

UDC (УДК) 334.72:330.16
JEL Classification: M14; G3; P

Куцик Валентина Ісідорівна,

кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки
Львівського торговельно-економічного університету
e-mail: valentynakutsyk@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8230-9436

Мойсеєнко Ігор Валентинович,

аспірант кафедри теоретичної економіки
Львівського торговельно-економічного університету
e-mail: igormoysey@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-2879-671X

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Дано визначення національної специфіки соціалізації бізнесу, обґрунтовано умови і механізм регулювання відносин соціальної відповідальності підприємництва.

Зазначено, що механізм регулювання формується та реалізується відповідно до особливостей функціонування інституційного середовища соціальної відповідальності підприємництва.

Загалом механізм регулювання визначено у вигляді сукупності таких елементів: видів економічних інтересів, способів вирішення їх суперечностей, факторів формування інституційного середовища, умов, інструментів і методів узгодження інтересів на макро-, мезо- та мікрорівнях.

Виокремлено особливості застосування нових інструментів у системі регулювання соціальної відповідальності підприємництва таких, як організаційно-правові, економічні й соціальні.

Ключові поняття: соціальна відповідальність підприємництва, механізм регулювання, економічні інтереси, принципи, методи.

Kutsyk Valentina,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Professor of the Department of Economics
Lviv Trade and Economic University
e-mail: valentynakutsyk@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8230-9436

Moiseenko Igor,

post-graduate student of the department of theoretical economics
Lviv Trade and Economic University
e-mail: igormoysey@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-2879-671X

REGULATION MECHANISM OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract. The article defines the national specificity of business socialization, justifies the conditions and mechanism for regulating the relations of entrepreneurship social responsibility.

The solution of socio-economic tasks involves the formation and development of a concept of entrepreneurship social responsibility in Ukraine.

The concept of entrepreneurship social responsibility is considered as a factor in the harmonization of socioeconomic interests in order to ensure the dynamic balance of socio-economic processes by redistributing the functions of social responsibility between the state, the business sector and civil society.

In accordance with the peculiarities of the institutional environment functioning of corporate social responsibility, a regulatory mechanism is being formed and implemented.

In general, the mechanism of regulation is defined as a set of such elements: a set of economic interests, ways of solving their contradictions, factors of the institutional environment formation, conditions, tools and methods for coordinating interests on the macro-, meso- and microlevels.

Implementation of the mechanism of regulation of entrepreneurship social responsibility involves a set of successive stages of implementation, which are implemented within selected principles and functions of management.

The use of the mechanism of regulation of entrepreneurship social responsibility through the social policy of the state and regional level identifies the typologies of interests, methods and tools for their implementation on the principles of sustainable development.

Features of application of new tools in the system of entrepreneurship social responsibility regulation such as organizational-legal, economic and social. All these methods and management tools are closely interconnected, complement each other, have many common features and are used in organic unity.

Key concepts: entrepreneurship social responsibility, regulation mechanism, economic interests, principles, methods.

DOI 10.32518/2617-4162-2019-1-116-122

Вступ

В умовах динамічних змін в економічних системах і у механізмах забезпечення соціалізації підвищується значущість людського та соціального капіталу, змінюються соціальні стандарти життя, з'являються нові можливості для задоволення потреб суспільства. Однак в умовах кризи сучасні тенденції розвитку соціальних процесів – це вимушене безробіття, бідність, майнове розшарування, загрозлива диференціація доходів, корупція, тіньові економічні відносини, неефективна система соціального захисту населення [1]. Це зумовлює невирішеність низки соціальних та економічних проблем, які вимагають збалансування цілей, завдань та усвідомлення ролі всіх суб'єктів економічних відносин у забезпеченні ефективного економічного розвитку та реалізації його соціальних пріоритетів. Таке вирішення соціально-економічних завдань передбачає множинність підходів до регулювання соціальної ролі суб'єктів господарювання, що виявляється у формуванні та розвитку концепції соціальної відповідальності підприємництва в Україні (СВП) [2].

В Україні соціалізація бізнесу не набула належного розмаху. Суб'єкти підприємництва здебільшого ставлять на перший план економічні, а не соціальні цілі, не пов'язуючи свої пріоритети з інтересами суспільного розвитку, потребами працівників, партнерів, місцевих громад, підтримкою державних соціальних ініціатив. Наслідком цього є масштабне ухиляння від сплати податків та «тінізація» економіки; недостатні масштаби та низька ефективність соціальних інвестицій; намагання перетворити соціальну відповідальність на соціальну вигоду [1; 2].

