

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Шаповал Валентина Михайлівна**

**УДК 330.8:338.24:174.4**

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Спеціальність 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки**

**Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора економічних наук**

**Дніпропетровськ – 2012**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Державному вищому навчальному закладі «Національний гірничий університет» Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України (м. Дніпропетровськ)

**Науковий консультант:** доктор економічних наук, професор  
**Задоя Анатолій Олександрович**,  
Дніпропетровський університет економіки та права  
імені Альфреда Нобеля, перший проректор

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор,  
заслужений діяч науки і техніки України  
**Петруня Юрій Євгенович**,  
Академія митної служби України Міністерства  
освіти і науки, молоді та спорту України  
(м. Дніпропетровськ), перший проректор – проректор  
з науково-педагогічної роботи та інноваційної  
діяльності

доктор економічних наук, професор  
**Осецький Валерій Леонідович**,  
Київський національний університет імені Тараса  
Шевченка Міністерства освіти і науки, молоді та  
спорту України, професор кафедри економічної  
теорії

доктор економічних наук, професор  
**Задорожний Григорій Васильович**,  
Харківський національний університет імені  
В.Н. Каразіна Міністерства освіти і науки, молоді  
та спорту України, професор кафедри економічної  
теорії та економічних методів управління

Захист відбудеться «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 р. об \_\_\_\_\_ годині на  
засіданні спеціалізованої вченої ради Д 08.080.01 при Державному вищому  
навчальному закладі «Національний гірничий університет» за адресою: 49005,  
м. Дніпропетровськ, проспект К. Маркса, 19, ауд. 10/409.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Державного вищого  
навчального закладу «Національний гірничий університет» за адресою: 49005,  
м. Дніпропетровськ, проспект К. Маркса.

Автореферат розісланий «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради

В.М. Дереза

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Одним із центральних інститутів і головною рушійною силою ринкової економіки є підприємництво. Без нього не може гармонійно розвиватися жодна держава. Адже саме підприємництво значною мірою визначає темпи економічного зростання, динаміку та структуру валового внутрішнього продукту, а підприємець, відповідно, є домуніючим суб'єктом, центральною фігурою функціонування і розвитку ринкового господарства. Разом з тим, посилення глобалізаційних процесів, які певною мірою типізують процеси підприємницької діяльності, обмеженість бюджетних джерел фінансування соціальної сфери, необхідність вирішення нагальних екологічних проблем, виникнення нового типу споживача, вибір якого ґрунтується не лише на якісних характеристиках товару, що пропонується, але і на етичній поведінці компанії, призвело до формування нових цільових настанов для сучасних бізнес-організацій, які повинні орієнтуватися не лише на потреби ринку у певних товарах і послугах, але і на загальнолюдські цінності. Зрештою, усе це сприяло посиленню соціальної спрямованості підприємництва, виникненню феномену соціальної відповідальності і свідчить про те, що для сталого розвитку суспільства сьогодні і, особливо, в майбутньому, однієї ефективності економіки замало, необхідно ураховувати інтереси широкого кола людей, яких торкається підприємницька діяльність.

Підприємництво та його соціально-економічні функції завжди знаходилися в центрі уваги насамперед західних дослідників, серед яких необхідно перш за все назвати: М. Алле, Л. Вальраса, М. Вебера, Ф. Візера, Г. Гільдебранда, Е.Дж. Долана, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля, В. Зомбарта, Р. Кантільона, Б. Карлоффа, Ф. Кене, І. Кірцнера, Ж.Б. Кольбера, Р. Коуза, А. Коула, Д.Е. Ліндсея, Х. Мангольда, А. Маршалла, Л. Мізеса, Дж.С. Мілля, К. Мінгера, А. Монкретьєна, Ф. Найта, М. Пітерса, Д. Рікардо, В. Рошера, Ж.-Б. Сея, А. Сміта, Дж. Тюнена, А. Тюрго, О. Уільямсона, Ф. Хайєка, Р. Хізрича, А. Хоскінга, Г. Шмоллера, Й. Шумпетера та ін.

У сучасній вітчизняній економічній, філософській, соціологічній і політологічній літературі вивчення й аналіз підприємництва як особливого суспільного явища пов'язане з іменами З. Варналія, А. Гальчинського, А. Кредісова, І. Лукінова, М. Михальченка, С. Мочерного, Ю. Павленка, Ю. Пахомова, Ю. Пачковського, В. Пилипенка, В. Сизоненка, С. Соболя, Є. Суїменка, А. Філіпенка та ін.

Питання ділової етики, соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності стали теж предметом досліджень насамперед західних фахівців. Серед зарубіжних досліджень, які безпосередньо присвячені розгляду проблем підприємницької етики, затвердження соціальної відповідальності у підприємницькому середовищі, тобто затвердження відповідної системи цінностей, слід виділити, насамперед, праці Г. Боуена, Т. Веблена, К. Девіса, П. Друкера, Е. Карнегі, А. Керолла, Дж. МакГуіра, Г. Мюрдаля, Р. Оуена, М. Портера, Дж. Поста, Л. Престона, С. Сакс, С. Сеті, М. Фрідмена, Р. Фрімена, П. Хейне та ін. Варто зазначити, що і у західній

літературі до сьогодні відсутня єдина думка стосовно феномену соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, його особливостей, сфер та рівнів прояву, критеріїв оцінки. Разом з тим, на Заході постійно ведуться серйозні наукові й практичні дослідження цього явища.

