

А. С. Селіверстова,
д. е. н., професор, професор кафедри фінансів,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ,
ORCID ID: 0000-0002-2231-0558,
Н. В. Лосовська,
здобувач, Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів
ORCID ID: 0000-0003-3171-8771

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ

L. Seliverstova,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Department of Finance,
Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv,
N. Losovska,
competitor of a scientific degree, Chernihiv National Technological University, Chernihiv

APPROACHES TO THE FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR MANAGING BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY

Статтю присвячено розвитку теоретико-методичних підходів до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Посилення рівня конкуренції на вітчизняному ринку сприяє пошуку нових управлінських рішень, одним із яких є впровадження соціальної відповідальності у діяльність вітчизняних підприємств.

Досліджено підходи науковців до формування механізму впровадження заходів щодо соціальної відповідальності підприємства. Виділено загальні засади, а також складові організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Розглянуто підходи до визначення сутності та поняття соціальної відповідальності бізнесу та запропоновано авторський підхід до цього поняття. Наведено авторське інтерпретування поняття "організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу" та вдосконалено підхід до організаційно-економічного механізму впровадження соціальної відповідальності у діяльність вітчизняних підприємств, який включає в себе мету формування, об'єкт, суб'єкти механізму, функції, цілі та принципи формування, а також інструменти реалізації організаційно-економічного механізму.

Для розроблення механізму впровадження соціальної відповідальності на підприємстві виділено принципи соціальної відповідальності бізнесу та запропоновано функції соціальної відповідальності бізнесу розглядати у контексті їх поділу на групи: соціально-правові, соціально-економічні та соціально-культурні функції.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що їх застосування сприятиме розвитку підприємства та країни в цілому, за рахунок отриманого соціального ефекту, а також дозволить розробляти та впроваджувати оптимальні управлінські рішення щодо подальшої діяльності підприємства у міжнародному середовищі.

The article is devoted to the development of theoretical and methodical approaches to the formation of organizational and economic mechanism for managing business social responsibility. Increasing the level of competition in the domestic market promotes the search for new managerial decisions, one of which is the introduction of social responsibility in the activities of domestic enterprises.

The approaches of scientists to the formation of the mechanism of implementation of measures on corporate social responsibility are researched. The general principles, as well as components of the organizational and economic mechanism for managing business social responsibility, are highlighted. Approaches to the definition of the essence and notion of business social responsibility are considered, and the author's approach to this concept is proposed. The author's interpretation of the concept "organizational and economic mechanism of business social responsibility management" is presented and the approach to organizational and economic

mechanism of introduction of social responsibility in activity of domestic enterprises is improved that includes the purpose of formation, object, subjects of the mechanism, functions, goals and principles of formation, as well as tools for implementing organizational and economic mechanism.

To develop the mechanism of implementation of social responsibility at the enterprise, the principles of business social responsibility are identified and the functions of business social responsibility the are considered in the context of their division into groups: socio-legal, socio-economic and socio-cultural functions.

The practical value of the results obtained is that their application will contribute to the development of the enterprise and the country as a whole, with the account of the resulting social effect, and will allow the development and implementation of optimal managerial decisions for further enterprise activity in the international environment.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, організаційно-економічний механізм, функції, принципи, інструментарій, методи.

Key words: social responsibility of business, organizational and economic mechanism, functions, principles, tools, methods.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні економічні умови функціонування нашої країни, підвищення рівня конкуренції на вітчизняному ринку, загострення соціальних та екологічних проблем вимагають від сучасних підприємств реалізації підходів не лише до економічних результатів своєї діяльності, а й до розробки методів управління соціальною відповідальністю бізнесу, яка породжує нові відносини між суб'єктами господарювання, державою та громадськістю. Тому управління соціальною відповідальністю бізнесу та чіткий, зрозумілий і прозорий підхід до організації цього процесу на сучасному етапі розвитку економіки є особливо необхідним та важливим.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичною основою формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу присвячено ряд наукових та прикладних досліджень в Україні та за кордоном. Вагомий внесок у розвиток теорії соціальної відповідальності бізнесу зробили такі вчені: М. Альберт, Д. Баюра, О. Березіна, Х. Боуен, А. Вільямс, В. Воробей, Т. Горохова, О. Грушнова, А. Денисюк, В. Довбня, І. Жиглей, Ф. Котлер, Є. Коваленко, О. Лазаренко, І. Малик, М. Мескон, Т. Саваєва та інші. Дослідження економістів з цієї проблематики переважно стосуються загальних підходів до побудови, розроблення та реалізації підходу формування соціальної відповідальності бізнесу.