В українській бізнес-практиці соціальні ініціативи з боку підприємств зазвичай не чисельні, безсистемні, розрізнені. У теорії й практиці соціалізації переважно використовуються моделі, схеми і механізми, які зарекомендували себе у соціально розвинених країнах. Вони недостатньо узгоджені з україн-

ськими реаліями. Нині не прийнято концепцію національної моделі соціальної відповідальності бізнесу, її інституційні основи є на стадії формування. Отже, існує об'єктивна потреба в об'єднанні зусиль бізнесу та держави для вирішення соціальних проблем суспільства та необхідність теоретичного обґрунтування сутності й форм регулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Теоретичне обґрунтування концепції соціальної відповідальності закладено у працях таких учених, як: Є. Адамчик (Adamczyk J., 2009) [3], Г. Боуен (Bowen H., 1953) [4], А. Керолл (Carroll A., 1999) [5], М. Портер (Porter M., 2006) [6] та ін. В Україні різні аспекти проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу досліджуються у працях В. Божкової [7], З. Галушки [1], В. Грунтковського [8], О. Охріменко [9] та ін.

Метою статті є визначення національної специфіки соціалізації бізнесу, обґрунтування умов і механізму регулювання відносин соціальної відповідальності підприємництва.

1. Розвиток соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва

Сутність інститутів соціалізації бізнесу трактується як сукупність правил і механізмів, які спрямовані на реалізацію принципів СВБ із метою гармонізації соціально-економічних інтересів зацікавлених сторін і забезпечують досягнення економічних, соціальних, екологічних пріоритетів сталого розвитку. Соціальні інститути поділено за рівнями (мега-, макро-, мезо-, мікро-) та за відповідними функціями, які сприяють узгодженню соціально-економічних інтересів і збереженню стабільності в суспільстві [2].

Установлено, що зі зміною значення СВБ можна виокремити такі методологічні підходи до її формування і регулювання: 1) орієнтований на корпоративну вигоду; 2) цільовий; 3) партнерський; 4) заснований на довірі; 5) аксіологічний (ціннісний); 6) суспільно орієнтований 7) двовекторний; 8) статусний [8].

Соціальну відповідальність бізнесу можна розглядати як чинник узгодження соціально-економічних інтересів для забезпечення динамічної рівноваги соціально-економічних процесів шляхом перерозподілу функцій соціальної відповідальності між державою, сферою бізнесу та громадянським суспільством у процесі соціалізації трансформаційної економіки. Водночас формування та розвиток СВП в Україні – це багатоаспектний, складний і суперечливий процес соціалізації бізнесу, що відбувається під впливом об'єктивних та суб'єктивних чинників загальносвітового і національного масштабу. Форми та методи соціалізації розрізняються у різних країнах, але загальні закономірності мають глобальний характер. До них належать: 1) можливості поліпшення якості робочої сили (людського капіталу) як об'єкта СВП; 2) формування національних моделей розвитку СВП під впливом специфіки об'єктивних і суб'єктивних чинників, поєднання різних форм та виявів СВП, специфіки врегулювання інтересів держави, бізнесу та громадянського суспільства; 3) нова якість економічних відносин формування соціального капіталу, що зумовлює більш прогресивні й соціально орієнтовані механізми узгодження економічних інтересів зацікавлених сторін у процесі соціалізації бізнесу; 4) соціальна відповідальність бізнесу виступає як об'єктивна потреба інноваційного сталого розвитку на всіх рівнях; 5) соціалізація бізнесу набуває інтернаціонального характеру, формуються міжнародні та національні стандарти СВП і соціальної звітності [7; 8; 9].

Розвиток соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності має і регіональні, і національні особливості в умовах ринкової трансформації економіки. До них належать: інституційні чинники підприємницької діяльності; сукупність чинників, що впливають на умови ведення бізнесу й здійснення підприємницької діяльності; система відносин «державо-бізнес-суспільство», відносини з місцевою громадою; специфіка споживчих благ, що виробляє підприємство; вимогливість суспільства до бізнесу та результатів бізнесової діяльності [2].

Поняття соціальної відповідальності підприємництва розглядається як чинник узгодження соціально-економічних інтересів для забезпечення динамічної рівноваги соціально-економічних процесів шляхом перерозподілу функцій соціальної відповідальності між державою, сферою бізнесу та громадянським суспільством у процесі соціалізації трансформаційної економіки [2].

