

**Чижишин О. І.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін  
Чортківського навчально-наукового інституту підприємництва і бізнесу  
Тернопільського національного економічного університету*

**Chyzyshyn O. I.**

*Candidate of Economic Sciences,  
Docent of Department of Fundamental and Special Subjects  
of Educational and Scientific  
Chortkiv Institute of Entrepreneurship and Business  
of Ternopil National Economic University*

## **ЗНАЧЕННЯ І СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

### **THE MEANING AND ESSENCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY UNDER CONDITIONS OF THE MARKET ECONOMY**

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню сутності та необхідності застосування соціальної відповідальності у вітчизняному бізнесі. Запропоновано низку заходів для вдосконалення податкової системи, відродження галузей промислового виробництва, покращання якості та безпечності вітчизняної продукції, поліпшення експортно-імпортних стосунків із країнами ЄС.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, бізнес, ринкова економіка, соціальні ініціативи, бухгалтерський облік, економічні результати, продуктивність праці.

**Вступ та постановка проблеми.** Нині в умовах глобальної економіки до організації підприємницької діяльності висуваються нові, більш суворі вимоги. Є дві мети, задля яких здійснюється господарська діяльність: перша полягає в отриманні прибутку, а друга – в одержанні соціального ефекту. Останній досягається, переважно, державою, певними неприбутковими та благодійними організаціями, фондами. Решта видів підприємств спрямовують свої зусилля на отримання сум прибутку і не прагнуть до другої мети. Подібна ситуація провокувала створення відповідних підприємств, що за мінімальних витрат намагались отримати максимальні суми прибутків і робили таке за рахунок погіршення якості готової продукції (товарів, робіт, послуг). Через згадані вище обставини підприємство не може прагнути тільки першої мети, а й зобов'язане виконувати другу. Негативні наслідки діяльності людини разом із її бажанням допомогти суспільству створили передумови для утвердження соціальної відповідальності бізнесу.

Відповідальна поведінка бізнесу пов'язана із вирішенням проблем екологічного та соціального характеру, оскільки саме однією із причин їх виникнення стала діяльність як великих корпорацій, так і невеликих фірм. Потреба постійного збагачення «людини економічної», отримання вигоди в поєднанні з опортуністичною поведінкою дали поштовх до утворення великих виробничих утворень, а зосередження в їх власності значних фінансових ресурсів сприяло суттєвому розширенню сфери впливу підприємств на розвиток суспільства. Саме тому вирішення соціальних, економічних та екологічних питань можливе за умови спільних зусиль існуючих інституційних утворень у процесі формування соціально відповідальної діяльності, де підприємства відіграють важливу роль.

Підприємства є організаціями, які утворюють люди (його засновники та працівники) та які взаємодіють із людьми (постачальниками, покупцями, споживачами, місцевою громадою). Їх господарська діяльність чинить безпосередній та опосередкований вплив на зовнішнє і внутрішнє середовище, який може бути як позитивним, так і негативним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням соціальної відповідальності займаються видатні вчені з часів Сократа й Аристотеля, сучасними ж дослідниками даної проблеми є Буян О.А., Грішнова О.А., Деркач В.А., Євтушенко В.А., Єлагін В.П., Жук В., Колот А.М., Посохов І.М., Шаповал В.М.

Соціальні ініціативи, направлені на підтримку добробуту громади та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, що є одним із інтересів суспільства, формують довіру з боку населення до діяльності бізнесу й опосередковано впливають на підвищення попиту на продукцію чи послуги.

Отже, соціальна відповідальність необхідна бухгалтеру для якісного ведення обліку та формування фінансової звітності, підприємцю – для гарантій одержання прибутку, а суспільству – для збереження моральних норм, прав та свобод громадян.

Це дає нам підстави стверджувати, що в економіці з'являється третя мета як симбіоз двох попередніх. Суть її в тому, що підприємство зобов'язане нести соціальну відповідальність за власну підприємницьку діяльність, а отже, частину свого прибутку воно має спрямовувати на досягнення соціального ефекту.

**Метою** даної роботи є дослідження сутності та необхідності застосування соціальної відповідальності у вітчизняному бізнесі.

