

**Лупак Р.Л.,**

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри економіки,  
economist\_555@mail.ru

**Качмар Н.М.,**

аспірант кафедри економіки,  
nkachmar5@gmail.com

Львівський торговельно-економічний університет

**Лупак Р.Л.,**

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри економіки,

**Качмар Н.М.,**

аспірант кафедри економіки,  
Львовский торгово-экономический университет

**Lupak R.L.,**

PhD (Economics), Associate Professor,  
Department of Economy

**Kachmar N.M.,**

Postgraduate Student, Department of Economy  
Lviv University of Trade and Economics

© Р.Л. Лупак, Н.М. Качмар, 2016

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **SOCIAL RESPONSIBILITY AS PART OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

Надано характеристику передумов формування соціальної відповідальності як складової забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Визначено акценти забезпечення конкурентоспроможності підприємства згідно підходів до трактування поняття «соціальна відповідальність». Виявлено зв'язок між інтересами усіх суб'єктів забезпечення конкурентоспроможності підприємства через їх соціальну відповідальність. Обґрунтовано інструменти соціальної відповідальності, що здатні забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Характеристика предпосылок формирования социальной ответственности как составляющей обеспечения конкурентоспособности предприятия. Определены акценты обеспечения конкурентоспособности предприятия согласно подходов к трактовке понятия «социальная ответственность». Обнаружена связь между интересами всех субъектов обеспечения конкурентоспособности предприятия через их социальную ответственность. Обоснованы инструменты социальной ответственности, что способны обеспечить конкурентоспособность предприятия.

The purpose of this article is the definition of the conceptual content of social responsibility, which can be formed at the enterprise level and have an impact on ensuring its competitiveness. Scientific novelty of received results consists in the substantiation of preconditions of formation, nature and significance of social responsibility in the context of ensuring competitiveness of the enterprise. Practical significance of the obtained results consists in determining the conceptual content of social responsibility of the enterprise and its role as a component to ensure its competitiveness. Feature prerequisites for formation of social responsibility as a component of competitiveness of the enterprise. Accents are defined to ensure the competitiveness of enterprise in accordance with approaches to the interpretation of the concept «social responsibility». Discovered the relationship between interests of all subjects of providing of competitiveness of enterprises through their social responsibility. Grounded tools of social responsibility in being able to provide competitiveness of the enterprise. Further studies should highlight the main preconditions of formation of social responsibility and the ways of its transformation into a source of innovative enterprise development in a competitive environment.

**Ключові слова.** Соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, підприємство, забезпечення, персонал, праця.

**Ключевые слова.** Социальная ответственность, конкурентоспособность, предприятие, обеспечение, персонал, труд.

**Key words.** Social responsibility, competitiveness, enterprise, software, personnel, labor.

**Вступ.** Одним із важливим пріоритетів діяльності підприємств є забезпечення власної конкурентоспроможності, яку розглядають стосовно володіння та ефективного використання ресурсного потенціалу. Очевидно, що не вірно визначати важливість для підприємства окремого виду ресурсів, адже за різних обставин їх використання не завжди може бути ефективним і часто ефект виникає через певний період. Тому для підприємств постійне забезпечення конкурентоспроможності потребує значного запасу ресурсів, які необхідно оновлювати та підтримувати їх ефективний стан.

У світовій практиці відома достатня кількість способів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що стосуються започаткування, управління, визначення потенціалу, стратегування його діяльності. При цьому результативність забезпечення конкурентоспроможності підприємства в основному розглядається через сукупність економічних і фінансових результатів. На нашу думку, вагоме місце займає соціальна складова, яка охоплює комплекс внутрішніх операцій із підвищення мотивації праці, підтримання належної якості трудового життя, підвищення рівня укомплектованості та кваліфікації, трудової стабільності, розвитку інтелектуальної та творчої праці, підвищення рівня колективно-договірного регулювання. При цьому, повинен існувати зв'язок між інтересами усіх суб'єктів забезпечення конкурентоспроможності підприємства як його персоналу, керівництва (власників), так і органів державної влади, представників громадськості. Саме відповідальність є тим інструментом зв'язку, яка визначає граничні межі ефективності участі кожного суб'єкта у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Відзначимо, що формування соціально відповідальної діяльності не потребує пошуку додаткових матеріальних джерел, оскільки це більше визначення вміння запроваджувати нові стандарти високопродуктивної праці, раціонально оптимізовувати витрати, прогресивно вбачати та задовольняти потреби учасників ринку тощо. Усе це ознаки забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Відтак, актуально і практично необхідно розглядати концептуальний зміст соціальної відповідальності підприємства та її роль як складової забезпечення його конкурентоспроможності.