Не розроблено закономірний характер формування та розвитку інституту соціальної

відповідальності бізнесу, зумовлений процесами інтернаціоналізації бізнесової діяльності та розширенням й ускладненням соціальних проблем і завдань, які вирішує бізнес у взаємодії з державою та суспільством. Не сформульовані нова якість соціальних відносин, за яких формуються більш прогресивні й соціально орієнтовані механізми узгодження економічних інтересів зацікавлених сторін та складаються національні моделі СВП.

2. Модель механізму регулювання соціальної відповідальності підприємництва

Відповідно до особливостей функціонування інституційного середовища, формується та реалізується механізм регулювання СВП. Загальним механізмом управління СВП пропонуємо визначити у вигляді сукупності таких елементів: видів економічних інтересів, способів вирішення їх суперечностей, факторів формування інституційного середовища, умов, інструментів і методів узгодження інтересів, методів аналізу й оцінки стану соціальної відповідальності на макро-, мезо- та мікрорівнях. З-поміж двох останніх головним є об'єднання зусиль усіх зацікавлених у розвитку, що підтверджує значення співробітництва бізнесу та держави в процесі формування та реалізації інвестиційної, інноваційної та соціальної політик у сучасних умовах [2].

Структурно-логічна модель механізму регулювання соціальної відповідальності підприємництва може бути описана так:

$$MY = \Omega_l^n(EI, MR, IR, PU, D_s, FV, STV),$$

де MY – механізм регулювання; l – форма опису або відображення елементів і взаємозв'язків СВП; n – рівні дослідження СВП: макро-, мезо- та мікрорівень; EI – економічні інтереси суб'єктів системи соціальної відповідальності підприємництва; MR – методи реалізації інтересів; IR – методи та інструменти механізму управління; PU – принципи управління; D_s – діагностика стану та моніторинг параметрів соціалізації; FV – фактори дослідження СВП (внутрішнього та зовнішнього середовища); STV – соціально-трудові відносини.

$$EI = (EI_s, EI_{sp}, EI_r),$$

де EI_s – економічні інтереси суб'єктів економіки; EI_{sp} – способи подолання суперечностей економічних інтересів; EI_r – умови узгодження інтересів.

Відповідно до завдань статті виокремлюють такі види економічних інтересів (EI), що подані в Таблиці 1. Фактори впливу (FV) на інституційне середовище соціалізації економіки варто поділити за характером вияву на глобальні, ринкові та соціальні. До глобальних належить: конкуренція на глобальному рівні, глобальні попит і пропозиція на ринку

капіталу та праці; міжнародні зв'язки та євроінтеграція як ринкові фактори. До соціальних інститутів належать: інститут влади, державне регулювання, оподаткування, засоби масової інформації та інтелектуально-інформаційна система; громадська думка. Ринкові інститути охоплюють: конкуренцію, ринкову інфраструктуру, відносини власності, попит і пропозицію продукції та послуг, реорганізацію, реструктуризацію та ліквідацію. Економічні інститути не можна розглядати ізольовано від регуляторних функцій держави.

Організаційні фактори формування та розвитку інституційного середовища (FV): міжнародні норми права та необхідність усунення невідповідності норм вітчизняного права міжнародним умовам; уніфікація інституційного середовища відповідно до принципів міжнародного співробітництва; сучасний рівень розвитку інституцій і бар'єри для їх саморозвитку та відтворення; інноваційна й інтелектуально-інформаційна модель розвитку СВП.

Методи реалізації чи узгодження інтересів (MR): формування різних об'єднань; нормативне і договірне закріплення прав та обов'язків суб'єктів; усні домовленості суб'єктів; формування ланцюга створення вартості тощо.

Згідно з головними положеннями загальної теорії систем, запропоновано до основних віднести такі принципи (PV) механізму регулювання СВ підприємництва: дієвість – створення відповідного інституційного середовища соціальної відповідальності та підсистеми управління знаннями в системі управління підприємством як основи прийняття управлінських рішень; адекватність – сукупність індикаторів має відображати головні кількісні й якісні тенденції зміни параметрів внутрішнього та зовнішнього середовищ функціонування СВП; актуальність – періодичність оновлення первинних даних має відповідати меті діагностування, тобто дані за певний період становлять інформаційну цінність лише тоді, якщо вони характеризують зміни у діяльності