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

У працях вітчизняних дослідників висвітлено теоретичні підходи та запропоновано універсальні рекомендації, які часто не враховують особливостей функціонування та управління підприємств різних галузей.

Отже, важливим питанням сьогодення є удосконалення теоретико-методичних основ реалізації соціальної відповідальності окремого підприємства як невід'ємної складової підприємництва в системі національної економіки та встановлення складових організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу на рівні підприємств.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завдання дослідження полягають у комплексному вивченні тенденцій розвитку та особливостей формування та функціонування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасне суспільство функціонує в умовах гострих соціальних проблем, тому важливого значення сьогодні набувають пошук та практичне використання нових ефективних інструментів управління його сталим розвитком. Концепція соціальної відповідальності бізнесу є ефективним та апробованим міжнародними компаніями інструментом забезпечення сталого розвитку як суспільства, так і країни в цілому. Реалізація концепції соціальної відповідальності бізнесу передбачає не тільки розробку певної соціальної стратегії, але також створення системи контролю, зворотного зв'язку, інфраструктури.

Ефективність концепції соціальної відповідальності бізнесу залежить від створення з боку держави стимулів, що сприяють вигідній співпраці в сферах підвищення іміджу компанії, стійкості розвитку та конкурентоспроможності.

Важливість розвитку соціальної відповідальності бізнесу полягає в мінімізації компаніями негативних наслідків своєї виробничої діяльності, у вирішенні проблем глобального і місцевого розвитку, у формуванні атмосфери передбачуваності, довіри та спільних цінностей в суспільстві. Бізнес завдяки соціальній відповідальності стає більш стійким в економічному та соціальному плані, отримує можливість збільшення своїх нематеріальних активів.

Сучасне розуміння соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством, безумовно, виходить за рамки задоволення інтересів акціонерів та інвесторів. Сьогодні як широкою громадськістю, так і науковим співтовариством визнається, що бізнес як невід'ємна частина суспільства не може діяти в ізоляції від нього і тому повинен враховувати інтереси більш широких верств населення [1, с. 62].

Соціальну відповідальність бізнесу інтерпретують з різних позицій. Деякі автори визначають соціальну відповідальність бізнесу як вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту суспільства за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів. У загальному розумінні соціальна відповідальність — це всі дії компанії, які позитивно впливають на суспільство [2, с. 67].

В іншому тлумаченні під соціальною відповідальністю бізнесу розуміється поведінка, що забезпечує досягнення балансу інтересів всіх сторін-учасниць у сфері соціально-економічних відносин з урахуванням як со-



Рис. 1. Функції соціальної відповідальності бізнесу

ління, взаємодію ланок, встановлює підпорядкованість та розподіляє відповідальність.

Об'єктом організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу є система соціальних та економічних відносин, що складається в процесі діяльності між різними суб'єктами цієї діяльності на різних рівнях управління. Суб'єктами цього механізму виступають сторони управління соціальною відповідальністю, до яких слід віднести державу, власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськість.

Основними цілями реалізації організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу є: сприяння сталому розвитку підприємства і економіки в цілому, оздоровленню навколишнього середовища і підвищенню добробуту суспільства.

Соціальною відповідальністю бізнесу як найважливіший механізм задоволення інтересів суб'єктів ринку реалізує своє значення через призму функцій. Основними функціями підприємства є загальнонаукові функції управління: організаційна, інформаційна, аналітична, регулююча, стимулююча, планування та прогнозування, моніторинг, контроль. Стрижневою функцією є саме соціальна, оскільки успішна реалізація концепції соціальної відповідальності спрямована на створення умов для соціального розвитку в інтересах бізнесу, суспільства і держави, вимагає ефективних скоординованих дій усіх суб'єктів соціальної взаємодії [4, с. 78].

ціальної і економічної ефективності, так і принципів соціальної справедливості [3, с. 45].

Проаналізувавши підходи сучасних економістів, вважаємо, що соціальна відповідальність бізнесу — це добровільна діяльність, спрямована на стійкий розвиток суб'єкта господарювання по добросовісному 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.