Певні досягнення у дослідженні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності має й російська економічна наука. Найбільш істотні результати отримали такі автори, як І. Беляєва, Ю. Благов, М. Ескіндаров, С. Івченко, М. Корсаков, О. Костін, С. Литовченко, М. Ліборакіна, С. Перегудов, Т. Сіваєва, І. Соболева, С. Туркін та ін.

В той же час, категорія соціальної відповідальності підприємництва поки що не стала предметом спеціального вивчення з боку українських дослідників. Вітчизняні наукові публікації щодо проблем становлення соціальної відповідальності, хоч і почали з'являтися останнім часом (М. Бутко, В. Воробей, Н. Галан, З. Галушка, А. Гулевська-Черниш, Г. Задорожний, С. Мельник, В. Осецький, Ю. Петруня, М. Саприкіна, М. Царик, М. Широкова, М. Юрков та ін.), усе ж таки є нечисленими і розрізненими, відрізняються несистемністю і мають ряд особливостей. Зокрема, об'єктом дослідження насамперед стають великі компанії, які діють на міжнародних ринках та/або виходять на ринки капіталу; лише окремі аспекти соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності (наприклад, благодійність), які частіше за все розглядаються з філософського і соціологічного погляду, а, наприклад, питання взаємодії держави, підприємницьких кіл і громадянського співтовариства у сфері реалізації концепції соціальної відповідальності та її інституціональної підтримки лишаються поза увагою. По-друге, як теоретики, так і практики часто намагаються копіювати моделі, схеми і механізми соціальної відповідальності, які діють на Заході, недостатньо узгоджуючи їх з українськими реаліями, забуваючи про те, що соціальна відповідальність як добровільна ініціатива підприємництва існує у конкретному суспільстві, у межах певного національного середовища. Те, що в одній країні є добровільним, в іншій може бути законодавчо закріпленим обов'язком. Тому не можна один і той же підхід, вважаючи його найкращим прикладом, вилучати з одного контексту і поміщати в інший. По-третє, аналіз інформаційної бази свідчить про те, що в Україні практично відсутня інформація про кращі практики соціальної відповідальності (за виключенням окремих спеціалізованих видань, які є доступними лише фахівцям). Усе це обмежує рух досліджень, звужує масштаби вивчення досвіду, дослідження поведінки і сприйняття соціальної відповідальності, та підтверджує факт виникнення розриву між практичною потребою узагальнення наявного досвіду соціальних практик і відсутністю теоретичного обґрунтування подальшої активізації соціально відповідальної діяльності українських компаній. Це особливо очевидно на фоні тієї уваги, яка приділяється розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в розвинених зарубіжних країнах.

Варто визнати, що, незважаючи на майже двадцятилітній період свого розвитку, українське підприємництво ще не стало на позиції соціальної відповідальності. Як показує практика, у сучасній Україні ще не сформовані традиції соціально відповідального ведення бізнесу. Й лише останнім часом

деякі компанії почали заявляти про соціальну відповідальність як про свою бізнес-стратегію. До того ж уявлення про соціальну відповідальність серед українських підприємців до сьогодні лишаються розмитими, й це зумовлює значну варіативність форм соціальної діяльності на різних підприємствах (по-суті, кожне українське підприємство шукає власний баланс між економічною ефективністю і соціальною необхідністю).

Отже, актуальність теми дисертаційної роботи пов'язана з необхідністю подальшого обґрунтування теоретичних засад та можливостей впровадження соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємництва в Україні з метою об'єднання зусиль держави, підприємницьких інститутів і громадянського співтовариства для вирішення ключових соціально-економічних проблем країни та сталого розвитку вітчизняних бізнес-організацій. Це й зумовило вибір теми дисертаційної роботи, постановку мети та відповідних наукових завдань.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційне дослідження виконане в Державному ВНЗ «Національний гірничий університет» за темами «Становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні» (державний реєстраційний номер 0108U006516) та «Розробка еколого-економічної моделі оптимального розвитку вугільної галузі регіону» (державний реєстраційний номер 0108U000548). Безпосередньо автором проаналізовано проблеми становлення, розроблено мотиваційний механізм та окреслено тенденції розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, а також на прикладі ПАТ «ДПЕК Павлоградвугілля» здійснено оцінку соціально відповідальної поведінки в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є вдосконалення існуючих методологічних підходів і теоретичних положень щодо формування соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності та визначення перспектив її розвитку в умовах України.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішені такі наукові завдання:

- розроблено теоретико-методологічні засади підприємництва та виявлено на цій основі сутність і зміст його соціальних функцій;
- визначено концептуальні підходи до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності та уточнено зміст даної категорії;
- виявлено ціннісні чинники та визначено їх роль у формуванні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності;
- досліджено генезис соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, виявлено її основні етапи та особливості;
- обґрунтовано мотиви соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності та виявлено її переваги;
- обґрунтовано роль державного стимулювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності;
- виявлено форми прояву соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва на корпоративному, регіональному та суспільному рівнях;

– виявлено особливості оцінки рівня соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, її інструментів та способів;

– обґрунтовано механізми корпоративного, державного та міжнародного регулювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності;

– обґрунтовано чинники, що визначають перспективний стан соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємництва в Україні;

– визначено перспективність соціально відповідальної поведінки суб'єктів українського підприємництва в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності.

