

УДК: 334.012.64 (477)

JEL Classification: M21

doi: 10.31767/nasoa.1-2.2020.06

Т. Г. БОНДАРУК,

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Національна академія статистики, обліку та аудиту,
e-mail: bondaruk55@ukr.net,
ORCID: 0000-0001-9410-6428,
Researcher ID: Q-5166-2016;*

І. С. БОНДАРУК,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
e-mail: bondaruk_igor@ukr.net,
ORCID: 0000-0001-8960-7973,
Researcher ID: H-7577-2017*

Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу

Поглиблено теоретичні засади формування економічної природи організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Доведено, що економічну основу механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу складають державне регулювання, спільне регулювання та саморегулювання соціальної відповідальності бізнесу. Запропоновано авторське визначення організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу як системи організаційних та економічних заходів впливу, які спрямовані на організацію взаємодії суб'єктів бізнесу та держави для розвитку соціальної відповідальності та здійснюються на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур з метою досягнення сталого розвитку через формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства.

Ключові слова: *соціальна відповідальність, організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу, державне регулювання соціальної відповідальності бізнесу, спільне регулювання соціальної відповідальності бізнесу, саморегулювання соціальної відповідальності бізнесу.*

T. BONDARUK,

*Dsc (Economics), Professor,
Head of Department for Finance, Banking and Insurance,
National Academy of Statistics, Accounting and Audit;*

I. BONDARUK,

*PhD (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of Marketing and Management Department,
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University;*

The Economic Nature of the Organizational and Economic Mechanism for Corporate Social Responsibility of Business

The issue of theoretical foundations of the economic nature of the organizational and economic mechanism of social responsibility of business is elaborated on. It is demonstrated that the organizational and economic basis for the mechanism designed to regulate corporate social responsibility is consisted of government regulation, shared regulation and self-regulation of corporate social responsibility. The central objectives of the regulatory policy of corporate social responsibility are highlighted: to engage business entities in solving social

© Т. Г. Бондарук, І. С. Бондарук, 2020

and economic problems; to introduce the innovation-driven model for fostering the social responsibility; to create new jobs and reduce unemployment.

The authors' definition of the organization and economic mechanism for corporate social responsibility is proposed: a set of organizational and economic measures aimed to trigger interactions between business entities and the state for fostering social responsibility, implemented through regulatory acts and on the business entities' initiative, in order to attain the sustainable development through creating partner relations of the state, business and society.

It is demonstrated that the organizational and economic mechanism for corporate social responsibility constitutes a multi-tier hierarchical system of organizational and economic components (functional components: entities, objects, principles), tools for mechanism implementation (tools of organizational, economic and social nature), and methodological support (administrative, economic, index and rating methods).

Keywords: *social responsibility organizational and economic mechanism for corporate social responsibility, government regulation of corporate social responsibility, shared regulation of corporate social responsibility, self-regulation of corporate social responsibility.*

Актуальність теми дослідження. Проблематика формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні набуває все більшої актуальності. Це зумовлено, з одного боку, ключовим значенням соціальної відповідальності для успішного функціонування сфери бізнесу, а з іншого – усе ще недостатнім ступенем розробленості відповідної проблематики у вітчизняній науці, недостатньою зорієнтованістю досліджень на практичні потреби розвитку соціальної відповідальності бізнесу в країні.

Інтерес до дослідження проблем соціальної відповідальності бізнесу зростає, оскільки він є не тільки одним із дієвих чинників економічного зростання, а й сприяє соціально-політичній стабілізації в суспільстві. У сучасних теоріях економічного розвитку важливе значення надається так званій підприємницькій моделі економічного розвитку, сутність якої полягає у тому, що бізнес має величезний потенціал для стабілізації та зростання економіки країни, що й обумовлює актуальність та необхідність подальшого дослідження економічної природи організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом ведуться дослідження, що стосуються розвитку та функціонування бізнесу. Ці проблеми аналізували вітчизняні вчені О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова, Л. С. Селіверстова та ін. Проте стан теоретичних і методичних розробок учених у галузі створення організаційних умов для розвитку бізнесу не дозволяє сьогодні державним органам управління ефективно впливати на процеси становлення і розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Опрацювання наявних вітчизняних джерел переконує, що складові частини цієї сфери аналізу мають простір для подальшого розгортання досліджень. Представлені наукові результати потребують узагальнення, врахування нових фактів стосовно розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, удосконалення його організаційно-економічного механізму враховуючи поточні тенденції господарського життя, розбудови державності й соціально-економічної системи країни.

