серія: “Світове господарство і міжнародні економічні відносини”*, 2012, вип. 4, с. 3–10.

18. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 43–47.

19. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр. темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2012. № 14. С. 9–16.

20. Біла І.С., Красман Н.В. Соціальна відповідальність бізнесу: теоретичні аспекти та практична реалізація в економіці України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Випуск 5 (10). С.3–7.

21. Білоног Ю. Характеристика та аналіз структурних елементів соціальної відповідальності бізнесу. *Грані*. 2015. 18(5), 30–36. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/199> (дата звернення: 13.05.2016).

22. Боднарук О. В. Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Менеджер*. 2016. № 2. С. 41–48.

23. Борецька Н. П. Участь держави у формуванні національної моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Держава та регіони. Сер.: Державне управління*. 2013. № 4. С. 80–85.

24. Брехаря С. Етапи становлення корпоративно-соціальної відповідальності українського бізнесу. *Наукові записки ІППЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2012. Випуск 5-6(85-86), с. 312–326.

25. Брич В. Я., Колодницька О. З. Людські ресурси як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4. С. 72–75. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN-/inek\\_2015\\_4\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN-/inek_2015_4_12) (дата звернення: 18.01.2016).

26. Бульба В. Г., Третяк М. В. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу. *Теорія та практика державного управління*. 2013. Вип. 3. С. 343–350.

27. Бурлуцький С. Саморегулювання в системі соціального партнерства. Соціальна відповідальність: підприємство – регіон – країна [текст]: матер. всеукраїнської науково-практичної конференції (25 грудня 2015 р., Київ-Краматорськ-Чернівці-Вінниця). Краматорськ, 2015. С.30 –333.

28. Бурлуцький С.В. Концепція «створення спільної цінності» в системі стратегічного планування розвитку регіонів. *Економіка та право*. 2015. №1 (40). С. 13 – 19.

29. Бухаріна Л. М., Сучков А. В. Використання соціальної відповідальності бізнесу для створення позитивного іміджу підприємства. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 48–53.

30. Буян О. А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2012. Випуск 6 (2). С. 159–165.

31. В мире усиливается законодательное регулирование социальной ответственности бизнеса. URL: <http://tass.ru/plus-one/4403997> (дата звернення: 13.09.2016).

32. Веревкин Л. П. Социальная ответственность бизнеса. *Мониторинг общественного мнения*. 2010. № 1. С. 44–55.

33. Водницька Н.В. Управління трудовою сферою промислового підприємства з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу: дис. канд. економ. наук: 08.00.04 / Харківський національний економічний університет, Харків, 2008.

34. Войнаренко М. П., Білорусець Л. М. Соціальний потенціал фінансово-кредитного обслуговування населення. Прометей. 2014. № 3. С. 75-80 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Prom\\_2014\\_3\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Prom_2014_3_15) (дата звернення: 08.02.2016).

35. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер : Економіка АПК*. 2013. № 20(1). С. 117–122.

36. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 125–130.

37. Ворончак І.О. Формування регіональної політики забезпечення соціальної відповідальності бізнесу: дис. ... к екон. наук : 08.00.05 / Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2015. 232 с. URL: [http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/5505/1/voronchak\\_i\\_o.pdf](http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/5505/1/voronchak_i_o.pdf) (дата звернення: 11.09.2016).

38. Гальчак Х. Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 698: Проблеми економіки та управління. С. 140–146.

39. Гелих О.Я. Предпринимательство как социальный феномен. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2003. Т. 3. № 5, с. 217–230.

40. Герасименко О. Соціальний облік та нефінансова звітність як інструменти реалізації соціальної відповідальності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2012. Вип. 137. С. 39–42.

41. Глебова А. А. Социальная ответственность бизнеса Украины на современном этапе формирования рыночных условий. *Экономика и управление: теория и практика: материалы международной заочной научно-практической конференции*. (20 сентября 2012 г.). URL:

<http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3898-2012-09-28-06-31-52>  
(дата звернення: 3.06.2014).

42. Глобальний договір ООН. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: [http://www.mlsp.gov.ua/labour/-control/uk/publish/article?art\\_id=88867&cat\\_id=34940](http://www.mlsp.gov.ua/labour/-control/uk/publish/article?art_id=88867&cat_id=34940) (дата звернення: 11.09.2016).

43. Гнатьєва Т.М. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент ефективності корпоративної стратегії. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 2(74). С. 35–44.

44. Гоголя О. П., Кудінова І. П. Соціальна відповідальність бізнесу. Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2011. 175 с.

45. Головінов О. М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2. С. 187–192.

46. Гордієнко Л. А. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2014. Т. 19, Вип. 2(5). С. 34–38.

47. Градюк Н. М. Соціальна відповідальність підприємств: концептуалізація поняття. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21. 117. С. 364–371.

48. Градюк Н. М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств. *Nastoleni moderni vedy: Materialy VII Mezinarodni vedecko-prakticka konference*. 2011. Dil 3. Ekonomicke vedy. Praha: PH “Education and Science”, 2011. P.24–26.

49. Градюк Н. М. Соціальна відповідальність підприємств в умовах становлення громадянського суспільства в Україні. *Регіональна економіка*. 2011. № 2. С. 143–150.

50. Грановська І. В. Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний вісник університету : зб. наук. пр. учених та аспірантів ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. 2012. Вип. 19/1

URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/evu/2012\\_19\\_1/Grapovsk.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2012_19_1/Grapovsk.pdf) (дата звернення: 19.03.2014).

51. Гриненко А. М. Соціальна справедливість як ключовий принцип у реалізації соціальної політики держави *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Сер. : Педагогіка. 2009. Т. 112, Вип. 99. С. 104-107.

52. Грицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. е. н. : спец. 08.00.04 / Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2009. 20 с.

53. Грицина Л. А. Міжнародні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія: Економічні науки*. 2008. № 3 (30). С. 309–311.

54. Грیشнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2011. № 1 (15). С. 39–46.

55. Грунтковський В.Ю. Формування та розвиток соціальної відповідальності бізнесу в умовах ринкової трансформації економіки: дис ... канд. екон. наук: 08.00.01 / Білоцерківський національний аграрний університет: Київ., 2012.

56. Гудзинський С. О. Соціальна відповідальність бізнесу: її сутність та роль в регулюванні зайнятості. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2(2). С. 63–72.

57. Дакус А. В., Сімченко Н. О. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2012. Вип. 6. URL:<http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-3.pdf> (дата звернення: 17.03.2017).

58. Даниленко О. А. Критерії оцінки результативності управління соціальною відповідальністю на стадіях життєвого циклу розвитку організації. URL: [http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna\\_naukovo\\_-\\_praktichna\\_internet\\_konferencija/1formuvannja\\_ta\\_ocinka\\_efektivnosti\\_-\\_funkcionuvannja\\_mekhanizmiv\\_upravlinnja\\_dijalnistju\\_pidpriemstv/2-1-0-51](http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna_naukovo_-_praktichna_internet_konferencija/1formuvannja_ta_ocinka_efektivnosti_-_funkcionuvannja_mekhanizmiv_upravlinnja_dijalnistju_pidpriemstv/2-1-0-51) (дата звернення: 04.07.2016).

59. Дейч М.Є. Напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті соціоекономічного підходу *Соціоекономіка*: зб. наук. пр. Донецьк: ІЕП НАНУ, 2010. С. 166–182.

60. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект. Донецьк: Ін-т економіки промисловості, 2014. 352 с.

61. Дейч М.Є. Формування та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: організаційно-управлінське забезпечення: автореферат... д-ра екон. наук, спец.: 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Ін-т економіки пром-сті НАН України, Київ, 2015. 35 с.

62. Дейч М.Є. Формування та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: організаційно-управлінське забезпечення : дис ... д-ра екон. наук: 08.00.03 / Інститут економіки промисловості НАН України. Київ, 2015. С. 16–20.

63. Делини М. Н. Становление корпоративной социальной ответственности в управлении предприятиями в мировой бизнес-среде. *Управление в социальных и экономических системах*: м-лы XXSV международной научно-практической конференции. (Минск, 14 мая 2015 г.) Минск : Минский университет управления, 2015. С. 105-107.

64. Дерев'янюк Ю. М., Мельник Л. Г., Кубатко О. В. Соціальна та солідарна економіка: поняття та сутність, досвід та перспективи. *Mechanism of Economic Regulation*. 2014. № 3. С. 89–98.

65. Деріга В.В. Соціальна та гуманітарна політика. URL: <http://lib.chduedu.ua/pdf/posibnuku/315/6.pdf> (дата звернення: 18.06.2017)

66. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дати звернення: 12.01.2015, 14.08.2015, 08.11.2015, 19.09.2016, 18.06.2017).

67. Деліні М. М. Аналіз стану інституційного забезпечення механізму соціально-економічної відповідальності підприємництва в національній економіці. *Інфраструктура ринку*. Випуск 12/2017 URL: <http://market-infr.od.ua/uk/12-2017> (дата звернення: 10.10.2017)

68. Деліні М. М. Визначення соціального інвестування та соціально відповідального інвестування стосовно соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Науковий економічний журнал "Інтелект XXI"*, Київ, 2016. №6. С.179–186.