Таблиця 1

Види економічних інтересів, способи їх вирішення й узгодження

Тип економічного інтересу (E _s)	Значення економічного інтересу	Способи вирішення суперечностей (E _{sp})	Умови узгодження інтересів (E _y)
Індивідуально-особистісні	Обумовлені особистими потребами та прагненням індивідів до підвищення якості індивідуального людського капіталу	Зростання особистих доходів, підвищення рівня і якості життя, і самореалізації потенціалу своєї особистості	Дотримання формальних і неформальних інститутів інституційного середовища
Внутрішньо-організаційні	Обумовлені особистими та виробничими потребами працівників підприємств, прагненням до ефективної виробничо-господарської діяльності	Дотримання норм, стандартів, вимог, які забезпечують соціально-економічний розвиток	Інформаційна відкритість суб'єктів СВП
Корпоративні	Обумовлені прагненням корпорацій ефективно функціонувати, успішно конкурувати	Дотримання норм, стандартів, вимог, які забезпечують відповідність екологічним, соціальним, економічним цілям діяльності	Побудова відносин у межах правового поля, вимог міжнародних стандартів
Державні	Обумовлені потребами державних структур здійснювати ефективну діяльність, досягнути макроекономічної рівноваги	Прийняття та дотримання норм, стандартів, вимог, які забезпечують відповідність сталому розвитку	Дотримання умов громадського моніторингу та відкритості звітності про стан діяльності
Національні	Обумовлені прагненням до стійкого економічного зростання і спрямовані на підвищення рівня й якості життя населення	Створення нових й удосконалення формальних і неформальних інститутів інституційного середовища	Високий рівень розвитку економіки та соціальних стандартів життя

Джерело: розроблено автором.

досліджуваного об'єкта і слугують сигналом для прийняття управлінських рішень; ієрархічність – урахування взаємозв'язків підприємства як суб'єкта економічних і фінансових відносин; інтегрованість – дає змогу забезпечити координацію дій системи соціальної відповідальності підприємництва, що сприяє підвищенню ефективності контролю за реалізацією прийнятих рішень щодо підвищення сталого розвитку. Сукупність видів регулювання соціальної відповідальності подано на рис.

3. Вибір інструментів регулювання соціальної відповідальності

Механізм регулювання СВП передбачає сукупність послідовних, взаємозалежних етапів упровадження, які спрямовані на реалізацію у межах принципів, обраних функцій, методів й інструментів.

До інструментів узгодження інтересів (ІР) належать: використання інструментів державної і регіональної політики (податкової, митної, кредитної, інвестиційної тощо); стратегічне планування, прогнозування та програмування на рівні регіону; усунення адміністративних бар'єрів стосовно розвитку підприємництва; запровадження форм державно-приватного партнерства; регуляторні інструменти підприємництва.

Різні моделі державної політики соціалізації економіки на принципах СВ можуть передбачати одні й ті ж інструменти державної політики, які входять до реалізації характерних підприємству методів державного управління. Тобто інструменти державної політики орієнтовані на цілі, а методи на ідеологію. Вибір інструментів є завжди специфічним залежно від сфери політики, визначеної проблемами та запланованих результатів [10].

