

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК ПЕРЕХОДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ВІД «ЕКОНОМІКИ ТОВАРУ» ДО «ЕКОНОМІКИ ЛЮДИНИ»

Л. М. Шимановська-Діанич

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,*

д. е. н., професор

Т. П. Яхно

Львівський торгово-економічний університет,

к. е. н., доцент,

Сучасний світ живе в умовах формування постіндустріального суспільства для якого, на жаль, характерною є і наявність гострих соціальних проблем. Тому особливо велике значення нині набувають нові ефективні інструменти вирішення даних проблем, що є можливим за умови повномасштабного переходу до концепції сталого розвитку. У цьому контексті, варто зазначити, що в якості апробованого і ефективного інструменту забезпечення сталого розвитку, по всьому світу, набуває поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу [1–2].

Проведене нами дослідження сукупності визначень соціальної відповідальності в цілому, і бізнесу, зокрема, які представлені в різноманітних джерелах дозволяє виявити найбільш типові її ознаки [1–4]:

- можливість вирішення широкого кола соціальних проблем на різних рівнях ієрархічної структури держави;
- інтеграція бізнесу із базовими загальнолюдськими цінностями;
- гармонійне співіснування, взаємодія і діалог представників влади, бізнесу і суспільства.

Крім того, спільним для більшості визначень є те, що соціальна відповідальність розглядається як прояв зв'язку і взаємозалежності особи/підприємства і суспільства.

Тому, на основі визначення сутнісних ознак соціальної відповідальності та її відмінностей від подібних соціально-економічних категорій, нами сформульоване таке визначення: соціальна відповідальність бізнесу – це сукупність зобов'язань, які відповідають специфіці і рівню розвитку компанії, регулярно переглядаються і динамічно змінюються, добровільно і погоджено виробляються за участю ключових зацікавлених сторін,

які приймаються керівництвом компанії, з особливим урахуванням думок персоналу і акціонерів і, в основному, виконуються за рахунок коштів компанії та націлена на реалізацію значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку компанії (зростання обсягів виробництва, підвищенні якості продукції та у слуг, і ін.), поліпшенню репутації та іміджу, становленню корпоративної ідентичності, розвитку корпоративних брендів, а також розширенню конструктивних партнерських зв'язків з державою, діловими партнерами, місцевими громадами та громадськими організаціями.

Отже, можна говорити про дві складові соціальної відповідальності бізнесу – добровільної та обов'язкової: які включають соціальну відповідальність не заради вигоди та соціальну активність заради вигоди і дотримання законодавства.

Представлене нами визначення соціальної відповідальності бізнесу дає підстави визначити такі основні компонент концепції СВБ, зокрема: корпоративну соціальну політику щодо суспільства; корпоративне управління та корпоративна етика; охорону здоров'я та охорона праці; політику в сфері охорони навколишнього середовища; права людини (включаючи основні трудові права); управління людськими ресурсами; взаємодія з суспільством, розвиток та інвестування; корпоративна благодійність і волонтерство; задоволення вимог споживача і прихильність принципу чесної конкуренції; боротьба з хабарництвом і заходи по боротьбі з корупцією; звітність, прозорість та інформування про діяльність; питання дотримання прав людини в стосунках з постачальниками, як в національній, так і в міжнародній ланцюжку підрядників – постачальників і багато іншого.

Список використаних інформаційних джерел

1. Амоша О. Соціальна відповідальність в контексті розвитку людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство. – № 1. – 2011. – С. 122–127.
2. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Н. В. Бібік // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – 2012. – № 14. – С. 9–16.
3. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – Київ, 2008. – 60 с.

4. Литовченко С. Что такое «хорошо» и что такое КСО? (Из выступления исполнительного директора Ассоциации Менеджеров VIII Петербургском международном экономическом форуме в июне 2004 года) [Электронный ресурс] / С. Литовченко // Вестник Ассоциации Менеджеров. – 2004. – № 6/7. – С. 7. – Режим доступа: <http://vam.amr.ru/articles/cm/64>. – Назва з екрана.

КОНЦЕПЦІЯ «ДЕРЖАВИ ДОБРОБУТУ» У РОЗБУДОВІ СУЧАСНОЇ ВИСОКОЕФЕКТИВНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

С. М. Щербак

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», аспірант*

С. С. Ніколенко

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
д. е. н., професор, науковий керівник*

Перша концепція соціальної держави (тобто держави, яка забезпечує певний рівень добробуту для всіх) була породженням консервативної думки, оскільки її початковим пунктом завжди була установка на неприпустимість революційних змін, які загрожують основам існуючого режиму. Саме тому свого часу консерваторами було долучено ідеологічну складову, як необхідну щодо практичної побудови соціальної держави. Першим кроком в напрямку свідомого формування принципів, що є фундацією для створення держави загального добробуту сучасного рівня прийнято вважати звіт Беверіджа. Беверідж запропонував створити соціальну стратегію, яка б ліквідувала п'ять найтяжчих проблем – бідність, байдюкватість, нещасття, неповноцінність та хворобливість [1]. Звіт відстоював ідею про введення соціального страхування задля створення загальної системи соціального забезпечення (включаючи допомогу багатосімейним) та універсальної, усебічної, вільної служби охорони здоров'я.

Практичний інструментарій з метою забезпечення добробуту на підставі неокласичної теорії розробив Артур Пігу у своїй роботі «Економічна теорія добробуту» (1925 р.). Він зробив висновок, що держава повинна не тільки забезпечувати максимі-