69. Деліні М. М. Державне регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва: європейський досвід. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2017. С. 36–43.

70. Деліні М. М. Досвід Індії в розвитку напрямків соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя, 2017. Випуск 6 (12). С. 38–41.

71. Деліні М. М. Еволюційний розвиток напрямів соціальної відповідальності у світі. *Ефективна економіка та менеджмент: теорія і практика*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (Дніпропетровськ, 14-15 листопада 2014 р.) Національний гірничий університет. У 2-х частинах. – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2014. Ч. 2. С. 7–10.

72. Деліні М. М. Застосування індексного методу в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Соціально-економічні підсумки 2017 року: реалії та перспективи*: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених. (Київ, 22-23 грудня 2017 р.). К.: Аналітичний центр "Нова економіка", 2017. У 2-х частинах. Ч. 1. С. 39–41.

73. Деліні М. М. Індексний метод в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва: міжнародний та український досвід. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. Київ, 2017. Випуск 6 (62). С.63–69.

74. Деліні М. М. Інструменти соціально-економічної відповідальності підприємств. International Scientific conference Anti-crisis management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings. (Le Mans, France, November 17th, 2017). Le Mans, France: Baltija Publishing. Part II. pp. 44–46.

75. Деліні М. М. Мультивимірний аспект відповідальності підприємництва та її роль в розвитку національної економіки. *Електронне наукове фахове видання. «Ефективна економіка»*. 2014. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6147> (дата звернення: 12.12.2016).

76. Деліні М. М. Напрями оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва. *«Проблеми системного підходу в економіці»*. Київ, 2017. Випуск 4 (60). С. 131–137.

77. Деліні М. М. Напрями підвищення корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. Херсон, 2015. Випуск 15. Частина 1. С. 118 – 123.

78. Деліні М. М. Напрями соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми модернізації економіки та фінансової системи України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. (Черкаси, 28-29 листопада 2014 р.). Черкаси : ЧДТУ, 2014. С.242–245.

79. Деліні М. М. Напрями та форми реалізації соціально-економічної відповідальності підприємства. *Вісник Одеського національного університету*. Одеса, 2016. Том 21. Випуск 11 (53). С. 17–20.

80. Деліні М. М. Напрямки розвитку державного регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні на основі Європейського досвіду. *Наукові підходи до модернізації економіки та системи управління*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2017. С.25–28.

81. Деліні М. М. Нормативне регулювання соціально-економічної відповідальності: міжнародний аспект. Економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та проблеми відтворення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (Львів, 22-23 грудня 2017 р.). Львів: ГО “Львівська економічна фундація”, 2017. У 2-х частинах. Ч. 1. С. 38–40.

82. Деліні М. М. Нормативно-правове регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Збірник наукових праць ДонДУУ “Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку”*. Серія “Економіка”. Маріуполь, 2016. Т.ХVII, вип. 299. С. 71–80.

83. Деліні М. М. Нормативно-правові аспекти пільгового оподаткування як важіль розвитку соціально-економічної відповідальності підприємництва. Херсон, 2016. Вип. 16. Ч.1. с. 83–89.

84. Деліні М. М. Підходи до визначення соціальної відповідальності бізнесу. *Фінансово-економічні та соціальні чинники розвитку міжнародних відносин*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (м. Київ, 6-7 червня 2014 р.). Київ: К. : ГО “Київський економічний науковий центр”, 2014. Ч. 1. С.35–37.

85. Деліні М. М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Проблеми економіки*. Харків, 2017. № 4. С. 163–170.

86. Деліні М. М. Проблеми впровадження корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Одеського національного університету: серія «Економіка»*. Одеса, 2014. Т. 19, випуск 2/5. С. 38–41.

87. Деліні М. М. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. Донецьк: ДонДУУ, 2013. С. 63-64.

88. Деліні М. М. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. Конф. (м. Донецьк, травень 2013 р.). Донецьк: ДонДУУ, 2013. С. 63-64.

89. Деліні М. М. Розвиток державного регулювання соціально-економічної відповідальності України: індійський досвід. *International Scientific Conference Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World, Part I, December 22th, 2017. Lisbon, Portugal*: Baltija Publishing. – pp. 30-33.

90. Деліні М. М. Систематизація інструментарію соціально-економічної відповідальності підприємств: теоретичний аспект. *Науковий журнал «Проблеми економіки»*. Харків, 2016. №4. С. 120-126.

91. Деліні М. М. Соціальна відповідальність бізнесу: соціально-економічна компонента. *Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. (Київ, 7 грудня 2017 р.). У 2-х частинах. Київ: Національний авіаційний університет, 2017. Ч.1. С. 81-84.

92. Деліні М. М. Соціальна звітність в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»*. Київ, 2017. Випуск 6. С.41-45.

93. Деліні М. М. Соціальна складова сталого розвитку. *Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2015: колективна монографія / за наук. ред. проф. Хлобистова Є.В.* Черкаси, 2015. С.109-115.

94. Деліні М. М. Соціальний та благодійний маркетинг в системі соціально-економічної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Херсон, 2017. Випуск 27-1. С. 135-138.

95. Деліні М. М. Соціально-економічна відповідальність: управлінський аспект. *Стан та перспективи розвитку управлінських наук: український та польський досвід*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 5-6 жовт. 2017 р.). Київ : КНЕУ, 2017. С. 52-58.

96. Деліні М. М. Соціально-економічна відповідальність в системі соціальної відповідальності підприємництва. *International Scientific conference The development of International Competitiveness: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings*. (Lisbon, Portugal, December 16th, 2016). Lisbon, Portugal: Baltija Publishing, 2016. Part I. pp. 132-134.

97. Деліні М. М. Соціально-економічна відповідальність підприємництва в системі соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород, 2017. Випуск 16. Частина 1. С. 84-88.

98. Деліні М. М. Соціально-економічна складова підприємництва. *Науковий журнал “Причорноморські економічні студії”*. Одеса, 2016. Випуск 12, Ч. 1. С. 117-120.

99. Деліні М. М. Сучасні соціально-відповідальні практики бізнесу в Україні. *Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2017: колективна монографія* / за наук. ред. проф. Хлобистова Є.В. Київ, 2017. С. 387-393.

100. Деліні М. М. Теоретико-методологічні засади соціальної відповідальності бізнесу: соціально-економічний аспект. Маріуполь, 2017. Том XVIII : Випуск 304, Серія “Економіка”. С. 62-72.

101. Деліні М. М. Теоретичний огляд підходів до оцінки соціально-економічної відповідальності підприємств. *Перспективи*

інноваційного розвитку економіки: сучасні підходи та напрями: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. (Ужгород, 17-18 листопада 2017 р.). У 2-х частинах. Ужгород: Видавничий дім “Гельветика”, 2017. Ч. 1. С. 80-83.

102. Деліні М. М. Фандрайзинг та донорство як інструменти реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Причорноморські економічні студії*. Одеса, 2017. Випуск 23. С. 75-78.

103. Деліні М. М. Розвиток напрямів соціальної відповідальності бізнесу у світі та в Україні: еволюційний аспект. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія №18. «Економіка і право»: зб. Наукових праць*. Київ, 2014. Випуск 26. С. 9-17.

104. Деліні М. М. Соціальна відповідальність вищої освіти в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Херсон, 2014. Випуск 9, Частина 4. С. 165-168.

105. Деліні М. М. Соціальна відповідальність підприємництва в контексті соціальних моделей країн Європи. *Наук. вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. Ужгород, 2015. Вип. 3. С. 98-101.

106. Деліні М. М. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальних моделей країн Європи. *Економіка і менеджмент: сучасні трансформації в епоху глобалізації*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (Клайпеда, Литва, 29 січня 2016 р.). С. 215-218.

107. Деліні М. М. Соціальна відповідальність підприємств транспортної галузі. *Проблеми економіки и управления на железнодорожном транспорте*: Материалы XI Международной научно-практической интернет-конференции. – К.: ГЭТУТ, 2016. С. 77-79.

108. Деліні М. М. Роль соціального інвестування в підвищенні соціально-економічної відповідальності. *Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (Маріуполь, 3-4 жовтня 2017 р.). Маріуполь–Кривий Ріг: Р.А. Козлов, 2017. С. 309-311.

109. Діденко Н., Павлова Г. Аксіологічні детермінанти соціальної відповідальності бізнесу. *Схід*. 2009. № 7 (98). С. 124–126.

110. Доклад о человеческом развитии 2016. Человеческое развитие для всех и каждого.

111. Докторова Д. Соціальна солідарність у чотирьох основних соціологічних традиціях. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія*. 1(8)/2017. С. 41-44.

112. Дорогунцов С.І., Коценко К.Ф., Хвесик М.А. та ін. Екологія: підручник. Київ: КНЕУ, 2005. 371 с.

113. Дудкин А. В., Петрушенко Ю. Н. Социальная ответственность как фактор обеспечения экономической эффективности предприятия в долгосрочной перспективе. *Проблеми економіки, управління та розвитку підприємств в сучасних умовах*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів, 12–13 березня 2008 р. Харків : РВВ ХДТУБА, 2008. С. 31–32.