*Об'єктом дослідження* виступають процеси становлення та розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретико-методологічних положень та практичних підходів до формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності.

**Методи дослідження.** Дослідження, насамперед, ґрунтується на теоретичних положеннях провідних зарубіжних і вітчизняних учених-економістів, присвячених проблемам підприємницької діяльності. Крім того, теоретичну і методологічну основу дослідження склали фундаментальні положення сучасної економічної теорії, праці представників економічних шкіл і напрямків – прихильників синтезу етичних і економічних цінностей в методології економічної науки, які займаються розробкою концепцій сталого розвитку та соціальної відповідальності підприємництва.

Для вирішення завдань, поставлених у дисертаційній роботі, було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: *історичний* – для опису історичного розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності; *аналізу та синтезу* – при аналізі сутності поняття «соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності» та обґрунтуванні власного підходу до його визначення; *порівняльного аналізу, метод узагальнення даних* – для дослідження існуючих моделей соціальної відповідальності; *абстрактно-логічний* – при визначенні особливостей соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні та окресленні чинників впливу на її становлення і розвиток; *статистичного аналізу* – при дослідженні соціально відповідальної діяльності суб'єктів підприємництва в Україні; *групування та класифікації* – при систематизації форм прояву та удосконаленні класифікації рівнів соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності; *економіко-математичного моделювання* – для оцінки соціально відповідальної поведінки в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності та інші.

*Інформаційну базу дослідження* склали монографічна та інша наукова література за темою дисертації; періодичні видання; документи міжнародних організацій; аналітичні матеріали зарубіжних і вітчизняних організацій та установ, що займаються дослідженням проблем соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, експертними розробками та оцінкою соціально відповідальної діяльності; матеріали науково-практичних конференцій і семінарів; інтернет-сайти міжнародних організацій, українських і

зарубіжних компаній; нефінансові звіти бізнес-організацій; офіційні дані Державного комітету статистики України.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що на основі застосування системного підходу розроблена авторська концепція соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, де обґрунтовано нові методологічні підходи і теоретичні положення щодо формування та розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах. При цьому:

*вперше:*

– визначено соціальну відповідальність суб'єктів підприємництва як багатоаспектне явище, що, по-перше, акумулює вплив різних суспільних інститутів (держави, політичних партій і рухів, релігії, профспілок, громадських організацій тощо), по-друге, виступає як інститут узгодження інтересів держави, суспільства і суб'єктів підприємництва в економічній, екологічній та соціальній сферах, по-третє, є суттєвою ознакою рівня розвитку соціально-економічних відносин у суспільстві і, по-четверте, є інструментом підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнес-організації шляхом реалізації системи послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів, які здійснюються на основі постійної взаємодії із стейкхолдерами і націлені на зменшення ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища, довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації компанії. Визначено, що соціальна відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності є дійовим лише за умови взаємної зацікавленості (як бізнес-організації, так і усіх її стейкхолдерів) у його впровадженні: у такому разі всі суб'єкти зможуть отримувати свої переваги від соціальної відповідальності, які одночасно будуть виступати і у ролі стимулів для всіх учасників цього процесу;

– виявлено чинники, які сприяють формуванню соціально відповідальної поведінки українських підприємців та які стримують цей процес. Доведено, що детермінанти стримування знаходяться в особливостях умов становлення суб'єктів підприємництва в Україні, специфіці політико-економічної ситуації в країні, відсутності єдиних орієнтирів соціальної політики, а звернення до соціальної відповідальності в Україні – це, з одного боку, реакція на загальносвітові тенденції та умови глобальної конкуренції, а, з іншого, це результат еволюції соціально-економічного мислення суб'єктів підприємницької діяльності, усвідомлення ними значимості соціального іміджу для сталого, збалансованого функціонування компаній;

– обґрунтовано основні тенденції розвитку соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності в Україні. Визначено, що економічні кризи впливають на соціально відповідальну поведінку через вдосконалення проектування соціальних програм; відмову від неефективних програм і проектів; усвідомлення суб'єктами підприємництва важливості ведення бізнесу на принципах соціальної відповідальності, об'єднання своїх зусиль і ресурсів та запровадження креативних форм співпраці. Доведено, що перспективний стан соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні буде пов'язаний з певним переусвідомленням змісту та