**Результати дослідження.** Донедавна соціальними питаннями переважно займалась держава, а підприємство

лише сплачувало податки й очікувало за це від неї захисту власних інтересів. Як писав батько політичної економії, англійський економіст А. Сміт (1723–1790), держава виконує функцію так званого «сторожового пса». Проте нині соціально свідомим має бути передусім підприємство, стежити не тільки за процесом формування сум прибутку, а й спрямовувати його відповідну частку на забезпечення соціального ефекту (рис. 1).

Які переваги це забезпечить за різними напрямками економічного розвитку підприємства? Зокрема, що:

- *економіки і маркетингу*: підвищується імідж підприємства, що приваблює нових споживачів та інвесторів;
- *управління персоналом*: поліпшується якість роботи персоналу, адже він відчуває себе більш захищеним;
- *обліку і звітності*: правдиве відображення даних у фінансовій звітності за рахунок покращання соціальної свідомості працівників облікової служби, а також визначення відповідних загальних показників, які можна згодом деталізувати у нефінансовому звіті,

котрий дає змогу прогнозувати соціальну безпеку на майбутнє;

– *оподаткування*: держава повинна зменшити суми податків і платежів для підприємств, що впроваджують у свою діяльність соціальні стандарти, так, щоб ці підприємства могли більше свого прибутку спрямовувати на соціальну безпеку власного бізнесу або соціально незабезпеченим верствам населення.

Отже, ще в XIX ст. актуалізуються ідеї, започатковані американським економістом, основоположником інституціоналізму в економічній теорії Т.Б. Вебленом (1857–1929), який виявив суттєвий вплив соціальних явищ на політичну економію. Звісно, погляди цього науковця відмінні від сучасних, адже сьогодні творить новітні дефініції, моделі та способи їх застосування.

У вітчизняному бізнесі соціальна відповідальність не займає належного місця, адже він характеризується високим рівнем застосування тінювих операцій і низькою інвестиційною привабливістю. Проте розпочаті в Україні

політичні зміни та майбутні реформи є основою для посилення контролю дотримання цивілізованих правил функціонування ринкової економіки, застосування злочинних схем відмивання брудних коштів.

Для прикладу, розглянемо відому піраміду А. Маслоу, з якої можна зробити висновок, що соціальна відповідальність належить не до інстинктивних чи фізичних потреб людини, а до вищих – моральних, що спонукають її до творчого самовдосконалення (рис. 2).

Ми згодні з професором А.М. Колодом, який вважає, що до об'єктивних причин доцільності підвищення соціальної відповідальності всіх суб'єктів економічної діяльності та інститутів суспільства слід відносити:

- втрату стійкості економічного розвитку, що потребує формування нових опор і задіяння нових чинників економічної динаміки;
- поглиблення асиметрії економічного та соціального розвитку, яка дедалі більше загрожує економічній і соціальній безпеці;
- посилення проблеми конкурентоспроможності, що обумовлює пошук нових способів і засобів набуття конкурентних переваг;
- заострення конкуренції за ресурси стійкого розвитку, особливо за найбільш цінні та продуктивні – людські;
- послаблення соціокультурних, моральних настанов соціальної діяльності більшості суб'єктів підприємництва;
- поширення ліберальних концепцій соціально-трудової сфери, часті прояви десоціалізації стосунків у сфері праці;
- превалювання концепції «людини економічної» над концепціями «людини соціальної» та «людини соціально відповідальної», неадекватне розуміння діалектики економічного й



Рис. 1. Основні переваги від упровадження соціальної відповідальності  
Джерело: розробка автора

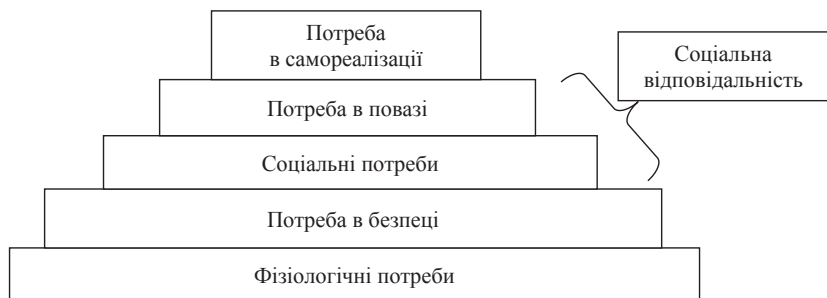


Рис. 2. Місце соціальної відповідальності в теорії А. Маслоу [1, с. 204]

соціального розвитку багатьма представниками як бізнесу, так і владних структур;

– ерозію «культури солідарності», нерідкі випадки формування так званого *суспільства індивідів*;

– посилення екологічних проблем, що близькі до катаклізмів регіонального та національного масштабів [2, с. 75].