114. Дудкін О. В. Механізм соціальної відповідальності організації. *Сучасні проблеми вищої освіти України в контексті інтеграції до європейського освітнього простору*: матеріали науково-методичної конференції, 6–7 жовтня 2010 р. Суми: Сумський державний університет, 2010. С. 165–167.

115. Екологія та соціальний захист. Програма сталого розвитку України. URL: <http://www.esz.org.ua/> (дата звернення: 17.03.2017).

116. Енциклопедія сучасної України. URL: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=13350](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=13350) (дата звернення: 14.02.2016).

117. Ермолаева Т. К. Корпоративная социальная ответственность как условие устойчивого развития. Учебно-методический комплекс. Москва: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (РГАИС), 2012. 184 с.

118. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В. А. Євтушенко . – Вісник НТУ “ХПІ”. – 2013. – № 46 (1019). – С. 53–63.

119. Євтушенко В. А. Внутрішні та зовнішні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2013. № 1. С. 40–46.

120. Євтушенко В. А. та Шуба Т. П. Стратегія інституціоналізації соціальної відповідальності в організації. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2016. Т. 21, Вип. 1. С. 85–91.

121. Жиглей І.В. Моделі соціальних держав та соціальний захист: екскурс в минуле та майбутнє. *Вісник ЖДТУ*, 4 (46). С. 71–79.

122. Жмай О. В. Корпоративна соціальна відповідальність: перспективи та можливості серед підприємств малого та середнього бізнесу в Україні. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2015. Т. 14, вип. 2. С. 185–193.

123. Жосан Г. В. Соціальна відповідальність у забезпеченні результативності діяльності підприємства: дис. к. екон. наук: 08.00.04 / Херсон. нац. техн. ун-т. Херсон, 2014. 200 с.

124. Забезпечення системного підходу до реформування адміністративно-територіального устрою України. URL: [http://www.niss.gov.ua/public/File/2015\\_analit/reformaATU.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_analit/reformaATU.pdf) (дата звернення: 18.05.2016)

125. Задорожнюк Н. А. Механізм функціонування благодотвортельного маркетинга. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 221–223.

126. Затеїщикова О. О. Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. Вип. 2. С. 189–194.

127. Звіт Nestle в Україні «Створення спільних цінностей», 2017. 36 с.

128. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Арселор Міттал Кривий Ріг» за 2014 р., 2015 р. 42 с.

129. Звіт з прогресу Групи компаній “Фокстрот”, 2017. 18 с.

130. Звіт про діяльність компанії ЕУ в Україні у галузі сталого

розвитку за 2015-2016 роки «Удосконалюючи бізнес, змінюємо світ на краще», 2017. 30 с.

131. Звіт про сталий розвиток корпорації “Оболонь”, 2015. 63 с.

132. Зеркалов Д. В. Безпека праці. Київ: Основа, 2012. 637 с.

133. Зеркалов Д. В. Проблеми екології сталого розвитку: монографія. Київ: Основа, 2013. 430 с.

134. Зубенко В.В. Сучасне середовище економічної концепції сталого розвитку. Електронне фахове видання «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1484> (дата звернення: 17.03.2017).

135. Инструменты корпоративной социальной ответственности. URL: <http://csrjournal.com/instrumenty-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti> (дата звернення: 03.02.2017).

136. Исследование «Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада». *Комитет по укреплению социальной ответственности и бизнеса*. Москва, 2004. 96 с.

137. Іванова О. І. Юридична відповідальність як різновид соціальної відповідальності. *Вісник Академії адвокатури України*. 2012. Число 3. С. 21–26.

138. Іващенко А. І. Теоретичні аспекти розвитку соціально-відповідального інвестування в Україні. *Облік і фінанси*. 2014. № 3. С. 90-95.

139. Інтегрований звіт ДТЕК 2016: фінансові та нефінансові результати, 2017. 158 с.

140. Каленіченко Л. І. Юридичні аспекти категорії "соціальна відповідальність" у системі суспільних наук. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Юриспруденція. 2014. Вип. 11(1). С. 14–17.

141. Калінеску Т. В., Ліхоносова Г. С., Альошкін В. С. Соціальна відповідальність: [підручник] Сєверодонецьк : Вид-во СНУ ім. Вол. Даля, 2015. 470 с.

142. Катаєв А. В. Соціально-орієнтований маркетинг-аудит: монографія. Харків: Видавець Оберемок В., 2005. 212 с.

143. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи. *Статистика України*. 2011. № 3. С. 83-86.

144. Кирилюк Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність: досвід європейських компаній. *Молодий вчений*. 2015. № 2(2). С. 107-111.

145. Киселев Е.А. Основные подходы к исследованию предпринимательства как формы социально-экономической активности населения. *Вестник Тамбовского университета. Гуманитарные науки*. 2013. № 9. С. 280-284.

146. Клименко М. І. Соціально-філософське осмислення поняття „соціальна солідарність”: теоретичні витoki і практики дослідження. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка: збірник наукових праць*. 2007. № 2(20). Ч. 2. С. 69–72.

147. Коваленко Є. В. Еволюція відповідальності у бізнесі як відображення соціально-економічних процесів макrorівня. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2015. Т. 20, Вип. 1(2). С. 57-61.

148. Коваленко Є.В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні *Глобальні та національні проблеми економіки* Електронне наукове фахове видання. Миколаїв. 2016. Випуск 9. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf> (дата звернення: 17.02.2017).

149. Коваленко О. В. Підприємництво та його організаційно-правові засади: навчальний посібник. Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 400 с.

150. Коваленко Є.В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 1. С. 106-112.

151. Кодекс законів про працю України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата звернення: 24.12.2016).

152. Козирєва О.В. Обґрунтування методичного підходу до оцінки корпоративної соціальної відповідальності фармацевтичного підприємства. URL: <http://socpharm.nuph.edu.ua/files/2013/04/Art-K.pdf> (дата звернення: 26.12.2016).

153. Колосок А. Теоретичний аспект соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 4. С. 64-67.

154. Колот А. М. Асиметрії розвитку соціально-трудової сфери: зарубіжний досвід і вітчизняні реалії. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 8. С. 3–11.

155. Колот А. М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3–17.

156. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5-26. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2013\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2) (дата звернення: 24.01.2015).

157. Колот А. М., Грішнова О. А., Герасименко О. О. та ін. Соціальна відповідальність : [навч. посіб. ]. Київ: КНЕУ, 2015. 519 с.

158. Комарницький І. Ф., Галушка, З. І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. *Зб. наук. праць Буковинського у-ту*. 2010. № 6. URL: [http://zbirnuk-bukuniver.edu.ua/issue\\_articles/7\\_1.pdf](http://zbirnuk-bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf) (дата звернення: 17.02.2018).

159. Комарова К. В., Ковальчук Н. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5-6. С. 25–30.

160. Комаровський О. В. Фандрейзинг у питаннях, відповідях та цитатах: [навч. посіб.]. Луганськ, 2007. 54 с.

161. Король С. Нефінансова звітність підприємства. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 6. С. 102–113.

162. Король С.Я. Нормативні документи із соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка України*. 2013. № 9. С. 85–96.

163. Коротич О. Б., Орел, Ю. Л., Рябічко О.В. Підприємництво як соціально-економічне явище. *Теорія та практика державного управління*. 2010. Вип. 4. С. 211–216.

164. Косар Н. С., Пилипенко В. М., Кузьо Н. Є. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика*. 2014. № 811. С. 176–183.

165. Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества: (пер. с англ. С. Яринич). Киев: *Стандарт*, 2005. 302 с.

166. Кравченко А. А. Архетип учителя: ідея, образ, відповідальність : монографія. Львів : Вид-во «Ліга-Прес», 2013. 421 с.

167. «Крепче стали». Социальный отчет Группы «Метинвест» 2013-2014, 2015 г. 82 с.

168. Кудинова М. М. Инструменты корпоративной социальной ответственности в Украине. *Вісник ХНАУ*. 2013. № 11. С. 161–171.

169. Кужелев М.А. Особенности формирования региональных моделей корпоративной социальной ответственности. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. 2012. Випуск №1 (12). Харків: ХІБС УБС НБУ. С.294–299.

170. Кужелев М. О. Формування парадигми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 3-4(1). С. 60–63.

171. Кужель В. В. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. № 3. С. 98–105.

172. Кузьмін О. Є., Товстенюк О.В. Фактори формування інвестиційної привабливості підприємств. Технологічний аудит та резерви виробництва. 2013. №1/3(9). С. 29 – 33.

173. Кульгук Т. І. Сучасний стан та перспективи розвитку проектів корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Магістеріум. Економічні студії*. 2014. Вип. 56. С. 66–69.

174. Кучероносов В. Благотворительность и фандрейзинг: определение понятий. URL: <http://cd-platform.org/library/statti/1194-blagotvoritel-nost-i-fandrejzing-opredelenie-ponyatij> (дата звернення: 14.02.2016).

175. Лазар Ю.В., Завальна О.С. Сучасні тренди розвитку соціально-відповідального інвестування: закордонний та вітчизняний досвід. *Механізм регулювання економіки*. 2012. №4. С. 190–196.