Обґрунтування дієвих механізмів, інструментів, заходів і засобів зміцнення конкурентоспроможності підприємства є об'єктом досліджень науковців І. Ансоффа, Л. Балабанова, Т. Васильціва, А. Градова, Я. Качмарика, П. Куцика, Б. Мізюка, А. Мокія, М. Портера, Н. Тарнавської, А. Томпсона, Р. Фатхутдінова та ін. Проблеми формування соціальної відповідальності та її впливу на діяльність підприємств досліджують Р. Акерман, Г. Башнянин, Д. Богиня, Г. Боуенб, А. Васирик, З. Галушка, А. Гальчинський, С. Гринкевич, О. Іляш, В. Давиденко, К. Девіс, Е. Дюркгейм, Б. Кауфман, Т. Кицак, А. Керролл, А. Колот, Е. Лібанова, В. Петюх та ін. Проте недостатньо визнаними залишаються аспекти соціальної відповідальності підприємства в контексті забезпечення власної конкурентоспроможності.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення концептуального змісту соціальної відповідальності, яка може бути сформована на рівні підприємства та мати вплив на забезпечення його конкурентоспроможності.

**Результати дослідження.** У науковій літературі соціальну відповідальність розглядають як діалектичний взаємозв'язок між особою і суспільством, що характеризується взаємними правами та обов'язками з виконання приписів соціальних норм і застосуванням різноманітних засобів впливу у разі ж їх порушення. Втім, немає єдності наукових думок про кількість видів соціальної відповідальності. Так, вважають, що соціальна відповідальність: складається з моральної та правової; існує у формі політичної, правової та моральної відповідальностей; охоплює політичну, громадянську, партійну, виробничу, правову, моральну, сімейно-побутову відповідальності; приймає риси моральної, персональної, політичної, адміністративної відповідальностей; існує в різних видах і залежить від різновидів соціальних норм [15, с. 101–104].

Узагальнимо підходи до трактування сутнісних характеристик поняття «соціальна відповідальність» і визначимо у них певні ознаки забезпечення конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

**АКЦЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА  
ЗГІДНО ПІДХОДІВ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»**

Автори, джерела	Характеристики визначень	Ознаки забезпечення конкурентоспроможності підприємства
--------------------	--------------------------	---

Р. Акерман [10]	здатність нагромаджувати ділову репутацію до такої міри, яка в кінцевому рахунку лишає підприємство можливості ефективно функціонувати у своїй традиційній ролі постачальника товарів і послуг	диверсифікація сфер підприємницької діяльності через високу ділову активність на ринку
Л. Білецька [1]	обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у випадку порушення їх — обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання	постійний моніторинг потреб та інтересів учасників ринку, забезпечення та підтримання їх лояльності
Г. Боуен [11]	соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або додержанні такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства	розробка та реалізація проектів соціального підприємництва
К. Девіс [13]	довгостроковий економічний ефект, який часто постає лише своєрідною раціоналізацією рішень, прийнятих за неекономічних причин	забезпечення прийнятного рівня взаємодопомоги та соціальної згуртованості, посилення якості виконання моральних та етичних норм
А. Керролл [12]	економічні, правові, етичні та дискреційні очікування, які покладає суспільство на організації в окремий період часу	участь у розвитку соціальної інфраструктури та соціальної захищеності населення
О. Плахотний [4]	поєднання двох форм (видів) відповідальності: відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність); відповідальність як система відповідей індивіда на вимоги суспільства (особиста відповідальність)	підготовка та реалізація на підприємстві програм розвитку трудової єдності між персоналом та керівництвом
І. Савченко [6]	форма регуляції соціальної поведінки, що має дихотомічний характер та означає сумлінне, відповідальне ставлення громадянина, посадової особи, органу державної влади до своєї діяльності (поведінки)	формування внутрішніх стандартів якості праці, лише дотримання яких може дозволити забезпечити матеріальні цілі персоналу та керівництва