Отже, соціальна відповідальність не є модним трендом, а вимогою часу, що формувалась століттями, умовою виживання людини у ХХІ ст. Етимологія слова «соціальна відповідальність» нині уже повністю сформована, однак потрібен стандарт, норматив чи закон, котрий давав би чітке трактування суті соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність – це зобов'язання щодо виконання тих чи інших моральних, етичних, економічних, екологічних норм, що встановлені державою, суспільством до підприємства, недотримання яких вимагає від порушника відповідати за свої помилки та провини.

Соціальна відповідальність бізнесу виникає у зв'язку з діяльністю низки суб'єктів, що відповідним чином впливають на об'єкти у соціальній сфері.

До об'єктів соціальної відповідальності бізнесу відносять необоротні і оборотні активи, зобов'язання, капітал, витрати та доходи, що пов'язані з виконанням певних соціальних заходів.

Суб'єктами соціальної відповідальності бізнесу вважають власників підприємства (організації, закладу), його менеджерів та рядових працівників, акціонерів, а також представників державних і місцевих органів влади, громадських організацій, підрядників, субпідрядників, замовників, покупців та ін.

Слід мати на увазі й те, що соціальна відповідальність є не лише способом контролю, вона є життєутворюючим елементом діяльності особи. У будь-якій ситуації людина обирає власний, притаманний тільки їй спосіб поведінки. Цей вибір зумовлений її світоглядом, потребами, інтересами, переконаннями, морально-етичними особливостями характеру. При цьому відповідальність проявляється як міра свободи: якщо сутність свободи полягає в наявності альтернатив, вибору, то відповідальність є нічим іншим як оцінкою вибору, вчинків, рішень, їх користі чи шкоди для суспільства й навколишнього середовища. Під впливом домінуючих у суспільстві норм, звичаїв, традицій, а також світогляду, внутрішніх переконань у людини формується власна оцінка вчинків, думок, дій, тобто власне бачення соціальної відповідальності.

Держава в особі органів державної влади повинна бути зацікавленою в тому, щоб представники суспільства, роздумуючи над здійсненням своїх дій, урахували можливі втрати та шкоди для держави – інституту, який впливає на життя всіх без винятку мешканців. Це пов'язано з тим, що держава отримує від соціально відповідальної діяльності її представників значно вищу вигоду, ніж тоді, коли перекадатиме зобов'язання вирішувати проблеми з ліквідації негативних наслідків діяльності на себе. Пов'язано це з економією видатків державного бюджету на соціальні потреби. Оскільки, наприклад, очистити забруднену воду, яка використовувалась в технологічних цілях на підприємстві значно дешевше, ніж очистити водні басейни Землі від промислових стоків. Іншим прикладом можна вважати витрати держави із ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській атомній електростанції. Тому державний контроль у поєднанні зі стимулами до соціально відповідальної поведінки представників суспільства повинен стати прерогативою у діяльності державних інститутів.

Зацікавленими в діяльності підприємства можуть бути як внутрішні, так і зовнішні сторони. До зацікавлених

сторін можна віднести менеджерів, співробітників, клієнтів, інвесторів, акціонерів та постачальників. Також до них можна включити уряд, суспільство в цілому та місцеві громади. Всі ці сторони впливають на:

– використання природних ресурсів як частини виробничих процесів;

– конкуренцію у відносинах з іншими організаціями на ринку;

– створення можливостей для працевлаштування;

– розподіл багатства, створеного в рамках фірми для власників фірми;

– екологічні чинники [3, с. 28–29].

До основних представників зовнішніх організацій можна віднести конкурентів, постачальників, споживачів, громадські організації, що спонукають підприємницьку діяльність до розвитку. Зовнішні організації формують середовище, в якому виростає новий бізнес.