176. Лантух І. В. Добročинність і добročинний соціальний маркетинг українського підприємництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2010. № 5(2). С. 15–22.

177. Лебедев І. В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті концепції сталого розвитку. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні*: збірник тез за матеріалами VIII Науково-технічної конференції науково-педагогічних працівників, 26-31 березня 2012 року / Національний університет “Львівська політехніка”, Інститут підприємництва та перспективних технологій. Львів, 2012. С. 50–52.

178. Лебедев І. В. Забезпечення гідної праці на засадах корпоративної соціальної відповідальності : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.07 / Одеський нац. економ. ун-т. Одеса, 2015. 527 с.

179. Литовченко І. В. Структурно-функціоналістська парадигма в дослідженнях соціальних інститутів. *Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія*. 2012. № 2. С. 48–51.

180. Лункіна Т. І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 12(2). С. 6–10.

181. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern economics*. 2017. № 1. С. 24–30.

182. Ляпіна Л. А. Концепція соціальної справедливості Джона Ролза як теоретичне підґрунтя теорії мультикультуралізму. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Серія : Філософія. 2015. Т. 257, Вип. 245. С. 15–19.

183. Ляшок Я. А. Обеспечение жизнедеятельности населения в условиях формирования социально-ориентированной рыночной экономики Украины. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 9-1. Частина 2. 2014. С. 129–132.

184. Ляшок Я.О. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Причорноморські економічні студії: наук. журн.* Одеса: ВД "Гельветика", 2016. Вип. 10. С. 267–272.

185. Мазитова М. Р. Социальная ответственность бизнеса в мировой экономике. *Трансгрессия социокультурного пространства: материалы Всероссийской интернет-конференции*. URL: [http://isu-transgres.ru/index/doklady\\_konferencii/0-4](http://isu-transgres.ru/index/doklady_konferencii/0-4) (дата звернення: 17.02.2017).

186. Майстренко О. В. Соціально відповідальне інвестування: західний досвід. *Ефективна економіка*. 2015. № 10.

187. Малик І. П. Основні концепції соціальної відповідальності бізнесу. *Международная научно-практическая конференция "Инвестиционные приоритеты эпохи глобализации: влияние на национальную экономику и отдельный бизнес"* (14-15 февраля 2008 г.). URL: [http://www.confcontact.com/2008febr/5\\_malik.php](http://www.confcontact.com/2008febr/5_malik.php) (дата звернення: 30.11.2016).

188. Маліновська В. М. Юридична відповідальність як різновид соціальної відповідальності. *Вісник Вищої ради юстиції*. 2010. № 2. С. 58-65.

189. Маматова Т.В. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності: механізм адаптації для органів державного контролю України. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. пр. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2010. Вип. 1 (4). С. 109 – 120.

190. Мамонова В., Озерова К. Механізми вдосконалення соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Публічне управління: теорія та практика* URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2010-2/doc/3/05.pdf> (дата звернення: 15.04.2016).

191. Мануйлов Є. М. Соціальна відповідальність особистості у правовій державі. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. : Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2013. № 4. С. 3–8.

192. Маргасова В. Г., Ткаленко Н.В., Лукашина М.В. Форми державного стимулювання інвестиційної діяльності. *Глобальне управління та економіка: науковий журнал*. 2015. №1(1). С. 216–221.

193. Марчук Л. П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 5.2. С. 51–56.

194. Матвійчук Л.О., Ткач К.І. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск 6. С. 332–337.

195. Мацьків Р.Т. Соціальне інвестування на підприємствах нафтогазового комплексу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. № 4. Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. Миколаїв, 2015. С. 482–485.

196. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики. *Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал*. 2008. № 5. С. 32.

197. Мельникова М.В. Про особливості соціального інвестування проектів розвитку міських агломерацій. *Соціальна відповідальність: сучасні виклики*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Краматорськ, 21-22 квітня 2016 р.). Краматорськ: ДДМА, 2016. С. 175–176.

198. Мельникова М.В., Косицький К.В. Форми участі промислових холдингів у соціально-економічному розвитку території. *Економіка промисловості*. 2017. №3 (79). С. 130–144.

199. Міжнародний стандарт «Соціальна відповідальність» SA 8000. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/n0015697-07>(дата звернення: 30.11.2016).

200. Мінакова С. Аналіз стану і тенденцій розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України. *Економіст*. 2014. № 12. С. 69–70.

201. Місько Г. А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність операційної діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2009. № 36. С. 114–119.

202. Місько Г. А. Ступінь соціальної відповідальності підприємств та його вплив на економічну стратегію. *Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету «Наука й економіка»*. Хмельницький. 2012. № 1 (25). С. 172–175.

203. Мозговий Я. І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках. *Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання*. 2011. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=700> (дата звернення: 17.02.2015).

204. Моїсеєнко Т. Є., Гарбарчук Я. В. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

*Ефективна економіка*. 2012. № 3. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN-efek\\_2012\\_3\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN-efek_2012_3_13) (дата звернення: 13.06.2016).

205. Мотозюк Л. М. Психологічні аспекти ухвалення управлінських рішень у конфліктних ситуаціях. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна"*. 2013. № 2. С. 162–165.

206. Мочерний С.В., Довбенко М.В. Економічна теорія: підручник. Київ: Академія, 2004. 855 с.

207. Мошенський С. З. Соціально-відповідальне інвестування: сутність та перспективи розвитку. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/arpre/2010\\_6\\_1/37.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/arpre/2010_6_1/37.pdf) (дата звернення: 30.01.2017).

208. Найденко О. Є., Григоренко Ю. В. Забезпечення принципу соціальної справедливості в оподаткуванні. *Економіка і суспільство*. 12, 2017. С. 577-584.

209. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. Державна служба статистики. Київ, 2017. 139 с.

210. Наукова та інноваційна діяльність. Статистичний збірник. Державна служба статистики. Київ, 2016. 128 с.

211. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. Київ: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.

212. Нефінансова звітність за стандартом GRI у світі та Україні. URL: <http://www.bakertilly.ua/news/id1129> (дата звернення: 19.06.2016).

213. Нефінансовий звіт Концерну «Галнафтогаз» за 2016, 2017 р. 78 с.

214. Нефінансовий звіт МХП 2016 «Партнерство задля сталого розвитку», 2017. 90 с.

215. Никаноров П. А. Инструменты развития социальной ответственности организации. *Управление корпоративной культурой*. 2015. №2. С. 132–144.

216. Ніколаєнко Н. Сутність поняття «соціальна солідарність» у працях Леона Дюгі та Максима Ковалевського. *Юридична Україна*. 2014. № 6. С. 14–20.

217. Ніколенко Ю.В., Демківський А.В., Вергун Л.І. та ін. Основи економічної теорії: підручник, 3-тє вид. / за ред. Ю.В. Ніколенко. Київ : ЦУЛ, 2003. 540 с.

218. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. Донецьк: Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2013. 296 с.

219. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання: [монографія]. Лисичанськ: Пром-Енерго, 2015. 483 с.

220. Оганезова А. В. Соціальна відповідальність роботодавців як основа збереження здоров'я працюючого населення. *Проблеми економіки*. 2016. № 2. С. 173–178.

221. Огородник В.О. Фандрайзинг – інструмент активізації соціально-відповідальної взаємодії суб'єктів суспільних відносин. *Економіка і організація управління*. 2014. Вип. 1-2. С. 195–199.

222. Огороднікова Н. Оцінка рівня соціальної відповідальності підприємств у системі управління ресурсами Пенсійного фонду України. *Схід* (Донецьк). 2012. № 2 (116). С. 44-48.

223. Олійник О. Р. Міжнародний досвід розвитку соціальної відповідальності та можливість його застосування в Україні. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4. С. 37-44.

224. Отчет об устойчивом развитии группы СКМ за 2014 год. «Вызовы для ответственного бизнеса» Сокращенная версия. 2015. 27 с.

225. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2017)

226. Офіційний веб-портал Міністерства соціальної політики України. URL: <http://www.msp.gov.ua> (дата звернення: 06.04.2017)

227. Офіційний веб-сайт Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua> (дата звернення: 14.04.2017).

228. Офіційний веб-сайт Державної служби праці України з питань праці. URL: <http://dsp.gov.ua> (дата звернення: 19.04.2017)

229. Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 03.04.2017)

230. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.minfin.gov.ua> (дата звернення: 03.03.2017)

231. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність: [навч. посіб.] Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.

232. Пачуха Є.В. Проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Випуск 8, частина 2, 2016. С. 46-49.

233.1 листопада вводиться ISO 26000 керівний стандарт із соціальної відповідальності. Інформаційне забезпечення у сфері технічного регулювання ДП «Укрметртестстандарт». URL: [http://csm.kiev.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=633%253A1-iso-26000-&catid=41%253A2009-10-16-12-08-07&lang=uk](http://csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=633%253A1-iso-26000-&catid=41%253A2009-10-16-12-08-07&lang=uk) (дата звернення: 23.12.2016).

234. Петрашко Л. П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці *Міжнародна економічна політика*. 2011. Вип. № 1-2. С. 115-141.