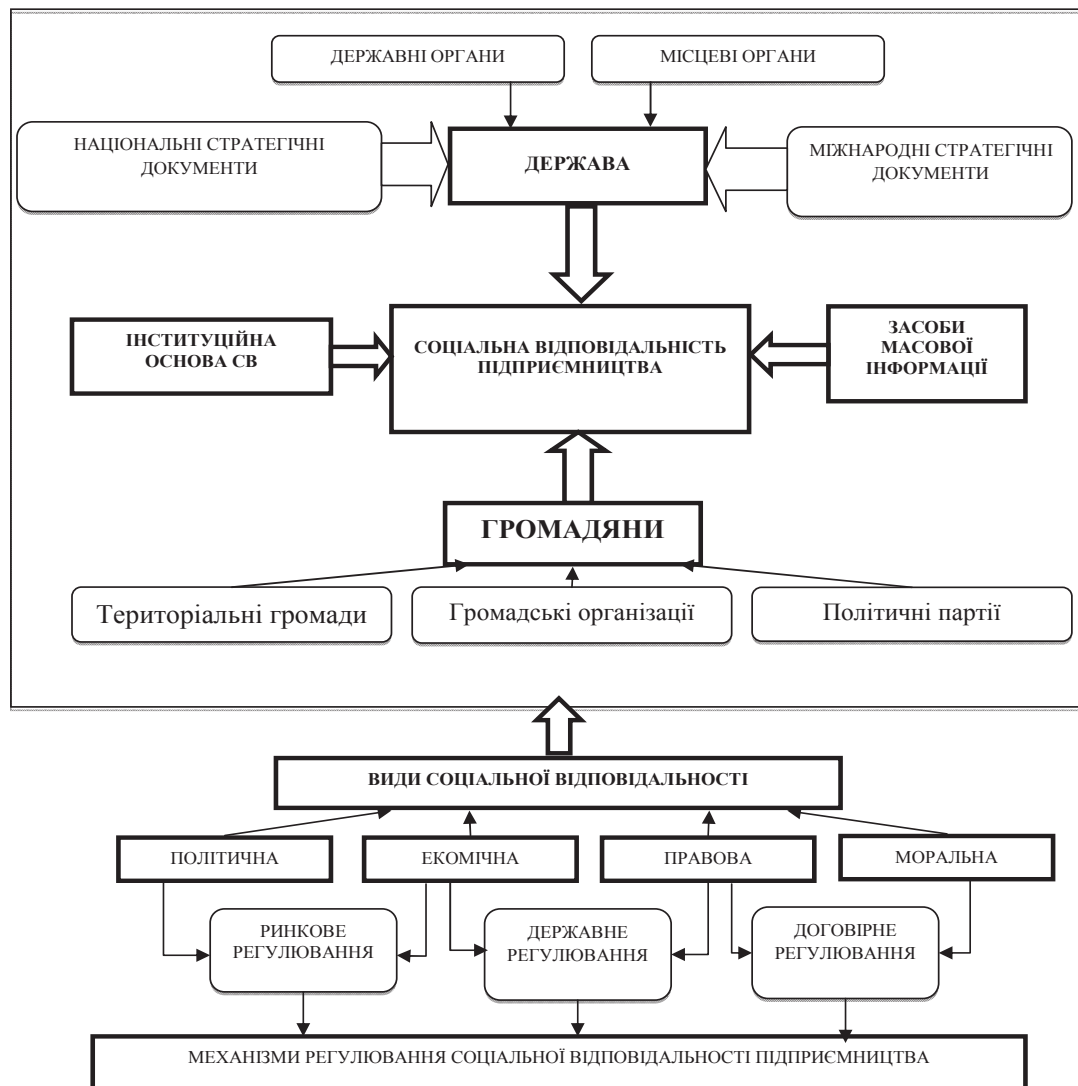


Рис. Сукупність видів регулювання соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором.

На нашу думку, найзручнішою є класифікація, яка формується за трьома критеріями – за функціональним призначенням, за суб'єктом управління та за об'єктом управління (табл. 2).

цтва до соціальних проблем; соціальний аудит – на основі використання сучасних ІТ-технологій; соціальні венчурні фонди надають стартовий капітал соціальним венчурним проектам, а також чимало уваги приділяють складному процесу навчання майбутніх соціальних підприємців.

Таблиця 2

Класифікація інструментів механізму регулювання СВП

Функціональне призначення	Суб'єкт управління	Об'єкт управління
економічно-фінансові	ВР, КМУ	загальнодержавні
інформаційно-аналітичні	Верховна Рада України – Президент України	регіональні
організаційно-управлінські	органи виконавчої влади	галузеві
соціально-політичні	органи судової влади	територіальних громад
контрольні	органи місцевого самоврядування	підприємств та організацій

Джерело: складено автором.

У будь-якому разі органи державного управління повинні використовувати сукупність інструментів шляхом забезпечення, дотримання прийнятих у державі правил і норм інституціональної поведінки.

Сучасний розвиток соціально орієнтованого підприємництва передбачає використання нових інструментів механізму регулювання СВП, зокрема: сканування (screening) сучасного стану середовища функціонування – є основою діяльності окремих фондів соціальних інвестицій; соціальне адвокатування (social advocacy) як характеристика діяльності інвестиційних організацій та інвестиційних фондів, які зацікавлені у вирішенні проблеми зміни клімату, сталого розвитку тощо; інвестування в громаду (community investment) – передбачає інвестування в неприбуткові організації, кооперативи, малий бізнес, школи, лікарні, культурні центри та дешево житло; соціальне підприємництво як застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємни-

Висновки

Для формування механізму регулювання СВП через соціальну політику державного та регіонального рівнів на принципах сталого розвитку визначено типології інтересів й інструментів їх упровадження. Для розкриття сутності елементів регулювання СВП запропоновано використати такі поняття, як соціальна відповідальність підприємництва та принципи управління нею, типологія методів управління. Виокремлено особливості застосування нових інструментів у системі СВП таких, як організаційно-правові, економічні та соціальні. Всі ці методи й інструменти управління взаємопов'язані, доповнюють одні інших, мають чимало спільних особливостей і використовуються в органічній єдності та з використанням сучасних тенденцій розвитку корпоративного управління та регулювання розвитком підприємництва як важливого чинника трансформації економіки.