Виходячи із зазначеного, варто зауважити, що соціальна відповідальність бізнесу визначається такими положеннями:

– виконання укладених умов договору щодо постачання оборотних і необоротних активів;

– випуск якісної продукції чи надання послуг для дотримання стандартів якості з метою задоволення потреб споживача згідно із Цивільним кодексом України, Законом України «Про захист прав споживачів», Правилами побутового обслуговування населення;

– встановлення оптимальної ціни на продукцію, товари, послуги відповідно до вимог ринку;

– виконання етичних норм при формуванні договорів та реалізації продукції із зовнішніми суб'єктами;

– дотримання екологічних вимог із метою збереження довкілля;

– провадження здорової конкуренції відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції»;

– контроль держави над формуванням здорової конкуренції з метою розвитку ринкової економіки та створення умов для посилення громадського контролю.

Соціальна відповідальність перед зовнішніми організаціями повинна бути не лише примусовим законодавчим явищем, але й внутрішньою свідомістю кожного підприємця, кожного працівника. Лише спільними зусиллями зовнішніх організацій та персоналу підприємств можна побудувати економічно розвинену державу.

Основні результати діяльності з утвердження соціальної відповідальності Європейської Комісії викладені у стратегії «Європа-2020», резолюції щодо соціальної відповідальності «Внесок корпоративної соціальної відповідальності у сталий розвиток». Приписи даних документів передбачають підготовку висококваліфікованих працівників, сприяння зростанню рівня зайнятості та створення робочих місць; боротьбу зі зміною клімату, розвиток «зелених технологій», збільшення частки поновлювальної енергії, зменшення викидів забруднюючих речовин.

**Висновки.** Таким чином, основними ініціативами, які свідчать про соціально відповідальну діяльність підприємств, є:

– виробництво якісної, безпечної для споживання та довкілля продукції (удосконалення технології виробництва, запровадження наукових досліджень і використання раціональних моделей продукції, технічне оснащення господарських процесів);

– своєчасне виконання взятих зобов'язань за договорами та угодами між партнерами;

– проведення заходів щодо уникнення дискримінації в процесі праці та її оплати (виплата заробітної плати працівникам відповідно до їх трудових обов'язків, мотивація

працівників у відповідності до їх досягнень у трудовій діяльності; виконання соціальних гарантій перед працівниками, у тому числі на формування соціального пакету; навчання, підготовка, підвищення кваліфікації працівників, утримання об'єктів соціальної інфраструктури тощо);

– створення безпечних для життя і здоров'я працівників умов праці (придбання, експлуатація необоротних активів, призначених для охорони праці; захист працівників від шкідливих факторів виробництва; навчання правилам поведінки з охорони праці та техніки безпеки);

– надання благодійної допомоги незахищеним верствам населення, створення проектів, метою яких є вирішення конкретної проблеми, поширеної для цільової громади (наприклад, допомога при боротьбі з ВІЛ/СНІД, туберкульозом), розробка заходів із захисту довкілля, біорізноманіття.

Дані заходи дадуть змогу попередити втрати підприємств у формі штрафів за завдані суспільству збитки, податкових платежів за використані ресурси, забруднення природних оболонок Землі, створити позитивну репутацію та розширити ринки збуту.

#### Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф Котлер. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Колот А.М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : [монографія] / За наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
3. Даниленко О.А. Управління соціальною відповідальністю організації / О.А. Даниленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/973/1/Danylenko.pdf>.

**Анотація.** Стаття посвячена дослідженню сутності і необхідності застосування соціальної відповідальності в українському бізнесі. Представлено ряд заходів для удосконалення податкової системи, відродження окремих галузей промислового виробництва, покращення якості та безпеки української продукції, покращення експортно-імпортних відносин з країнами ЄС.

**Ключевые слова:** соціальна відповідальність, бізнес, ринкова економіка, соціальні ініціативи, бухгалтерський учёт, економічні результати, продуктивність праці.

**Summary.** Article deals with investigation the essence and necessity of application of social responsibility in our domestic business. The system of measures is offered for improving the tax system, revival of industrial sectors, improving the quality and safety of domestic products, improvement of export-import relations with EU countries.

**Key words:** social responsibility, business, market economy, social initiatives, accounting, economic results, productivity.