235. Петрушенко Ю. М., Дудкін О. В. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності. *Наукові праці Донецького*

національного технічного університету. Серія: економічна. 2009. Випуск 37–3. С. 25–31.

236. Підлипна Р. П. Аналіз видатків на соціальну сферу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки*. 2014. № 6. С. 222-228.

237. Податковий кодекс України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17?test=4/UMfPEGznhhIC2.ZihR9o8OHl4yos80msh8Ie6> (дата звернення: 26.12.2016).

238. Податок на доходи фізичних осіб. URL: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkov-i-zmini-2016/podatok-na-dohodi-fizichnih-osib/> (дата звернення 11.03.2017).

239. Польова І. Соціально відповідальне інвестування: перспективи для інституційних інвесторів в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки»*. Випуск 9-1. Частина 2. 2014. С. 55-59.

240. Пономарев С.В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейский рынок. Пермь, 2014. 37 с.

241. Попадюк О.В. Моделі соціальної відповідальності бізнесу *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 13. С. 459-462.

242. Презентовано Індекс прозорості українських компаній – 2015. URL: <http://csr-ukraine.org/article> (дата звернення: 12.03.2016).

243. Презентовано шостий індекс прозорості і КСВ українських компаній. URL: <http://csr-ukraine.org/article/transparency-index-2016-2/>.

244. Принцип соціальної справедливості як основа методології соціально-політичного маркетингу. *Український науковий журнал. Освіта регіону. Політологія. Психологія комунікації*. Київ: УН-Т «Україна». 2011. № 4. С. 243-248.

245. Принципы глобального договора ООН в системе корпоративной социальной ответственности. URL: <http://csrjournal.->

com/principy-globalnogo-dogovora-oon-v-sisteme-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti (дата звернення: 09.09.2016).

246. Про благодійну діяльність та благодійні організації. Закон України URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5073-17> (дата звернення: 26.12.2016).

247. Про відпустки. Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 24.12.2016).

248. Про запобігання корупції. Закон України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1700-18> (дата звернення: 24.12.2016).

249. Про захист від недобросовісної конкуренції. Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 26.12.2016).

250. Про інвестиційну діяльність. Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 26.12.2016).

251. Про недержавне пенсійне забезпечення. Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1057-15> (дата звернення: 24.12.2016).

252. Про оплату праці. Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 24.12.2016).

253. Про охорону праці. Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2694-12/ed20110602> (дата звернення: 24.12.2016).

254. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 № 698-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12> (дата звернення: 17.03.2017).

255. Про природні монополії. Закон України URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1682-14> (дата звернення: 26.12.2016).

256. Про професійний розвиток працівників. Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4312-17> (дата звернення: 26.12.2016).

257. Про режим іноземного інвестування. Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 26.12.2016).

258. Про рекламу. Закон України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 26.12.2016).

259. Про соціально-економічне становище України за 2016 рік. Державна служба статистики. Київ, 2017. 74 с.

260. Проблемы социальной ответственности предпринимательства URL: <http://www.csrjournal.com/akcent/2969-problemy-socialnoy-otvetstvennosti-predprinimatelstva.html> (дата звернення: 13.04.2016).

261. Проданчук М. А. Нефінансова звітність – ефективний інструмент в реалізації управлінських рішень. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2(2). С. 202-214.

262. Прокопенко О.В., Дудкін О.В. Проблеми поширення практик соціальної відповідальності в Україні. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління*. 2013. №3. С. 124-128.

263. Прохорова Н. Г. Социальная ответственность как конкурентное преимущество развития бизнеса. *Экономика региона*. 2007. № 18 (ч. 2). URL: <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=1016> (дата звернення: 15.11.2016).

264. Річний звіт НАК “НАФТОГАЗ” «Перші паростки», 2017. 221 с.

265. Ровенська В.В., Лінник В.В. Корпоративна соціальна відповідальність як один із факторів успішної діяльності сучасного підприємства *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Випуск 19. Частина 1. С. 122-125.

266. Рогозний С. Соціальна відповідальність бізнесу *Вісник. Офіційно про податки*. 24 січня 2014, №4 (4). URL: <http://www.visnik.com.ua/ua/pubs/id/6535?issue=153> (дата звернення 11.01.2017).

267. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 2(1). С. 198-204.

268. Савина Т. Н. Социально-экономическая ответственность бизнеса : дис. канд. эк. наук : 08.00.01 (1) / Йошкар-Олинский государственный университет. Йошкар-Ола, 2007. 205 с.

269. Садков В. Кузнецова О. Социальное и социально ответственное инвестирование. URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/01/29/869/> (дата звернення: 03.06.2017).

270. Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. URL: <http://wdc.org.ua/uk/sustainable-development>(дата звернення: 17.03.2017)

271. Сенюк Ю. Я. Теоретичні аспекти соціал-конструктивістських досліджень міжнародного співробітництва та інтеграції. *Гілея: науковий вісник*. 2016. Вип. 115. С. 380–383.

272. Сергієнко-Бердюкова Л. В., Баришнікова О. М. Формування звітності сталого розвитку: міжнародні системи регулювання. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Сер. : Бухгалтерський облік, контроль і аналіз*. 2015. Вип. 2. С. 317–329.

273. Серёгина А. С. Социальная ответственность бизнеса: проблемы формирования в Украине *Sustainable business*. URL: <http://www.csrjournal.com/akcent/3060-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-problemy-formirovaniya-v-ukraine.html> (дата звернення: 10.05.2017).

274. Серікова О. М. Соціальна відповідальність партнерів трудових відносин як чинник раціонального використання трудового потенціалу: теоретико-методологічний підхід. *Бізнес Інформ*. 2013. № 11. С. 234–239.

275. Сірий Є. В. Соціальні виміри взаємовідносин бізнесу та суспільства в Україні. *Український інформаційний простір*. 2014. Число 3, с. 240–246.

276. Словник економічних термінів. *Буква П*, 2013.

277. Смерічевська С. В. Аналіз системи державної фінансової підтримки малого та середнього бізнесу в Україні. У: *Розвиток малого та*

*середнього бізнесу в системі регуляторної політики України*: монографія / С.Ф.Смерічевський, ред. Донецьк: ВІК, 2014. С.95-114.

278. Сморжанюк Т. П. Сталий розвиток в умовах глобалізації та його складові. *Економічні інновації*. 2013. Вип. 53. С. 253-260. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecinn\\_2013\\_53\\_29.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecinn_2013_53_29.pdf) (дата звернення: 01.04.2017).

279. Собченко В.В. Основні моделі соціальної політики в країнах Центральної та Східної Європи. *Електронне наукове фахове видання ХарPI НАДУ при Президентові України. Серія «Державне будівництво»*. 2011. №2. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/5/01.pdf> (дата звернення: 30.06.2017).

280. Сокол Н. А. Вплив інституційних чинників на процес формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Бізнес Інформ*. 2014. №5. С. 238–242.

281. Соколова А. М. Фандрайзингова діяльність: сутність, особливості та перспективи розвитку. *Економіка та держава*. 2013. № 1. С. 13–16.

282. Соломянюк Н. М. Фандрайзинг як технологія реалізації соціального плану аркетингу. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 195–202.

283. Соляник О. М. Корпоративна соціальна відповідальність як складова ефективного управління компанією. *Сучасний менеджмент і економічний розвиток. Концепція соціальної відповідальності бізнесу*: матеріали постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 березня - 31 серпня 2013 р. Суми : СумДУ, 2013.

284. Соціальна активність НАЕК «Енергоатом». Звіт за 2015-2016 роки, 2017 р. 36 с.

285. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. URL: [http://www.un.org.ua/files/Concept\\_Paper.pdf](http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf) (дата звернення: 17.02.2018).

286. Соціальні інвестиції. URL: <http://xn----dtbjmwegiok9b3mho.xn-j1amh> (дата звернення: 24.05.2017).

287. Стандарт SA 8000:2001 Соціальна відповідальність. URL: <http://csrjournal.com/1725-standart-sa-80002001-socialnaja-otvetstvennost.html> (дата звернення: 08.01.2016).

288. Стародуб Т. Особливості використання конструктивістської методологічної парадигми для дослідження міжнародного регіоналізму. *Політичний менеджмент*. 2012. № 4 (55). С.9–22.

289. Статистичний щорічник України за 2010 рік. Державна служба статистики. Київ, 2011. 560 с.

290. Статистичний щорічник України за 2011 рік. Державна служба статистики. Київ, 2012. 559 с.

291. Статистичний щорічник України за 2012 рік. Державна служба статистики. Київ, 2013. 552с.

292. Статистичний щорічник України за 2013 рік. Державна служба статистики. Київ, 2014. 534 с.

293. Статистичний щорічник України за 2014 рік. Державна служба статистики. Київ, 2015. 586 с.

294. Статистичний щорічник України за 2015 рік. Державна служба статистики. Київ, 2016. 575 с.

295. Статистичний щорічник України за 2016 рік. Державна служба статистики. Київ, 2017. 611с.

296. Стойка В. О. Соціальна відповідальність бізнесу – важлива складова агропродовольчого ринку. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 4. С. 79–84.

297. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf). (дата звернення: 13.10.2017).

298. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. С. 61–74.

299. Сухотеріна М. І. Механізм соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 /Одеський національний політехн. ун-т. Одеса, 2015. 254 с.

300. Телетов О. С., Летуновська Н. Є., Шевлюга О. Г. Соціально-економічна взаємодія суб'єктів регіону на засадах спільної відповідальності. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 7. С. 191-196.

301. Тимошук С. Пільги в оподаткуванні податком на прибуток. *Вісник. Офіційно про податки*. 18 жовтня 2013 №39 (39). URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/6093> (дата звернення 11.06.2017).

302. Титовец М. А. Социально-экономическая характеристика предпринимательства. *Экономика, управление, финансы (II)*: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). Пермь: Меркурий, 2012. С. 3–9.

303. Томилов В.В., Крупанин А.А., Хакунов Т.Д. Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства: учебнок пособие. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. 130 с.

304. Тополенко О. О. Модель впливу психологічних чинників на процес прийняття управлінських рішень *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка : збірник наукових праць*. 2008. № 3 (24). С. 162–167.

305. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка*. 2011. № 121/122. С. 73-76.

306. Фоміна О. О., Водницька Н. В. Соціально-економічна відповідальність підприємства в транзитивному суспільстві. URL: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Tiru/2009\\_28\\_1/29.pdf/](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Tiru/2009_28_1/29.pdf/) (дата звернення: 11.01.2017).

307. Фурса М. В. Соціальна відповідальність підприємства: теоретико-методологічні проблеми становлення. *Демократичне вря-*

дування. 2014. Вип. 14. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2014\\_14\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_26).

308. Ханова А. Социальный маркетинг: теория и практика. URL: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/92/> (дата звернення: 20.05.2017).

309. Хрущ В. О. Розвиток механізмів корпоративної соціальної відповідальності підприємств за умов інтеграційних процесів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 4. Т. 2. С. 255–259.

310. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки. Чернігів, 2011. – 152 с.

311. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь 2017, 2017. 176 с.

312. Черниш Н. Й. Соціологія: Підручник за рейтингово-модульною системою навчання. 5-те вид., переробл. і допов. Київ: Знання, 2009. 468 с.

313. Чернявська О.В., Соколова А.М. Фандрайзинг: [нав. посіб.] Київ: Центр учбової літератури, 2013. 188 с.

314. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність у системі підприємницької діяльності : дис ... д-ра екон. наук : 08.00.01 / Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара. – Дніпропетровськ, 2012 . 455 с.

315. Швець І. Б. Розвиток трудового потенціалу як елемент функціональної системи “підприємство” *Бізнес Інформ*. 2015. № 6. С. 229 –233. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2015\\_6\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_6_40) (дата звернення: 11.07.2016)

316. Швець І.Б. Ключові засади розвитку персоналу промислових підприємств в умовах євроінтеграційних процесів. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Вип. 38. Черкаси: ЧДТУ, 2014. Частина II. С.39–43.

317. Шевченко О. В. Регулювання політики корпоративної соціальної відповідальності: практика країн-членів Європейського Союзу. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Випуск 122 (частина I). С . 12–21.

318. Шевченко Т. П. Проблеми законодавчого регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. №2 (9). 2012. С. 111-118.

319. Шигун М. М., Давидюк Т. В. Корпоративна соціальна звітність як перспектива інформування про людський капітал вітчизняних компаній. *Вісник Запорізького національного університету: Економічні науки* : зб. наук. пр. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. № 1 (9). С. 173-178.

320. Шкрабак І.В. Вплив малого бізнесу на ринок праці регіону (на прикладі Донецької області). *Прометей*. 2012, № 3 (39). Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд». С.78 – 82.

321. Шкрабак І.В. Корпоративна соціальна відповідальність в системі некомерційного маркетингу. *Прометей*, 2013, № 2. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд». С.52 – 58.

322. Шталь Т. В., Тищенко О. О. Социальный маркетинг и социальная ответственность бизнеса: взаимосвязи и результаты. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 97–104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2012\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2012_4_13)(дата звернення: 13.03.2017).

323. Шумна Л. П. Соціальна справедливість як один із основних принципів надання соціальних послуг *Актуальні проблеми політики*: зб. наук. пр. Одеса: Фенікс, 2012. Вип. 45. С. 37–42.

324. Шутаєва О.О. Японська модель корпоративної соціальної відповідальності: особливості формування та практика реалізації. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 278, Т. 1. С. 116–120.

325. Щомісячний моніторинг основних індикаторів бюджетної системи України станом на 01.01.2017. Київ, 2017. 34 с.

326. Щомісячний моніторинг основних індикаторів бюджетної системи України станом на 01.01.2014. Київ, 2014. 31 с.

327. Щомісячний моніторинг основних індикаторів бюджетної системи України станом на 01.01.2012. Київ, 2012. 59 с.

328. Экономическая ответственность. Социальная ответственность бизнеса. URL: <https://soc-otvet.ru/nekij-ustav-ili-statya-v-vide-dokumenta-2-2/>. (дата звернення: 13.04.2017).

329. Яковенко О. З. Сутність і функції підприємництва в інтеграції виробництва на основі кластерів у системі національного господарства. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 1. С. 79–87.

330. Яневич Н.Я. Соціальні інвестиції: сутність і класифікація. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2010\\_690-/26.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2010_690-/26.pdf) (дата звернення: 19.11.2016).

331. Ярова Л. Соціальна політика Європейського Союзу: етапи розвитку і правова база. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ: Український центр політичного менеджменту, 2010. Вип. 21. 346 с.

332. 4 examples of corporate social responsibility done right. URL: <http://www.socialbrite.org/2010/04/22/4-examples-of-corporate-social-responsibility-done-right/> (дата звернення: 25.04.2016)

333. Abdul Rahim Abdul Hamid, Bachan Singh and Athira Abdullah. The practices of corporate social responsibility among construction companies in Malaysia. URL: [http://www.academia.edu/14806518/-The\\_practices\\_of\\_corporate\\_social\\_responsibility\\_among\\_construction\\_companies\\_in\\_Malaysia](http://www.academia.edu/14806518/-The_practices_of_corporate_social_responsibility_among_construction_companies_in_Malaysia) (дата звернення: 11.02.2017).

334. An Introduction to CSR and corporate philanthropy. Second part of the project ‘Making networks work: empowering civil society through European Cooperation for Financial Sustainability’, 2011. Pp. 33.

335. Bagatsing E. Philanthropy and Corporate Social Responsibility – What is the difference? 2014. URL: <https://lincolnmartin.com/blogs/>

philanthropy-and-csr-what-is-the-difference-part-1/(дата звернення: 04.02.2017).

336. Balch O. Deconstructing CSR: Corporate philanthropy, 2011. Web-site of Ethical Corporation. URL:<http://www.ethicalcorp.com/-deconstructing-csr-corporate-philanthropy> (дата звернення: 15.09.2016).

337. Batchenko L. V., Dielini M.M. International Aspects of state regulation of socio-economic responsibility of entrepreneurs: experience for Ukraine. «*Baltic Journal of Economic Studies*» Vol. 3 (2017) No. 5 December. Pp. 13-18.

338. Buhmann K. Corporate Social Responsibility in China: Current Issues and Their Relevance for Implementation of Law. *The Copenhagen Journal of Asian Studies*, 2005. 22, pp. 62–91. URL:<http://ej.lib.cbs.dk/index.php/cjas/article/view/521/551> (дата звернення 12.06.2017).

339. Burlutski S., Burlutski Sv. The socio-economic development of Ukrainian economy: «resources curse» phenomenon. *Formation strategy of economic structures: the tools and practices: [Collective monograph] / A. Berezin [ed.], M. Bezpartochnyi [ed.]*. Riga: «Landmark» SIA. 2016. P.25-35.

340. Cecil L. Corporate Social Responsibility Reporting in the United States, *McNair Scholars Research Journal*: 2008. Vol. 1: Iss. 1, Article 6. URL:<http://commons.emich.edu/mcnair/vol1/iss1/6> (дата звернення 12.06.2017).

341. Companies Doing Corporate Social Responsibility Right. URL:<http://www.business2community.com/social-business/5-companies-corporate-social-responsibility-right-0951534#5zrWsMWdZaxMuHvG> (дата звернення: 08.04.2016).

342. Consolidated financial statements in accordance with international financial reporting standards and independent auditor's report. Private stock joint company Kyivstar, 2017. 47 p.

343. Corporate social responsibility: ecological aspect / International journal “Sustainable development”. Технически университет, Варна (България). №1 (22) январь 2015. С. 68–72.

344. Corporate Social Responsibility’s Seven Best Practices: Avoid Greenwashing Through Stakeholder Engagement. URL: <http://greeneconomypost.com/csr-best-practices-11001.htm#ixzz4TN9YthJ3> (дата звернення: 17.09.2015).

345. CSR Asia A study on corporate social responsibility development and trends in China. *Embassy of Sweden, Beijing*. 2016. URL: <http://www.csr-asia.com/report/CSR-development-and-trends-in-China-FINAL-hires.pdf> (дата звернення 12.06.2017).