завдань щодо соціально відповідальної поведінки, а форми прояву будуть визначатися не лише реальними умовами функціонування бізнес-організацій, а й особливостями мислення та поведінки суб'єктів підприємницької діяльності;

*удосконалено:*

– класифікацію рівнів соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності за сферами реалізації. Запропоновано виділення наступних рівнів соціальної відповідальності, що надає можливість більш повно відобразити сучасний стан розвитку цього явища: перший – сумлінне виконання своїх прямих зобов'язань перед суспільством і державою відповідно до встановлених норм; другий – підтримка і розвиток персоналу бізнес-організації; третій – підтримка і розвиток місцевих громад, території діяльності; четвертий – участь бізнес-організації у розвитку всього суспільства, адекватному вирішенні національних проблем і завдань;

– систему завдань основних учасників процесу реалізації соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, яка враховує не лише завдання держави та бізнес-організацій, але й окремих індивідів – суб'єктів підприємницької діяльності, як членів суспільства, оскільки лише комплексне вирішення сформульованих завдань сприятиме підвищенню рівня соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва;

– оцінку соціально відповідальної поведінки в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності, зокрема доведено, що збільшення чисельності персоналу за певних умов зумовлює зростання виручки від реалізації продукції, збільшення середньої заробітної плати може позитивно впливати на рівень продуктивності праці в бізнес-організації, що у свою чергу, сприяє покращенню ринкових показників діяльності бізнес-організації, а своєчасна виплата заробітної плати, її поступове підвищення впливає на динаміку доходів місцевих бюджетів;

*дістало подальшого розвитку:*

– наукові уявлення щодо змісту соціальних функцій підприємництва, які запропоновано розглядати як особливий вид підприємницької ініціативи, яка породжує систему взаємовідносин і взаємодій, у центрі яких знаходиться людина, її добробут, життєзабезпечення, безпека, соціальний розвиток. Виявлено, що на розвиток соціальних функцій підприємництва домінуючий вплив справляють нематеріальні чинники, зокрема: зовнішні нормативно-ринкові (державний вплив на підприємництво, тиск суспільства на підприємництво, тиск ринку на підприємництво); зовнішні національно-історичні (національні особливості, культурні традиції); внутрішні (системи цінностей суб'єктів підприємництва);

– теоретичні основи щодо впливу ціннісних чинників на формування соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності. Зокрема доведено, що соціально відповідальна поведінка містить в собі сукупність настанов, цінностей і етичних норм, набутих в процесі соціалізації підприємництва. Становлення соціально відповідального підприємництва є становленням особливої форми громадянської свідомості, носій якої оцінює себе і свою діяльність як з власне-індивідуальних інтересів, так і з точки зору інтересів суспільства;



– наукові уявлення щодо змісту взаємодії підприємницького співтовариства і держави з точки зору реалізації принципів соціальної відповідальності. Зокрема виявлено, що соціальна відповідальність у результаті цієї взаємодії виступає як синергетичний ефект, оскільки дає змогу державі та бізнес-співтовариству задовольняти як власні інституціональні потреби, так і відповідні вимоги суспільства, а також активно впливати одне на одного у своїх цілях, що, зрештою, зумовлює взаємну відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності та держави перед суспільством, а також урахування інтересів підприємців не лише в економічній, але й у соціальній сферах;

– теоретичні основи визначення форм прояву соціальної відповідальності, зокрема доведено, що компанії несуть соціальну відповідальність, ухвалюючи відповідні рішення, не стільки на основі домінуючих постулатів філософії ведення бізнесу, скільки зважаючи на наявні можливості та враховуючи специфіку конкурентного середовища і тенденції його розвитку. Форми прояву соціальної відповідальності найчастіше є позитивною реакцією на зовнішній запит і визначаються за принципом доцільності (наприклад, персонал) та актуальності (наприклад, дитячі та молодіжні проекти, програми з охорони довкілля). Таким чином, рівень соціальної відповідальності тієї чи іншої бізнес-організації залежить від умов функціонування та від того, на якому реальному рівні розвитку вона знаходиться і якими ресурсними можливостями володіє для відповідної поведінки у цій сфері;

– теоретичні основи забезпечення відповідної адекватності змісту соціального (нефінансового) звіту як інструменту комунікації з внутрішніми і зовнішніми цільовими групами бізнес-організації. Зокрема визначено, що у соціальних звітах доцільно відображати не лише позитивні моменти соціальної діяльності, але й проблеми, які стоять перед бізнес-організацією, та які необхідно вирішувати, а також можливі ризики і загрози, з якими бізнес-організація може зіткнутися в процесі своєї діяльності, що особливо важливо для українського підприємництва. З одного боку, результати такого самоаналізу та самоконтролю дозволять виявити слабкі місця і відкоригувати діяльність бізнес-організації з урахуванням отриманої інформації, що, зрештою, дозволить досягти більшої економічної ефективності. З іншого боку, саме такий підхід буде сприяти підвищенню довіри до бізнес-організації з боку різних соціальних груп і свідчити про те, що її соціальна політика має послідовний і керований характер.