Закінчення табл. 1

Автори, джерела	Характеристики визначень	Ознаки забезпечення конкурентоспроможності підприємства
М. Семякін [7]	обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом	обмежити вплив негативних тенденцій на ринку у формуванні внутрішнього трудового порядку
Р. Хачатуров [9]	дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, а у випадках безвідповідальної поведінки, що не відповідає вимогам норм чи порушує суспільний порядок, вони зобов'язані нести доповнюючий обов'язок особистого чи майнового характеру	зростання конкуренції активізує пошуку нових форм посилення зв'язку підприємства із учасниками товарного ринку
Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF) [15]	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	покращення соціально-економічного становища та передумов розвитку території функціонування
Законодавство Європейського союзу» [14]	концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу)	активізація участі в проектах міжгалузевого та міжрегіонального співробітництва

Очевидно, що соціальна відповідальність є передумовою до забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що засвідчує його готовність приймати та виконувати сформовані на ринку соціальні стандарти. Це приносить додаткові витрати та часто обмежує обсяги прибутку, але дозволяє сформувати певний запас ресурсної міцності підприємству при адаптації до швидких змін у конкурентному середовищі. Соціальну відповідальність не доцільно розглядати як об'єкт інвестування, що може принести додаткові фінансові надходження та дозволити впровадити нові технології підвищення ефективності функціонування. Така відповідальність формується тривалий час і часто не потребує жодних фінансових вкладень, щоб приносити результат для підприємства.

Окрім цього, соціальна відповідальність має індивідуальний характер і, відтак, часто змінюється, важко прогнозується, потребує значних психологічних зусиль для забезпечення і підтримання. Так, соціальна відповідальність персоналу обумовлюється, з одного боку, результатами праці, трудовою дисципліною, дотриманням норм трудового законодавства, етичних і моральних норм, а з іншого боку — прагненням його якісно відстоювати ділові інтереси та репутацію підприємства і часто без матеріальної зацікавленості. У соціально-трудових відносинах цілями керівників (власників) підприємств є отримання максимальних трудових результатів при матеріальному задоволенні окремої кількості потреб персоналу. Як свідчить практика сучасного бізнесу, в основному працівникам пропонується заробітна плата без жодних додаткових соціальних мотивацій або мотивація праці має прямий комерційний зв'язок з обсяги господарської діяльності підприємства. Таким чином, формування соціальної відповідальності повинно бути спільним процесом працівників та адміністрації підприємства через який кожен зможе забезпечити власні інтереси. Саме взаємна їх позиція щодо стратегічного розвитку підприємства здатна ефективно забезпечити його конкурентоспроможність.

Також, соціально відповідальним повинно бути підприємство щодо держави, яка визначає мінімально допустимі межі рівня виконання загальноприйнятих норм і стандартів. Вважаємо, що головними характеристиками соціальної відповідальності перед державою, через яку можна забезпечити конкурентоспроможність підприємства, є сплата податків, відрахувань, штрафів та інших платежів до бюджету, створення нових конкурентоспроможних місць праці, адаптація закордонного досвіду у сфері соціального підприємництва.

Важливою є соціальна відповідальність підприємства перед територіальною громадою. Так, забезпечити конкурентоспроможність підприємства можна такими соціально відповідальними заходами, як покращення соціально-економічного становища та передумов розвитку території функціонування, формування бачення перспектив і особливостей співробітництва з органами державного управління та місцевого самоврядування у цілях забезпечення місцевого територіального розвитку, прогнозування і випереджувальне задоволення статичних і динамічних потреб споживачів, вплив на формування нових потреб [3, с. 132–135].