346. CSR Frame works in China and the European Union Insights for CSR Workshops, CHINA-EUROPA FORUM’S (June 2010). URL: [http://www.chinaeuropa-forum.net/bdfdoc-1704\\_en.html](http://www.chinaeuropa-forum.net/bdfdoc-1704_en.html) (дата звернення 12.06.2017).

347. Dielini M. Development of CSR in China on national level: Experience for Ukrainian Socio-economic responsibility of Entrepreneurship. *Схід*, Маріуполь, 2017. С. 17–21.

348. Dielini M. Different practices of socio-economic responsibility of business. *Innovations in the development of socio-economic systems: micro-economic, macroeconomic and mesoeconomic levels: Collective monograph*. Lithuania: “Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2016. Vol. 3. pp. 164–178.

349. Dielini M. Environmental corporate social responsibility. Наукові засади ресурсозбереження в системі антикризового управління і відтворення економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Хмельницький, 30-31 січня 2015 р.) У 2-х частинах. – Хмельницький: Видавничий дім «Гельветика», 2015. Ч.2. С. 55–57.

350. Dielini M. Models of corporate social responsibility: socio-economic aspect. *Trends in the development of national and world science: Collection of scientific articles*. Nuernberg: Verlag SWG imex GMBH, Deutschland, 2016. pp. 62–66.

351. Dielini M. Philanthropy as a tool of socio-economic responsibility of entrepreneurs. *Science and society: Collection of scientific articles*. Edizioni Magi, Roma, Italy, 2017. Pp. 115–120.

352. Dielini M. Socio-economic responsibility of entrepreneurs: impacts on business and society. *European Cooperation: Scientific approaches and applied technologies*. Poland, 2017. Vol.11 (30). Pp. 17–24.

353. Dielini M. Socio-economic responsibility: theoretical approach. *Актуальні проблеми зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів: Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції науковців і студентів (Маріуполь, 23-25 листопада 2016 р.)*. Маріуполь: ДонДУУ, 2016. С. 22–25.

354. Dodh P. & Singh S. & Ravita. Corporate Social Responsibility and Sustainable Development in India. *Global Journal of Management and Business Studies*. 2013. Volume 3, Number 6, 681–688.

355. Doing Their Part: 3 Excellent Examples of Corporate Social Responsibility. URL: <https://redshift.autodesk.com/doing-their-part-3-excellent-examples-of-corporate-social-responsibility/> (дата звернення: 11.02.2016).

356. Examples of Social Responsibility Strategies. URL: <http://smallbusiness.chron.com/examples-social-responsibility-strategies-10633.html> (дата звернення: 12.02.2016).

357. Examples of Social Responsibility Strategies. URL: <http://smallbusiness.chron.com/examples-social-responsibility-strategies-10633.html> (дата звернення: 11.04.2016).

358. Forte A. Corporate Social Responsibility In The United States And Europe: How Important Is It? The Future Of Corporate Social Responsibility. *International Business & Economics Research Journal*, 2013. Volume 12, Number 7. URL: [https://www.researchgate.net/publication/297754923\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_In\\_The\\_United\\_-](https://www.researchgate.net/publication/297754923_Corporate_Social_Responsibility_In_The_United_-)

States\_And\_Europe\_How\_Important\_Is\_It\_The\_Future\_Of\_Corporate\_-\_Social\_Responsibility (дата звернення: 11.07.2017).

359. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*. 1970. September, 13, p.122–126.

360. Galego-Álvarez Isabel, Formigoni Henrique, Pompa Antunes Maria Thereza Corporate social responsibility practices at Brazilian firms. *São Paulo*, V. 54, n. 1, jan-fev 2014. p. 12–27.

361. Godelnik R. Philanthropy, CSR and the Social Responsibility of Business. 2012. URL: <https://www.triplepundit.com/2012/08/philanthropy-csr-social-responsibility-of-business/> (дата звернення: 23.11.2015).

362. Great Examples of Socially Responsible URL: <http://www.businessnewsdaily.com/5499-examples-socially-responsible-businesses.html#sthash.i5zvlDqF.RNGaBHJ4.dpuf> (дата звернення: 13.04.-2016).

363. Handbook on Corporate Social Responsibility in India. Pricewaterhouse Coopers Private Limited, 2013.

364. History of Corporate responsibility project. Preliminary project planning paper. *Working paper*. 2005. No1.

365. Human Development Report 2016. *Briefing note for countries on the 2016 Human Development Report*

366. In India, a legislative reform is needed to push corporate social responsibility. URL: <https://theconversation.com/in-india-a-legislative-reform-is-needed-to-push-corporate-social-responsibility-80169>(дата звернення: 13.11.2016).

367. India: Corporate Social Responsibility - Indian Companies Act 2013. URL: <http://www.mondaq.com/india/x/366528/Corporate+Governance/Corporate+Social+Responsibility+Indian+Companies+Act+2013> (дата звернення: 13.11.2016).

368. Indian law requires companies to give 2% of profits to charity. Is it working? URL: <https://www.theguardian.com/ustainable-business/2016/>

apr/05/india-csr-law-requires-companies-profits-to-charity-is-it-working  
(дата звернення: 14.07.2016).

369. Jackson S. The Evolution of Philanthropy [and CSR]: Making it Matter. 2013. URL: <http://www.csrwire.com/blog/posts/730-the-evolution-of-philanthropy-and-csr-making-it-matter> (дата звернення: 14.03.2017).

370. Katsoulakos, P. & Koutsodimou, M. & Matraga, A. & L. Williams.. A Historic Perspective on the CSR Movement, 2004. URL: <http://www.csrquest.net/uploadfiles/1D.pdf> (дата звернення: 22.01.2016).

371. Kaufmann M. & Olaru M. The impact of corporate social responsibility on business performance – can it be measured, and if so, how? *The Berlin International Economics Congress 2012*. URL: [http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2012-03-biec/The\\_Impact\\_of\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_on\\_Business\\_Performance\\_-\\_Malte\\_Kaufmann.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2012-03-biec/The_Impact_of_Corporate_Social_Responsibility_on_Business_Performance_-_Malte_Kaufmann.pdf) (дата звернення: 24.01.2016).

372. Kernel annual report 2016. 127 p.

373. Kitzmueller M. and Shimshack J. Economic Perspectives on Corporate Social Responsibility. *Journal of Economic Literature* Vol. 50, N. 1, March, 2012.

374. Kitzmueller, M. Economic Perspectives on corporate social responsibility. Florence. 2010.

375. Laurell A. & Axelfelt J.M. The Socio-Economic Impacts of CSR A Case Study of Swedish-related Companies and Corporate Social Responsibility in Vietnam. *Förvaltningshögskolans rapporter* (Sweden), 2014. nummer 129.

376. Mazurkiewicz Piotr. Corporate environmental responsibility : Is a common CSR framework possible?. Washington, DC: World Bank, 2004. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/577051468339093024-/Corporate-environmental-responsibility-Is-a-common-CSR-framework-possible> (дата звернення: 24.10.2016).

377. Millon David K. Two Models of Corporate Social Responsibility, *46 Wake Forest L. Rev.* 523, 2011.

378. Models of Corporate Responsibility Part I: The Classical Model. URL: <https://projectcsr.wordpress.com/2010/12/03/models-of-corporate-responsibility-part-i-the-classical-model/> (дата звернення: 15.09.2016).

379. Models of Corporate Social Responsibility Part 2: The Stakeholder Model. URL: <https://projectcsr.wordpress.com/2010/12/09/models-of-corporate-social-responsibility-part-2-the-stakeholder-model/> (дата звернення: 18.09.2016).

380. Models of Corporate Social Responsibility Part 3: Social Demandingness Model. URL: <https://projectcsr.wordpress.com/2010/12/20/models-of-corporate-social-responsibility-part-3-social-demandingness-theory/> (дата звернення: 18.09.2016).

381. Models of Corporate Social Responsibility Part 4 (of 4): Social Activism. URL: <https://projectcsr.wordpress.com/2010/12/30/models-of-corporate-social-responsibility-social-activism/> (дата звернення: 23.09.2016).

382. Mullich J. Corporate Social Responsibility Emerges in China. *The Wall Street Journal*. 2009. URL: <http://online.wsj.com/ad/article/chinaenergy-responsibility> (дата звернення 12.06.2017).

383. Overview of CSR developments at a national level. (2013). CSR Committee. Issue 1. URL: [http://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality\\_distribution/public/documents/CSR/CSR\\_Position\\_papers/EN\\_CSR-\\_20130131\\_Overview-of-CSR-developments-at-a-national-level.pdf](http://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/CSR/CSR_Position_papers/EN_CSR-_20130131_Overview-of-CSR-developments-at-a-national-level.pdf) (дата звернення: 14.07.2017).

384. Petrović-Randelović M. & Stevanović T. & Ivanović-Đukić M. Impact of Corporate Social Responsibility on the Competitiveness of Multinational Corporations. *Procedia Economics and Finance*, 2015. 19, 332 – 341.

385. Pyramid of Corporate Social Responsibility. (2010). URL: <https://www.growyourgiving.org/giving-blog/pyramid-corporate-social-responsibility>(дата звернення: 09.02.2017).