**Практичне значення одержаних результатів.** Наукові положення, висновки та рекомендації дисертаційного дослідження можуть бути використані як на науковому, так і на практичному рівні. Зокрема, на науковому рівні – науковими установами, аналітичними організаціями для подальшого поглиблення теоретичних уявлень щодо соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності як чинника сталого економічного розвитку. На практичному рівні – для формування державної політики розвитку соціально відповідальної діяльності в Україні й удосконалення партнерства підприємницьких кіл, держави і громадянського співтовариства; для коригування впливу держави та її органів на бізнес-організації, які інтегрують у свою діяльність принципи соціальної відповідальності; для формування й систематизації суспільних очікувань і т. д.

Зокрема, основні положення дисертаційного дослідження були використанні:

– Комітетом Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва при підготовці законопроектів «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо вдосконалення дозвільної системи у сфері господарської діяльності та застосування норм адміністративного права» (довідка №04-31/12 – 156/51233 від 24.03.2011 р.);

– Українським союзом промисловців і підприємців при формулюванні завдань Союзу та розробці відповідних заходів з метою поширення соціальної відповідальності серед суб'єктів підприємницької діяльності (довідка №02-4-324 від 28.03.2011 р.);

– Управлінням розвитку споживчого ринку та підприємництва Дніпропетровської обласної державної адміністрації при формуванні програми розвитку підприємництва в регіоні та розробці напрямків підтримки впровадження соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності з боку регіональних владних структур та місцевих громад (довідка №330/9-1-11 від 04.03.2011 р.);

– Головним управлінням економіки Запорізької обласної державної адміністрації під час розробки Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2015 року для визначення стратегічних шляхів розвитку підприємництва у Запорізькій області та формування завдань обласної державної адміністрації, як одного із секторів інституціональної підтримки, щодо поширення концепції соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в регіоні (довідка №08-26/1253 від 04.05.2011 р.).

Наукові результати автора знайшли практичне застосування і за кордоном. Зокрема, обґрунтовані автором найбільш імовірні варіанти розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в післякризовий період заслужили належну увагу і були використані Західною торгово-промисловою палатою Польщі при розробці заходів, спрямованих на підтримку підприємницької діяльності та подолання кризових явищ в регіоні, удосконалення партнерства влади, підприємницьких кіл та громадянського співтовариства, у тому числі з метою подальшого поширення ідей соціальної відповідальності (довідка Західної торгово-промислової палати Польщі, м. Вроцлав).

Положення і висновки дисертаційної роботи використовуються BARAR International Communication and Business Institute (Міжнародний інститут комунікацій і бізнесу) (Чеська Республіка) при викладанні курсу «Соціальна відповідальність бізнесу, як чинник сталого розвитку економіки» (довідка Міжнародного інституту комунікацій і бізнесу, Чеська Республіка, м. Прага).

Крім того, теоретичні положення дисертації використовуються у Державному ВНЗ «Національний гірничий університет» при викладанні дисциплін «Основи економічної теорії», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Основи підприємницької діяльності», «Корпоративна соціальна відповідальність» та ін. (довідка №03-19/192 від 27.12.2011 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій обґрунтовані нові методологічні підходи і теоретичні положення щодо подальшого розвитку концепції соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності.

Особистий внесок у роботах, опублікованих у співавторстві, відображено у переліку праць.

**Апробація результатів дисертації.** Основні теоретичні та методологічні положення, що містяться в дисертаційній роботі, були апробовані автором на міжнародних і вітчизняних наукових та науково-практичних конференціях, а саме: III Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки і підприємництва» (м. Алушта, 2006 р.); щорічній Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України» (м. Дніпропетровськ, 2006–2010 рр.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Інвестиційні та інноваційні процеси в промисловості» (м. Дніпропетровськ, 2006 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми економічної освіти і науковий прогрес» (м. Кривий Ріг, 2006 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку» (м. Київ, 2007 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки і підприємництва» (м. Алушта, 2007 р.); II міжнародній науково-практичній конференції «Інституціональні перетворення в суспільстві: світовий досвід і українська реальність» (м. Мелітополь, 2007 р.); Другій міжнародній науково-практичній конференції учених і спеціалістів «Теорія і практика підприємницької діяльності» (м. Сімферополь, 2007 р.); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2007 р.); Міжнародній конференції «Корпоративна культура і ефективність» (м. Москва, Росія, 2007 р.); шостій Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів, докторантів «Менеджмент підприємницької діяльності» (м. Сімферополь, 2008 р.); V Ювілейній Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки і підприємництва» (м. Алушта, 2008 р.); 4-й Міжнародній науково-практичній конференції «Динаміка досліджень» (м. Софія, Болгарія, 2008 р.); Днях науки (м. Запоріжжя, 2008 р.); III міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми економічної безпеки та митної політики України» (м. Дніпропетровськ, 2008 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Україна – Польща – ЄС: сучасний стан та перспективи» (м. Вроцлав, Польща, 2009 р.); I Міжнародній науковій конференції «Польща – Україна: спільна Європа» (м. Дубецько, Польща, 2009 р.); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки і підприємництва» (м. Алушта, 2009 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Наука: теорія і практика – 2009» (м. Пшемисль, Польща, 2009 р.); 5-й міжнародній науково-практичній конференції «Новини наукового прогресу – 2009» (м. Софія, Болгарія, 2009 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Передові наукові розробки – 2009» (м. Прага, Чеська Республіка, 2009