Цілями соціальної відповідальності бізнесу є:

- стійке економічне зростання,
- громадська згода,
- розвиток людського потенціалу.

Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу — це сукупність 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.

Відповідно до принципів системного підходу організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу як система повинен мати певну структуру. Структура визначає стійкі зв'язки і відносини всередині, основні напрями управлінського впливу, що забезпечує цілісність механізму. Обґрунтування структури механізму є одним із ключових завдань розроблення концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Як і будь-яка система управління, організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу складається із керуючої та керованої підсистем, які взаємопов'язані між собою. Керованою підсистемою є саме соціальна відповідальність підприємства, а зміст і структуру керуючої підсистеми, яка є основою механізму управління, становлять цілі та функції управління, що потребують детального аналізу й обґрунтування.

Функції управління реалізуються через організаційну структуру управління соціальною відповідальністю. Отже, важливим елементом механізму є організаційна структура управління соціальною відповідальністю. Організаційна структура впорядковує процес управ-

Відповідно до цього твердження, всі функції соціальної відповідальності бізнесу доцільно поділити на групи (рис. 1).

Організаційно-економічний механізм управління соціальною відповідальністю бізнесу, як і будь-яка система, повинен діяти на основі певних принципів.

На думку І.О. Ахновської та О.Ю. Лепіхової, слід виділяти такі принципи соціальної відповідальності: відкритість; системність; значущість; недопущення конфліктів [5, с. 43].

Однак Є.В. Коваленко у своєму дослідженні пропонує застосовувати такі принципи: доцільність; динамічність; адекватність; ефективність; комплексність; збалансованість; передбачуваність; прозорість та врахування громадської думки [6, с. 52].

І.Ю. Беляєва та М.М. Пухова виділяють принципи: системність; суспільна значимість; комплексність; транспарентність; підзвітність; включення всіх заходів до основної господарської діяльності; суттєвість заходів; встановлення зворотного зв'язку [7, с. 21].

На нашу думку, орієнтація на зазначені принципи, сприятиме розробленню та запровадженню ефективних заходів щодо інтеграції соціальної відповідальності в систему управління підприємством. Однак для побудови ефективного організаційно-економічного механізму, необхідно врахувати функції, що виконує соціальна відповідальність.

Незважаючи на свою відносно нову функціональність у суспільстві, практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу уже створила певні принципи, серед яких доцільно виділити наступні:

- баланс інтересів держави, бізнесу та працюючих;
- дотримання правових норм і стандартів;
- добросовісне виконання угод, підписаних в рамках соціального партнерства;
- ефективність роботи та раціональність використання ресурсів (матеріальних, фінансових, інтелектуальних, людських);

— добровільність прийняття та виконання додаткових соціальних зобов'язань, не передбачених чинним законодавством;

- різноманітність форм і методів реалізації;
- звітність та системність;
- відкритість до діалогу з зацікавленими особами.

Важливе місце в організаційно-економічному механізмі управління соціальною відповідальністю займає інструментарій реалізації цього механізму. Основне завдання інструментарію — забезпечити такі організаційні умови, щоб компанія виконувала всі поставлені перед нею економічні завдання. У менеджменті інструментами впливу керуючої системи на керовану вважають методи, стимули, важелі, санкції та ресурси. Інструментарій реалізації організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу складається з таких основних складових:

- 1) інструменти економічного характеру;
- 2) інструменти організаційного характеру;
- 3) інструменти соціального характеру.

Оцінку соціальної відповідальності бізнесу здійснюють на основі методичних підходів, які можна розподілити на методики соціальної звітності, індексний і рейтинговий методи, кількісні та якісні методи. Методика соціальної звітності передбачає підготовку звітності підприємств за міжнародними стандартами: COP — Communication on Progress; Account Ability 1000; Global Reporting initiative — GRI або на власний розсуд підприємства за показниками та функціональною структурою.

У вітчизній та міжнародній практиці набули широкого використання індексні та рейтингові методи: Dow Jones Sustainability Index; Index Domini Social Investment (DSI 400); Index FTSE4Good; Corporate Philanthropy Index; London Benchmarking Groups Method.

Внутрішню соціальну відповідальність бізнесу визначають за допомогою модифікованої матриці SPACE-аналізу або на основі експертної оцінки.