386. Reinhardt, Forest L., Robert N. Stavins, and Richard H.K. Vietor. Corporate Social Responsibility Through an Economic Lens. *Review of Environmental Economics and Policy* 2, no. 2 (summer 2008).

387. Ronald, Y. Legal Framework for CSR in India. January 2014 URL: [https://www.researchgate.net/publication/268226026\\_Legal\\_Framework\\_for\\_CSR\\_in\\_India](https://www.researchgate.net/publication/268226026_Legal_Framework_for_CSR_in_India) (дата звернення: 13.11.2016).

388. Scilly M. Four Types of Corporate Social Responsibility. URL:<http://smallbusiness.chron.com/four-types-corporate-social-responsibility-54662.html> (дата звернення: 23.09.2017).

389. Senawi, Asma Azalina, Nor Abdul RahmanYusnita, Nurulani Ahmad@Mohamed & Siti Fairuz Che Pin Corporate social responsibility practices among Malaysia top property developers. URL: <https://worldconferences.net/proceedings/icssr2016/fullpapers/IC%20193-%20CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20PRACTICES%20AMONG%20MALAYSIA%20TOP%20PROPERTY%20DEVELOPERS%20-%20ASMA%20SENAWI3.pdf> (дата звернення: 11.02.2017).

390. Survey of the economic benefits and long-term effects of corporate social responsibility on business. URL: [http://www.ey.com/lt/en/home/pr\\_survey-of-the-economic-benefits-and-long-term-effects-of-corporate-social-responsibility-on-business](http://www.ey.com/lt/en/home/pr_survey-of-the-economic-benefits-and-long-term-effects-of-corporate-social-responsibility-on-business) (дата звернення: 31.10.2016).

391. Sweden leads by example in corporate responsibility. Facts about Sweden. *Swedish Institute*. 2011 URL: [www.sweden.se](http://www.sweden.se)(дата звернення: 14.07.2017).

392. The Swedish Government policy for corporate social responsibility. Fact sheet. 2016. Ministry of Enterprise and Innovation. URL: [www.government.se](http://www.government.se).(дата звернення: 14.07.2017)

393. Visser W. Corporate Social Responsibility in Developing Countries. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford: Oxford University press, 2008.

394. Waldman D, Siegel D & Javidan, M, CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility, *Working Paper, Rensselaer Polytechnic Institute*, 2004.

395. What is CSR? URL: <http://accsr.com.au/what-is-csr/> (дата звернення: 13.11.2016).

396. Why fundraising should be central to your CSR Strategy. URL: <http://blog.justgiving.com/why-fundraising-should-be-central-to-your-corporate-social-responsibility-strategy/> (дата звернення: 03.08.2017).

397. Zahid M. Ghazali Z., Ur Rahman, H. Corporate Sustainability Practices and Reporting: A Case of Malaysian Real Estate Investment Trusts and Property Listed Companies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2016, 6(2), 688-693.

# ДОДАТКИ

## Розуміння компаніями сутності соціальної відповідальності бізнесу

Назва компанії	Країна походження	Розуміння КСВ/ заходи з реалізації
1	2	3
Accenture	Ірландія	прагне бути відповідальним корпоративним громадянином, орієнтованим на мінімізацію впливу на навколишнє середовище та надання допомоги особам у всьому світі, щоб вони набули навичок, які дадуть їм змогу брати участь і робити свій внесок у розвиток економіки країни
CISCO	США	створення довгострокових цінностей. Програми КСВ призначені для забезпечення довгострокових вигод для співробітників, клієнтів, акціонерів, партнерів та людей у всьому світі. Вони зосереджені на трьох основних сферах: персонал, навколишнє середовище, соціальні інвестиції
Ernst and Young	Великобританія	створення перспектив в епоху змін. Вони розробили бізнес-стратегію, яка ґрунтується на тісній взаємодії зі своїми співробітниками, клієнтами та суспільством, щоб допомогти їм реалізувати свій потенціал
Microsoft	США	мета політики корпоративного громадянства – визначати свої відповіді на найбільш нагальні економічні, соціальні та екологічні проблеми

Продовження додатку А

1	2	3
Nestle	Швейцарія	створення основних цінностей компанією «Нестле» є фундаментальною основою ведення бізнесу, яка орієнтована на основні види діяльності компанії, а саме: використання води, харчування і розвитку аграрних регіонів, де цінності можуть найкращим чином бути створені як для суспільства, так і акціонерів
Novo Nordisk	Данія	вважає, що здорова економіка, навколишнє середовище і суспільство мають основоположне значення для довгострокового успіху в бізнесі. Саме тому вони будують свій бізнес на основі принципу потрійної лінії (Triple Bottom Line), а також роблять істотний внесок у вирішення глобальних проблем, таких як цукровий діабет, зміна клімату, природних ресурсів, подолання дисбалансу соціального розвитку й економічне процвітання
Астеліт	Україна	відповідально ставиться до своїх абонентів, держави і суспільства, до потреб громадян, питань збереження навколишнього середовища і природних багатств. Соціально-відповідальний бізнес – це перш за все бізнес, який відповідає за якість свого продукту перед кінцевим споживачем

Продовження додатку А

1	2	3
Систем Кепітал Менеджмент	Україна	побудувати успішний і прибутковий бізнес і бути відповідальним корпоративним громадянином – цілі, які доповнюють одна одну. Ці цілі лежать в основі стратегії Групи «СКМ». Будучи однією з найбільших бізнес-груп, вона усвідомлює масштаб свого впливу на соціальний та економічний розвиток України та визнає свої зобов'язання перед суспільством. При цьому вона не підмінює своєю діяльністю зобов'язання держави перед громадянами
Галнафтогаз	Україна	акціонери, так і менеджмент компанії мають спільне бачення щодо підприємства. «Концерн Галнафтогаз» – це прогресивна, сучасна, відкрита і прозора компанія, яка у своїй діяльності орієнтується на кращі європейські і світові стандарти
ДТЕК	Україна	масштаби та динаміка розвитку компанії дають змогу не тільки ставити і вирішувати амбітні виробничі завдання, а й співвідносити методи їх вирішення з їх відповідальністю перед суспільством.
Київстар	Україна	СВБ – це принцип роботи компанії, за якого вона вважає важливим і необхідним брати участь у розвитку українського суспільства і держави в цілому

Додаток Б

Динаміка середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності у 2010-2016 роках  
(у розрахунку на одного штатного працівника, грн.)

Вид діяльності	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Усього</b>	<b>2250</b>	<b>2648</b>	<b>3041</b>	<b>3282</b>	<b>3480</b>	<b>4195</b>	<b>5183</b>
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	1467	1852	2094	2344	2556	3309	4195
з них сільське господарство	1422	1786	2024	2269	2476	3140	3916
Промисловість	2578	3119	3497	3774	3988	4789	5902
Будівництво	1777	2294	2543	2727	2860	3551	4731
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	1898	2371	2739	3049	3439	4692	5808
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	2648	3061	3405	3582	3768	4653	5810
наземний і трубопровідний транспорт	2357	2706	2977	3181	3541	4172	5265
водний транспорт	2781	3058	2908	3340	3622	5076	6974
авіаційний транспорт	6947	8917	9996	10642	11967	18470	24688
складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту	2976	3427	3848	4040	4231	5358	6603
поштова та кур'єрська діяльність	1521	1693	1845	1917	1934	2180	2818
Тимчасове розміщення й організація харчування	1424	1750	2020	2195	2261	2786	3505
Інформація та телекомунікації	3185	3705	4360	4659	5176	7111	9530
Фінансова та страхова діяльність	4695	5433	6077	6326	7020	8603	10227
Операції з нерухомим майном	1864	2184	2384	2786	3090	3659	4804
Професійна, наукова та технічна діяльність	2914	3575	4287	4505	5290	6736	8060
з неї наукові дослідження та розробки	2901	3296	3805	4059	4268	4972	6119
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1826	2162	2298	2546	2601	3114	3995
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	2735	3049	3432	3719	3817	4381	5953
Освіта	1884	2077	2532	2696	2745	3132	3769
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1616	1762	2186	2351	2441	2829	3400
з них охорона здоров'я	1624	1768	2204	2374	2463	2853	3435
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2129	2394	3017	3343	3626	4134	4844
діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	1905	2096	2611	2934	2841	3150	3828
функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	1912	2124	2579	2737	2769	3049	3705
Надання інших видів послуг	1742	2062	2601	2738	3361	3634	4615

Дані за 2010-2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя, починаючи з 2015 року – також без частини зони проведення антитерористичної операції.

*Наукове видання*

**Марина Миколаївна Дєліні**

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ  
ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

**Монографія**

Публікується в авторській редакції

Підписано до друку 26.12.2017 р. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.  
Ум.-друк. арк. 18,5. Наклад 300 екз. Замовлення №3.  
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавець Донбаська державна машинобудівна академія  
вул. Академічна, 72, м. Краматорськ, 84333  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК №1633 від 24.12.2003

Виготовлювач – ТОВ «Краматорська типографія»  
вул. Академічна, 9, м. Краматорськ, 84333