Метою статті є розроблення теоретичних засад формування економічної природи організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу.

Основні результати дослідження. Відносини між державою та сектором бізнесу з приводу регулювання процесів його розвитку складаються із заходів державної підтримки бізнесу, безпосередньо спрямованих на активізацію зростання сектору малого підприємництва, і заходів державного економічного та організаційно-правового регулювання бізнесу, спрямованих на регламентацію діяльності його суб'єктів у суспільних інтересах. Державна підтримка і державне економічне та організаційно-правове регулювання мають вирішальний вплив на створення засад для становлення та розвитку підприємництва.

Розглядаючи соціальну відповідальність бізнесу, відзначимо, що “відповідальність як філософсько-соціологічна категорія показує об'єктивно необхідні відносини між особистістю та суспільством на основі їх взаємних зобов'язань, які реалізуються у свідомій та вольовій поведінці й діяльності, регуляторних механізмах” [1, с. 29].

Вважається, що соціальна відповідальність є “категорією для визначення ступеня вільного прояву соціальним суб’єктом свого обов’язку і права вибирати в конкретних умовах оптимальний варіант ставлення до дійсності, виходячи з прогресивних інтересів суспільства” [2, с. 8]. Дається характеристика важливої складової соціальної відповідальності – соціального суб’єкта, який є сукупністю суб’єктів соціуму: окремої людини, особистого, колективу, соціальної спільноти, суспільства. Об’єктом соціальної відповідальності виступають різні акти діяльності, поведінкові практики, що реалізуються в системі суспільних відносин [1, с. 29]. Існує думка, що “соціальна відповідальність бізнесу – це добровільна діяльність, спрямована на стійкий розвиток суб’єкта господарювання по добродійному виконанню міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у рамках соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов’язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості в цілому), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки” [3, с. 15]. Таке трактування є досить ґрунтовним, оскільки враховує задоволення як економічних, так і соціальних потреб зацікавлених суб’єктів у цьому процесі. Проте відзначимо, що така діяльність може бути як добровільною, так і організованою шляхом прямого регуляторного впливу держави на бізнес для формування його соціальної відповідальності.

Світова практика має досвід формування різних моделей соціально відповідального бізнесу залежно від національних і культурних особливостей, серед яких найбільш поширеними є такі моделі: європейська, англо-американська, азійська, африканська [4, с. 113].

Розглядаючи процеси регулювання соціальної відповідальності бізнесу, відзначимо особливе місце держави у цих процесах. Якщо держава добровільно передає частину соціальних функцій суб’єктам бізнесу, вона використовує насамперед регуляторний підхід. Проте останній передбачає визначальну роль держави як регулятора соціальної відповідальності бізнесу. При цьому держава формує нормативні зобов’язання для суб’єктів бізнесу, що порушує принцип добровільності соціальної відповідальності бізнесу.

Як вважає М. Фрідман, оскільки ефективний суспільний контроль над соціальною відповідальністю бізнесу неможливий, тоді лише держава може здійснювати регулювання соціальної відповідальності бізнесу. Тому розвиток соціальної відповідальності бізнесу призводить до формування суперечностей із принципами ринкової економіки і, врешті-решт, до необхідності втручання держави у діяльність бізнесу [5, с. 33].

Європарламент характеризує корпоративну соціальну відповідальність як певну сукупність добровільних ініціатив, законодавчих вимог і обов’язкових до виконання умов [6].

Основними завданнями регуляторної політики соціальної відповідальності бізнесу є: забезпечення активної участі суб’єктів підприємництва у розв’язанні соціально-економічних проблем, запровадженні інноваційної моделі розвитку соціальної відповідальності; створення нових робочих місць та зниження рівня безробіття.

Організаційно-економічна основа механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу базується як на державному регулюванні, так і на спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу та на саморегулюванні соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1).

При спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу держава ініціює розвиток цієї відповідальності, а також відповідну регуляторну політику, яка узгоджується з бізнесовими структурами. В такому разі соціальна відповідальність бізнесу здійснюється на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур.

При саморегулюванні держава не має впливу на процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу і, зважаючи на це, рішення про розроблення заходів щодо напрямів соціальної відповідальності бізнесу приймаються бізнесовими структурами самостійно.