Список використаних джерел

1. Галушка З. І. Соціалізація трансформаційної економіки: особливості, проблеми, пріоритети: монографія. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2009. 408 с.
2. Мойсеєнко І. В. Системний підхід до дослідження соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 9-1. Ч. 2. С. 44–47.
3. Adamczyk J. Social activity of enterprises. *Challenges and barriers of the 21st century economy*. Cracow: Cracow University of Economics, 2009. P. 65–73.
4. Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman. New York: Harper&Row, 1953. 284 p.
5. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. Vol. 38 (3). P. 268–295.
6. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, December 2006, Pp. 78–92.
7. Божкова В. В., Сагер Л. Ю. Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mre/2010_1/3_4.pdf

8. Грунтковський В. Ю. Проблеми становлення соціально відповідального бізнесу в Україні. *Науковий вісник Чернівецького національного університету: збірник наукових праць*. Чернівці. ЧНУ, 2009. Вип. 6. Економіка. С. 66–68.
9. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність. К.: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
10. Мойсеєнко І. В. Соціальна діагностика як основа соціальної політики. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. Луцьк: ВІЕМ, 2017. Вип. № 19. С. 170–178.

References

1. Galushka, Z. I. (2009) Socializaciya transformacijnoyi ekonomiky: osoblyvosti, problemy, priorytety [Socialization of the transformational economy: peculiarities, problems, priorities]. Chernivci: Cherniveczkyj nacionalnyj universytet [in Ukr].
2. Mojseyenko, I. V. (2014) Systemnyj pidxid do doslidzhennya socialnoyi vidpovidalnosti [A systemic approach to the study of social responsibility]. *Naukovyj visnyk Xersonskogo derzhavnogo universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky» (Scientific Herald of Kherson State University. Series «Economic Sciences»)*, 9-1, 2, 244–47 [in Ukr].
3. Adamczyk, J. (2009) Social activity of enterprises. *Challenges and barriers of the 21st century economy*. Cracow: Cracow University of Economics, 65–73 [in Pol].
4. Bowen, H. R. (1953) Social responsibilities of the businessman. New York: Harper&Row [in Eng].
5. Carroll, A. B. (1999) Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*, 38 (3), 268–295 [in Eng].
6. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, December, 78–92 [in Eng].
7. Bozhkova, V. V. & Sager, L. Yu. (2010) Socialno-vidpovidalnyj biznes yak odyn iz napryamkiv polipshennya imidzhu vitchyznyanyx subyektiv gospodaryuvannya [Socially responsible business as one of the ways to improve the image of domestic business entities]. Retrieved from http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mre/2010_1/3_4.pdf [in Ukr].
8. Gruntkovskij, V. Yu. (2009) Problemy stanovlennya socialno vidpovidalnego biznesu v Ukrayini [Problems of formation of socially responsible business in Ukraine]. *Naukovyj visnyk Cherniveczkogo nacionalnogo universytetu: Zbirnyk naukovyx pracz (Scientific herald of Chernivtsi National University: Collection of scientific works)*. Chernivci: ChNU, 6. Ekonomika, 66–68 [in Ukr].
9. Oxrimenko, O. O., & Ivanova, T. V. (2015) Socialna vidpovidalnist [Social responsibility]. Kyiv: Nacionalnyj texnichnyj universytet Ukrayiny «Kyuyivskij politexnichnyj instytut» [in Ukr].
10. Mojseyenko, I. V. (2017) Socialna diagnostyka yak osnova socialnoyi polityky [Social diagnosis as the basis of social policy]. *Visnyk Volynskogo instytutu ekonomiky ta menedzhmentu (Bulletin of the Volyn Institute of Economics and Management)*. Luczk: VIEM, 19, 170–178 [in Ukr].

Стаття: надійшла до редакції 07.12.2018
прийнята до друку 14.01.2019
The article: is received 07.12.2018
is accepted 14.01.2019