Відзначимо, що на глобальному рівні соціальна відповідальність є стандартизованим поняттям, яке враховується у діяльності підприємств і має значний вплив на його ефективність. Так, згідно діючого міжнародного стандарту SA 8000:2001 «Соціальна відповідальність» можна сформулювати такі критерії конкурентоспроможності підприємства: виконання вимог міжнародного, державного та регіонального законодавств; реалізація якісних товарів; участь у спонсорських і благодійних проектах; формування позитивної суспільної думки про підприємство; професійно-кваліфікаційне зростання персоналу; забезпечення охорони та зміцнення здоров'я персоналу; нематеріальне стимулювання праці.

Відповідно, вигодами, які отримує підприємство від підвищення рівня соціальної відповідальності і, в підсумку, забезпечує власну конкурентоспроможність, є: зростання довіри місцевої громади до його діяльності; можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку завдяки власній соціальній політиці; підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу, забезпечення лояльності працівників; відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти; можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ [8].

Попри це, існують різні інструменти соціальної відповідальності, що здатні забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Так, важливим є посилення впливу на формування купівельних фондів населення та забезпечення соціальної безпеки територіальної громади. Тут слід акумулювати фінансово-економічні ресурси для здійснення соціальних витрат на створення нових робочих місць, поліпшення умов праці та підвищення кваліфікації персоналу. Також, на підприємствах доцільно використати організаційно-стратегічний підхід до управління розвитком соціально відповідальних відносин. Це дозволить забезпечити

реалізацію конкурентних соціальних стратегій і цільових програм з розв'язання завдань соціального захисту персоналу [3, с. 143–146]. Безперечно, що соціальна відповідальність повинна враховувати усі зовнішні соціальні аспекти діяльності підприємства, які мають вплив на його конкурентоспроможності. При цьому, важливо чітко розділяти інтереси держави, суспільства та громадськості, оскільки від їх пріоритетів формуються стратегічні засади функціонування підприємств.

Наголосимо, що ефективною формою соціальної відповідальності підприємства у конкурентному середовищі вважають посилення мотивації праці. Тут виділяють матеріально-грошове забезпечення персоналу за інноваційні розробки та інвестиційні пропозиції, нематеріальну мотивацію персоналу за підвищення ефективності інноваційної діяльності, реалізацію соціально-економічних програм розвитку інтелектуальної творчої та інноваційної діяльності, забезпечення комерціалізації та правової захищеності результатів інтелектуальної власності, узгодження принципів торгового менеджменту з інтелектуалізацією підприємства [4, с. 165–170]. Відповідно, посилення мотивації праці в основному визначається через процеси інтелектуально-кадрового забезпечення, які є часто взаємопов'язані у отриманні підприємством переваг в конкурентній боротьбі.

Більше того, що соціальна відповідальність не може бути сформована, якщо підприємство не здатне забезпечити себе кваліфікованим персоналом, посилювати їх стабільність, соціальну захищеність, розвивати та забезпечувати інноваційну активність, а також інтелектуальним капіталом і підвищувати ефективність його використання.

**Висновки.** Сьогодні для забезпечення конкурентоспроможності підприємства використовуються різні способи і одним із ефективних слід вважати соціальну відповідальність. Так, до її характерних ознак відносимо тривалість формування, узгодженість суб'єктних рішень, відповідність нормам і стандартам, постійний зовнішній контроль та ін. Це ті ознаки, що дозволяють процесам на підприємстві забезпечувати його конкурентоспроможність.

Соціальна відповідальність дозволяє забезпечувати та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності підприємства і для цього часто не потребує додаткових фінансових запозичень. Таким чином, завдяки соціальній відповідальності можуть бути сформовані довгострокові фінансово-економічні резерви, які також варто розглядати у процесі інвестування підприємства.

У подальших дослідженнях варто виокремити головні передумови формування соціальної відповідальності та способи її перетворення на джерело інноваційного розвитку підприємства у конкурентному середовищі.