p.); IV міжнародній науково-методичній конференції «Інституціональні перетворення в суспільстві: світовий досвід і українська реальність» (м. Мелітополь, 2009 р.); VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2009 р.); III міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва» (м. Харків, 2009 р.); XVI Міжнародному науково-практичному семінарі «Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект» (м. Донецьк, 2010 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Україна – Польща – ЄС: сучасний стан та перспективи» (м. Вроцлав, Польща, 2010 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Єдина Європа» (м. Пустомити, 2010 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки і підприємництва» (м. Алушта, 2010 р.); третій міжнародній науково-практичній конференції «Післякризовий світ: глобалізація, багатополлярність, модернізація, інститути» (м. Ростов-на-Дону, Росія, 2010 р.); V Міжнародній конференції «Роль людського капіталу у розвитку країн і регіонів Центральної і Східної Європи» (м. Торунь, Польща, 2010 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Соціальні фактори сталого інноваційного розвитку економіки» (м. Мінськ, Білорусія, 2010 р.); Круглому столі «Впровадження курсу з корпоративної соціальної відповідальності в українських університетах: методологія, перші результати, перспективи» (м. Київ, 2010 р.); II міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку наукової думки» (м. Лондон–Київ, Великобританія–Україна, 2011 р.); VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю» (м. Черкаси, 2011 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Європейська наука і технології» (м. Вісбаден, Німеччина, 2012 р.).

**Публікації.** Найсуттєвіші теоретичні і практичні результати дослідження, методологічні розробки і пропозиції автора відображені у 78 публікаціях, виконаних автором самостійно та у співавторстві, у тому числі: індивідуальній монографії (24,0 ум. друк. арк.), 6 колективних монографіях, 25 статтях у фахових українських виданнях, 8 наукових працях у провідних зарубіжних виданнях та 38 публікаціях у матеріалах наукових та науково-практичних конференцій.

**Структура та обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, шести розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Структура дисертації відбиває логіку дослідження та особливості характеру розробки наукової проблеми. Основний зміст дисертації викладено на 455 сторінках. Дисертація містить 50 таблиць та 47 рисунків. Список використаних джерел включає 380 найменувань. Додатки розміщені на 19 сторінках.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, визначено об'єкт і предмет, основні завдання дослідження, викладено елементи наукової новизни, розкрито теоретичну та практичну значимість отриманих автором

результатів, форми їх апробації та використання.

У першому розділі **«Соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності в системі соціально-економічних категорій»** досліджено теоретико-методологічні засади підприємництва та уточнено на цій основі сутність і зміст його соціальних функцій; проаналізовано концептуальні підходи до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, що дало змогу запропонувати авторське визначення даної категорії; вивчено передумови формування соціально відповідальної поведінки, зокрема виявлено ціннісні чинники та визначено їх роль у формуванні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності.

Розглянуті підходи щодо визначення сутності підприємництва видатними ученими минулого і сучасності дали змогу простежити як із зміною формацій, з розвитком ринкового господарства змінювалися функції підприємництва і, відповідно, зміст і значення понять «підприємець» і «підприємництво». Разом з тим з'ясовано, що підприємницька діяльність, у свою чергу, залишає відбиток на тому чи іншому періоді розвитку суспільства, формує відповідний стиль життя, особливу систему цінностей.

Вивчення змісту та сутності функцій підприємництва дало можливість зробити висновок, що сьогодні підприємництво – це не лише особливий вид економічної діяльності, основною метою якого є максимізація прибутку. Сьогодні – це форма прояву суспільних відносин, що виникають у результаті цієї діяльності. Будь-яка підприємницька структура прагне до забезпечення максимально можливої ринкової ефективності, яка дозволяє випускати якісну продукцію, надавати якісні послуги, виплачувати дивіденди акціонерам, заробітну плату робітникам і службовцям, сплачувати податки і збори і т. ін. З огляду на це, діяльність підприємницької структури має чітко виражену соціальну складову. Разом з тим, підприємництво може мати антисоціальний характер, наприклад, якщо не виплачується заробітна плата, не сплачуються податки тощо. Але під дією нормативно-ринкових чинників – державного впливу на підприємництво, тиску різних суспільних організацій, засобів масової інформації, ринку – підприємницькі структури змушені ставати усе більш інформаційно прозорими і соціально відповідальними, хоча у деяких випадках для них це, можливо, й ірраціонально. Саме зовнішні нематеріальні чинники змушують не тільки виконувати соціальні функції, але й збільшувати соціальну активність підприємництва. Це дає змогу попередити можливі і зняти назріваючі суперечності, насамперед, у взаємовідносинах підприємництва і суспільства, що зрештою призводить до загального поліпшення доброту усього суспільства і зростання темпів економічного розвитку країни. Не менш важливе значення у розвитку соціальних функцій підприємництва мають і національно-історичні чинники, тобто національні особливості, культурні традиції, а також система цінностей тієї чи іншої підприємницької структури та безпосередня поведінка самих підприємців.