Рис. 1. Організаційно-економічна основа механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: складено авторами

Поняття “економічний механізм” трактують як “сукупність взаємозалежних важелів і методів впливу на виробництво, обмін, розподіл і споживання продуктів” [7, с. 267]. Проте таке визначення обмежується процесами “виробництва, обміну, розподілу і споживання продуктів” і не враховує інші економічні та соціальні інтереси людей. Існують трактування економічного механізму, який “діє через економічні інтереси як усвідомлені матеріальні потреби людей і складається з комплексу економічних законів, принципів, способів, методів, важелів, нормативів, показників, за допомогою яких реалізуються об’єктивні економічні закони” [8, с. 42–43]. В. Москаленко трактує “економічний механізм” як “одну зі складових його господарського механізму”, відзначаючи, що цей механізм “є сукупністю економічних методів, способів, форм, інструментів, важелів діяння на економічні відносини і процеси, що відбуваються на підприємстві” [9, с. 20].

Організаційно-економічний механізм підприємства визначають як “систему формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів” [10]. У цьому трактуванні, на відміну від попередніх, враховано як матеріальні, так і духовні потреби членів суспільства. Власний погляд на механізм управління з позицій соціальної відповідальності має Е. Коротков, який пропонує розглядати його як сукупність мотивів трудової активності персоналу, які визначають як саму можливість, так і ефективність управління, та від яких залежить сприйняття впливу, та вважає, що механізм управління має включати “інтереси людини, її цінності, соціально-психологічні установки, застереження, прагнення

(індивідуальні цілі), почуття обов’язку” [11, с. 91]. Вважаємо, найбільш вдалим трактування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу як сукупності “управлінських дій, спрямованих на організацію взаємодії між елементами системи управління соціальною відповідальністю (принципів, методів, функцій та інструментів) з метою досягнення економічних інтересів підприємства із врахуванням особливостей його зовнішнього та внутрішнього середовища” [3, с. 15].

Розглянувши організаційно-економічну основу механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу та наукові розробки учених і практиків з цієї проблематики, можна запропонувати власне його визначення.

Вважаємо, що організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу – це система організаційних та економічних заходів впливу, які спрямовані на організацію взаємодії суб’єктів бізнесу та держави для розвитку соціальної відповідальності та здійснюються на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур з метою досягнення сталого розвитку через формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства.

Організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу включає: мету, об’єкт, суб’єкти, принципи, функціональні компоненти, інструментарій реалізації та методологічне забезпечення (рис. 2).