### **Література**

1. Белецкая Л. И. Свобода и ответственность: автореф. дис.. канд. филос. наук / Л. И. Белецкая. — Саратов, 1972. — 26 с.
2. Зайчук О. В. Теорія держави і права. Академічний курс : підруч. / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко та ін. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 688 с.
3. Магас Н. В. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Н. В. Магас ; Львівська комерційна академія. — Львів, 2014. — 277 с.
4. Орлик І. О. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства роздрібною торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / І. О. Орлик ; Львівська комерційна академія. — Львів, 2016. — 238 с.
5. Плахотный А. Ф. Проблемы социальной ответственности / А. Ф. Плахотный. — К. : Вища школа, 1981. — 191 с.
6. Савченко І. Г. Соціальна відповідальність в контексті розбудови соціальної держави в Україні / І. Г. Савченко // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. : у 2 ч. — Харків : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2005. — № 24. — Ч. 1. — С. 55–63.
7. Семякин М. Н. Источники гражданского права: проблемы теории и практики / М. Н. Семякин. — М. : Юрлитин-форм, 2010. — 389 с.
8. Социальная ответственность: Стандарт SA 8000:2001. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://kachestvo-zhizni.narod.ru/SA8000-2001RUS.doc>.
9. Хачатуров Р. Л. Юридическая ответственность / Р. Л. Хачатуров, Р. Г. Ягутян. — Тольятти : ВГУ им. В. Н. Татищева, 1995. — 200 с.
10. Ackerman, R.W. (1973), "How companies respond to social demands, Harvard Business Review", Vol. 51(4), 88-89.
11. Bowen H. (1953), Social responsibilities of the businessman, Harper & Row, N. Y., 276.
12. Carroll, A.B. (1979), "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", Academy of Management Review, Vol. 4(4), P. 500.

13. Davis, K. (1960), "Can business afford to ignore social responsibilities? California Management Review", Vol. 2 (3), 70.
14. Green Paper EC «Promoting a European Framework for CSR» (2016), available at: [europa.eu/rapid/press-release\\_DOC-01-9\\_en.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf). (Accessed 15 March 2016).
15. The International Business Leaders Forum (IBLF) (2016), available at: <http://www.iblfglobal.org/home>. (Accessed 20 March 2016).

### **References**

1. Beletskaya, L.I. (1972), Freedom and responsibility, Abstract of Ph.D. dissertation, Philosophy, Saratov, Russia.
2. Zaichuk, E.V. and Onishchenko, N.M. (2008), *Teorij dergavu i prava: akademichnuy kurs* [Theory of state and law. Academic course], Inter Yurink, Kyiv, Ukraine.
3. Magas, N.V. (2014), Financial-economic mechanism of providing of competitiveness of retail trade enterprises, Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Lviv commercial Academy, Lviv, Ukraine.
4. Orlik, I.A. (2016), Investment support of innovative development of the enterprises of retail trade, Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Lviv commercial Academy, Lviv, Ukraine.
5. Plakhotny, A.F. (1981), *Problemu socialnoy otvestvenosti* [Problems social responsibility], High school, Kyiv, Ukraine.
6. Savchenko, I.G. (2005), Social responsibility in the context of the development of the welfare state in Ukraine, Actual problems of public administration, no. 24, part 1, pp. 55-63.
7. Semyakin, M.N. (2010), *Istochniki grajdanskogo prava: problem teoryi i praktiki* [Sources of civil law: problems of theory and practice], Ulitin-forms, Moscow, Russia.
8. Social responsibility: SA 8000:2001 (2016), available at: <http://kachestvo-zhizni.narod.ru/SA8000-2001RUS.doc>. (Accessed 27 January 2016).
9. Hachaturov, R.L. and Akutan, R.G. (1995), *Yridichskai otvestvennost* [Legal liability], VSU them. V. N. Tatishcheva, Toliatti, Russia.
10. Ackerman, R.W. (1973), How companies respond to social demands // Harvard Business Review. — Vol. 51(4). — P. 88–89.
11. Bowen H. (1953), *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Row, N. Y., 276 p.
12. Carroll, A.B. (1979), A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. — Vol. 4(4). — P. 500.
13. Davis, K. (1960), Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. — Vol. 2 (3). — P.70.
14. Green Paper EC «Promoting a European Framework for CSR» (2016), available at: [europa.eu/rapid/press-release\\_DOC-01-9\\_en.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf). (Accessed 15 March 2016).
15. The International Business Leaders Forum (IBLF) (2016), available at: <http://www.iblfglobal.org/home>. (Accessed 20 March 2016).

Стаття надійшла до редакції 20.05.2016 р.