Індекс прозорості та підзвітності є популярним для визначення рівня соціальної відповідальності бізнесу для вітчизняних компаній.

Всебічне оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу може бути забезпечене комбінуванням якісних та кількісних методів.

Відповідно до наведених підходів до оцінки соціальної відповідальності, вважаємо, що слід виділяти часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники та враховувати відповідність цілям, критерії міжнародних стандартів та галузеву специфіку оцінюваного суб'єкта господарювання.

Метою формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу є забезпечення сприятливих організаційних та економічних умов для здійснення соціально направленої діяльності.

ВИСНОВКИ

Розвиток соціальної відповідальності відіграє важливу роль в управлінні компаніями, проте у вітчизняній практиці вона застосовується недостатньо. Хоча соціальна відповідальність є приватною ініціативою, значного розвитку вона отримує за рахунок стимулювання з боку представників суспільства і влади. Отже, соціальна відповідальність бізнесу є необхідністю як для власників підприємств, так і для працівників, споживачів товарів і послуг, ділових партнерів, державних інститутів та суспільства в цілому. Поєднання інтересів всіх цих сторін відображає необхідність соціальної відповідальності, яка націлена на досягнення соціальної злагоди.

Важливим завданням сьогодення є побудова ефективного організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Визначено, що основними елементами формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відпо-

відальністю бізнесу є: мета формування, об'єкт, суб'єкти механізму, функції, цілі та принципи формування, а також інструменти реалізації організаційно-економічного механізму.

Подальшого наукового обґрунтування потребує комплексна оцінка системи показників ефективності впровадження організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу.

Література:

1. Харючи С.Н. О необходимости законодательного стимулирования социальной ответственности бизнеса. Юридический мир. 2008. № 11. С. 61—64.
2. Файдор М. Ответственность бизнеса. Деловой мир. 2008. № 5. С. 66—69.
3. Шинкаренко О.Н. Корпоративная социальная ответственность и социальная (нефинансовая) ответственность. Кадры предприятия. 2013. № 7. С. 43—56.
4. Кужель В.В., Танасійчук Ю.В. Реалізація функцій соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 15. С. 77—80.
5. Ахновська І.О., Лепіхова О.Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. Економіка і організація управління. 2016. № 1 (21). С. 36—44.
6. Коваленко Є.В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю. Економіка і Фінанси. 2017. № 2. С. 47—57.
7. Беляева І.Ю., Пухова М.М. Интеграция корпоративной социальной ответственности в систему корпоративного управления России. Экономические системы. 2017. Том 10, № 2 (37). С. 20—23.
8. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.
9. Селіверстова Л.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Актуальні проблеми економіки. — 2015. — № 7. — С. 309—314.

References:

1. Kharyuchi, S.N. (2008), "On the need for legislative incentives for social responsibility of business", *Legal world*, vol. 11, pp. 61—64.
2. Faydor, M. (2008), "Business Responsibility", *Business world*, vol. 5, pp. 66—69.
3. Shinkarenko— O.N. (2013), "Corporate social responsibility and social (non-financial) responsibility", *Personnel of the enterprise*, vol. 7, pp. 43—56.
4. Kuzhel, V.V. and Tanasischuk, Yu. V. (2014), "Realization of functions of social responsibility of business at enterprises of agro-food industry". *Investments: practice and experience*, vol. 15, pp. 77—80.
5. Akhnovskaya, I. O. and Lepikhova, O. Yu. (2016), "The Mechanism of Introduction of Corporate Social Responsibility at Ukrainian Enterprises", *Economics and management organization*, vol. 1 (21), pp. 36—44.
6. Kovalenko, Ye. V. (2017), "Formation of organizational and economic mechanism for managing corporate social responsibility", *Economics and Finance*, vol. 2, pp. 47—57.
7. Belyaeva, I. Yu. and Pukhova, M. M. (2017), "Integration of Corporate Social Responsibility into the Corporate Governance System of Russia", *Economic systems*, vol. 10, No. 2 (37), pp. 20—23.
8. svb.ua (2013), "Strategies for the development of social outlook in Ukraine", available at: http://svb.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf (Accessed 05 July 2019).
9. Seliverstova, L.S. (2015), "Formation of the strategy of corporate social responsibility", *Actual problems of the economy*, vol. 7, pp. 309—314.

Стаття надійшла до редакції 09.07.2019 р.