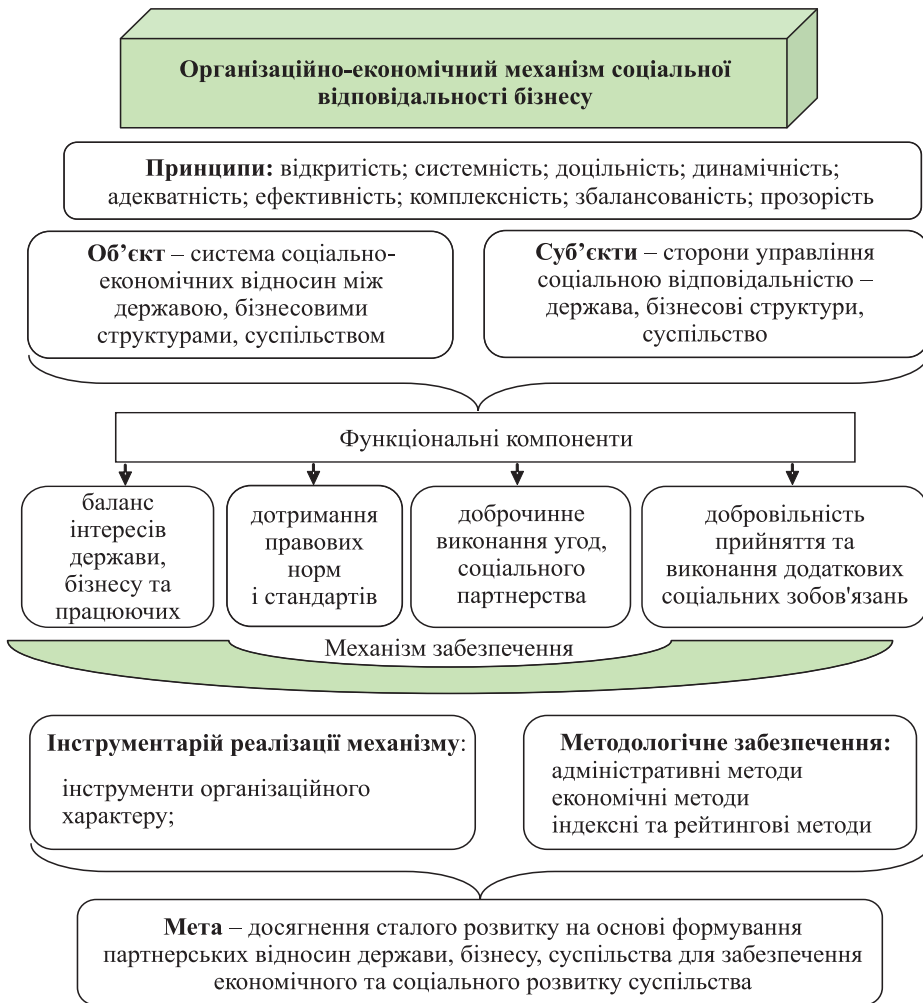


Рис. 2. Структурно-логічна схема організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу

Джерело: розроблено авторами

Вважаємо, що основною метою функціонування організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу є досягнення сталого розвитку на основі формування партнерських відносин держави, бізнесу, суспільства для забезпечення економічного та соціального розвитку суспільства. Система соціально-економічних відносин, яка формується в процесі діяльності між державою, бізнесовими структурами, суспільством, є об'єктом механізму, а його суб'єктами – різні сторони управління соціальною відповідальністю, зокрема такі як держава, бізнесові структури, суспільство.

Механізм соціальної відповідальності бізнесу формується на основі принципів соціальної відповідальності, таких як: відкритість; системність; значущість; недопущення конфліктів [12, с. 43]; доцільність; динамічність; адекватність; ефективність; комплексність; збалансованість; передбачуваність; прозорість та врахування громадської думки [13, с. 52]; системність; суспільна значимість; комплексність; транспарентність; підзвітність; включення всіх заходів до основної господарської діяльності; суттєвість заходів; встановлення зворотного зв'язку [14, с. 21]. Вважаємо, що всі ці принципи мають бути враховані при формуванні механізму соціальної відповідальності бізнесу, проте ключовими, на нашу думку, є такі: відкритість, системність, доцільність, динамічність, адекватність, ефективність, комплексність, збалансованість, прозорість.

Структура механізму соціальної відповідальності бізнесу також включає функціональні компоненти: інструментарій реалізації механізму (інструменти організаційного, економічного, соціального характеру); методологічне забезпечення (адміністративні, економічні, індексні та рейтингові методи).

Висновки. Обґрунтовано, що соціальна відповідальність бізнесу є не тільки одним із дієвих чинників економічного зростання, а й сприяє соціально-політичній стабілізації в суспільстві та передбачає формування механізму її забезпечення. Доведено, що економічну основу механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу складають державне регулювання, спільне регулювання та саморегулювання соціальної відповідальності бізнесу.

При державному регулюванні держава здійснює прямий регуляторний вплив на бізнес для формування його соціальної відповідальності, залучення бізнесу до соціальної відповідальності здійснюється шляхом регуляторної політики держави. При спільному регулюванні соціальної відповідальності бізнесу держава ініціює розвиток цієї відповідальності, а також регуляторну політику в цій сфері, яка узгоджується з бізнесовими структурами, при цьому соціальна відповідальність бізнесу здійснюється на основі регуляторних актів держави та з ініціативи бізнесових структур. При саморегулюванні держава не має впливу на процес розвитку соціальної відповідальності бізнесу і рішення про розроблення заходів щодо напрямів соціальної відповідальності бізнесу приймаються бізнесовими структурами самостійно.

Запропоновано авторське визначення організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Обґрунтовано, що організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності бізнесу є різнорівневою ієрархічною системою організаційних та економічних компонентів (функціональних компонентів; суб'єктів, об'єктів, принципів), інструментарію реалізації механізму (інструменти організаційного, економічного, соціального характеру) і методологічного забезпечення (адміністративних, економічних, індексних та рейтингових методів).

Формування організаційно-економічної основи механізму регулювання соціальної відповідальності бізнесу підтверджує необхідність подальшого наукового обґрунтування інструментарію оцінювання його ефективності.

Список використаних джерел

1. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): моногр. Донецьк, 2013. 296 с.
2. Плахотный А. Ф. Проблема социальной ответственности. Х.: Вища школа, 1981. 190 с.

3. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу // Економіка та держава. 2019. № 7. С. 13–16.
4. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Державне регулювання розвитку малого бізнесу і його соціальної відповідальності // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2019. № 3. С. 111–119. Doi:10.31767/nasoa.3.2019.10.
5. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine, 1970, September 13, pp. 32–33, 122–126.
6. Хоуит Р. Взгляд Европарламента на будущее социальной ответственности. SEAL. 2003. Зима. С. 42–43.
7. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. К.: Знання, 2007. 1072 с.
8. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: моногр. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
9. Москаленко В. П., Шипунова О. В. Финансово-экономический механизм промышленного предприятия: научно-методическое издание. Под ред. В. П. Москаленко. Сумы: Довкілля, 2003. 176 с.
10. Лисенко Ю. Єгоров П. Організаційно-економічний механізм управління підприємством // Економіка України. 1997. № 1. С. 86–97.
11. Коротков Э. М. Концепция менеджмента: учеб. пособ. М.: ДсКА, 1998. 304 с.
12. Ахновська І. О., Лепіхова О. Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України // Економіка і організація управління. 2016. № 1(21). С. 36–44.
13. Коваленко Є. В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю // Економіка і фінанси. 2017. № 2. С. 47–57.
14. Беляева И. Ю., Пухова М. М. Интеграция корпоративной социальной ответственности в систему корпоративного управления России // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 2(37). С. 20–23.

References

1. Novikova O. F., Deich M. Ye., Pankova O. V. et al. (2013). Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky) [Diagnostics of the state and prospects of the social responsibility in Ukraine (expert assessment)]. Donetsk [in Ukrainian].
2. Plahotnyiy A. F. (1981). Problema sotsialnoy otvetstvennosti [The problems of social responsibility]. Kharkov: Vyshcha shkola [in Russian].
3. Seliverstova L. S., Losovska N. V. (2019). Pidkhody do formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu biznesu [Approaches to the formation of organizational and economic mechanism for managing business social responsibility]. Ekonomika ta derzhava – Economics and the State, 7, 13–16 [in Ukrainian].
4. Bondaruk T. H., Bondaruk I. S. (2019). Derzhavne rehuliuвання rozvytku maloho biznesu i yoho sotsialnoi vidpovidalnosti [Regulation of small business development and its social responsibility]. Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu – Scientific bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Audit, 3, 111–119. Doi:10.31767/nasoa.3.2019.10.
5. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, 1970, September 13, pp. 32–33, 122–126.
6. Howitt R. (2003). The EU Parliament’s view on the future of social responsibility. SEAL, winter, pp. 42–43.
7. Zahorodnii A. H., Vozniuk H. L. (2007). Finansovo-ekonomichnyi slovnyk [Financial and economic glossary]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
8. Kutsenko A. V. (2008). Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy [Business efektyvnistiu diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy [Business

- performance management in the consumer cooperation in Ukraine: the organizational and economic mechanism]. Poltava: RVV PUSKU [in Ukrainian].
9. Moskalenko V. P., Shipunova O. V. (2003). Finansovo-ekonomicheskii mekhanizm promyshlennogo predpriyatiya [The financial and economic mechanism of industrial enterprise]. V. P. Moskalenko (ed.). Sumy: Dovkillya [in Russian].
 10. Lysenko Yu. Yehorov P. (1997). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom [The organizational and economic mechanism for business management]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 1, 86–97 [in Ukrainian].
 11. Korotkov E. M. (1998). Kontseptsiya menedzhmenta [The concept of management]. Moscow: DsKA [in Russian].
 12. Akhnovskaya I. O., Lepikhova O. Yu. (2016). Mekhanizm vprovadzhennia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na pidpriemstvakh Ukrainy [The mechanism for introducing corporate social responsibility in Ukrainian enterprises]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia – Economics and organization of management*, 1(21), 36–44 [in Ukrainian].
 13. Kovalenko Ye. V. (2017). Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia korporativnoiu sotsialnoiu vidpovidalnistiu [Forming the organizational and economic mechanism for management of corporate social responsibility]. *Ekonomika i finansy – Economics and finance*, 2, 47–57.
 14. Belyaeva I. Yu., Puhova M. M. (2017). Integratsiya korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti v sistemu korporativnogo upravleniya Rossii [Integration of corporate social responsibility to the system of corporate governance in Russia]. *Ekonomicheskie sistemy – Economic systems*, vol. 10, issue 2(37), 20–23 [in Russian].

Посилання на статтю:

Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр. 2020. №1-2. С. 57-64.* doi: 10.31767/pasoa.1-2.2020.06.