Таким чином, соціальні функції можна розглядати як особливий вид підприємницької ініціативи. Адже саме завдяки цим функціям з'являються нові форми економічних взаємовідносин, нові культурні зразки, традиції, форми спілкування, етичні та поведінкові норми, а підприємництво є тією формою

ведення господарства, яка найбільш вдало сприяє процесу становлення ринкових відносин у суспільстві.

Ідея соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності знайшла своє відображення у великій кількості наукових підходів щодо сутності, ролі та значення соціальної відповідальності, які доповнюють або ж навпаки заперечують один одного. Разом з тим, існуючі підходи можна згрупувати відповідно до принципів, що покладені в їх основу.

Інструментальний підхід, згідно якого бізнес-організація виступає інструментом для створення багатства, а вся її соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату.

Підхід з позиції соціальних вимог, згідно якого бізнес-організація має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій.

Підхід з позиції політичного впливу, який базується на тому, що бізнес-організації мають здатність впливати на суспільство, і через те повинні відповідально використовувати цю здатність.

Підхід з позиції етики, головною особливістю якого є те, що в його основі лежить ідея етичного обов'язку підприємництва та окремих менеджерів перед суспільством.

Аналіз концептуальних підходів до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності дав можливість запропонувати авторське визначення даної категорії як багатоаспектного явища (рис. 1).

Визначено також, що соціальна відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності може бути дійовим лише за умови взаємної зацікавленості (як бізнес-організації, так і усіх її стейкхолдерів) у його впровадженні: у такому разі всі суб'єкти зможуть отримувати свої переваги від соціальної відповідальності, які одночасно будуть виступати і у ролі стимулів для всіх учасників цього процесу (рис. 2). Іншими словами, соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності віддзеркалює міру чи ступінь прийняття бізнес-організацією соціально значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою мінімізації можливості нанесення збитку у сталому розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям. Це – надання переваги інтересам широких верств населення, навіть коли вони не співпадають з інтересами бізнес-середовища. Тобто це широке системне поняття, що передбачає урахування вимог як суспільства в цілому, так і всіх його структурних елементів.

При цьому варто зазначити, що підприємницькі дії слід оцінювати не тільки з економічних, а й з моральних, тобто етичних позицій – як і будь-який інший вид людської діяльності. Це пояснюється тим, що бізнес – частина суспільства, а тому дії людей, які займаються бізнесом, мають враховувати загальні правила моралі. Тому сучасне підприємництво повинно репрезентувати себе як «моральний представник» суспільства, усвідомлювати свої можливості не тільки як рівноправного учасника суспільного руху за справедливість і добробут, а й як впливового чинника формування такої культури і поведінки людей, яка базується на обов'язковості дотримання моральних добродійностей.

Рис. 1. Формування та розвиток соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності

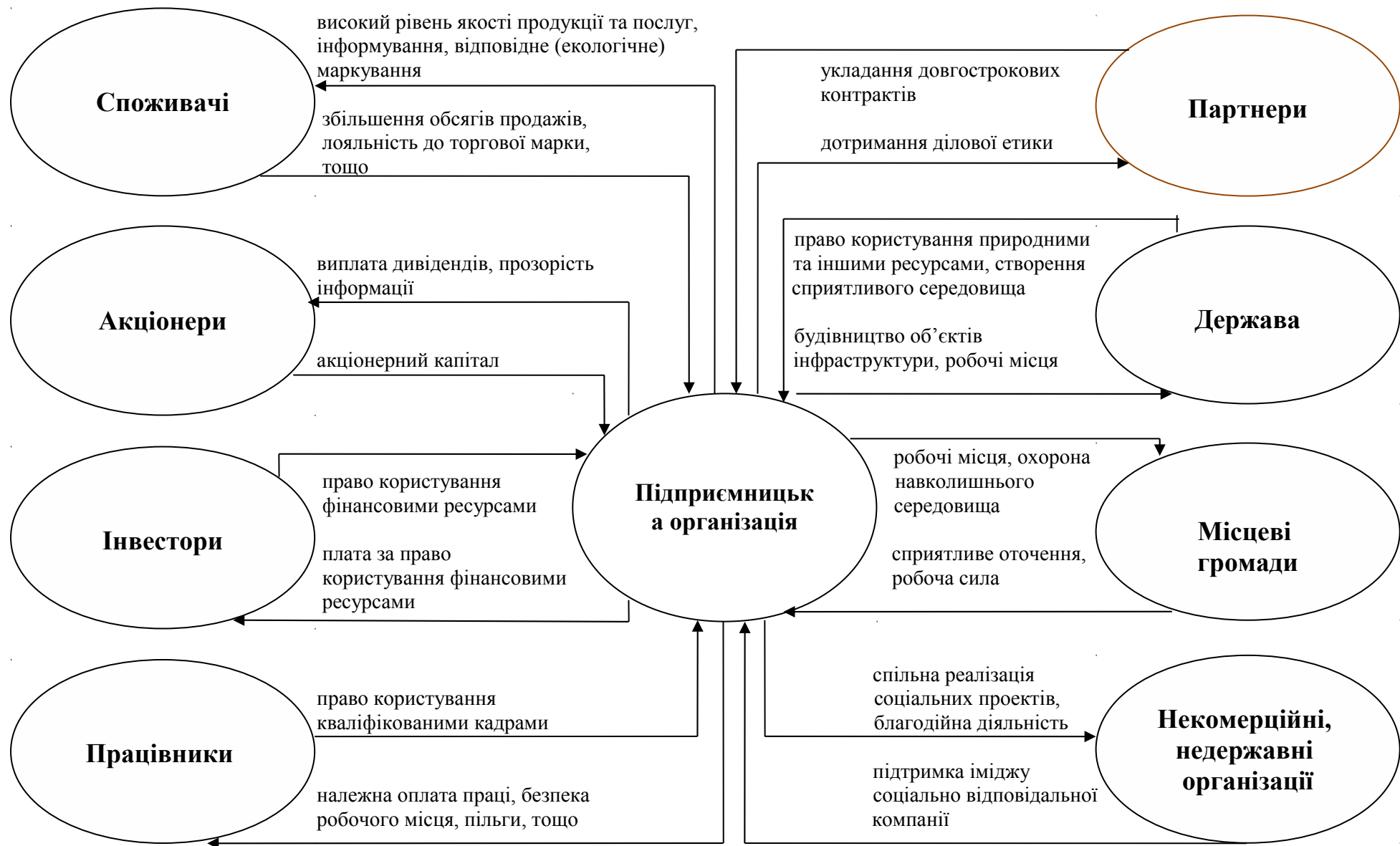


Рис. 2. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку суб'єктів підприємницької діяльності



А такі моральні чесноти, як чесність, справедливість, ощадливість, є необхідними компонентами культури і підприємця, і пересічної моральної людини.

Проведене дослідження дало змогу зробити висновок про наявність різноманітних моральних стандартів, які є основою підприємницької етики у тій чи іншій країні. Це пояснюється істотним впливом релігійних особливостей. Адже першими зафіксованими етичними нормами були релігійні настанови і саме на їх основі значною мірою формувалися моральні норми і цінності, а релігійний світогляд у цілому справляв вплив на тип господарювання в окремих регіонах світу. Незважаючи на різний ступінь впливу релігійних систем на формування підприємницької етики, саме завдяки цьому впливові моральні орієнтири підприємців визначаються такими принципами, як свобода, відповідальність, обов'язок, честь, гідність, сумління.

Усе це свідчить про те, що саме підприємницьку етику, тобто сукупність настанов, цінностей і етичних норм, слід вважати основою формування соціально відповідальної поведінки, адже вона забезпечує узгодження моральних і загальнолюдських цінностей з діловими зобов'язаннями, що, у свою чергу, дозволяє приймати більшість розсудливих рішень. Відповідно, становлення соціально відповідального підприємництва є становленням особливої форми громадянської свідомості, носій якої оцінює себе і свою діяльність як з власне-індивідуальних інтересів, так і з точки зору інтересів суспільства.

Що стосується України, то становлення етичних норм вітчизняного підприємництва має свої особливості, зумовлені специфічними рисами історичного, політичного й культурного розвитку. Щоб сформувати цивілізовані етичні основи українського підприємництва, необхідне моральне усвідомлення того, що етична поведінка більш ефективна, ніж перемога в конкуренції за допомогою неетичних способів. А для цього велике значення має позитивний вітчизняний досвід у цій сфері та традиції підприємницької етики розвинутих країн.

У другому розділі **«Особливості виникнення і розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності»** досліджено генезис соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, що дало можливість виявити етапи її становлення; обґрунтовано мотиви та виявлено переваги соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємництва; доведено значення взаємодії держави та підприємництва у розвитку соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність зазнала значних змін у часі, трансформувавшись від звичайної благодійності до сучасних форм інтеграції принципів соціальної відповідальності у стратегію бізнес-організації. Кожний наступний етап розвитку соціальної відповідальності передбачав появу нових методів і технологій, які робили стосунки між підприємництвом і цільовими групами більш ефективними.

Соціальна відповідальність сьогодні – це сфера діяльності бізнес-організації, пов'язана з добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями відносно зацікавлених груп і суспільства у цілому. А з огляду на те, що соціальна відповідальність включає філантропію, добровільну допомогу, співробітництво

з некомерційними організаціями і місцевими співтовариствами, її слід характеризувати як самостійні й етичні зобов'язання бізнес-організації.

Це дає нам підстави стверджувати, що соціальною відповідальністю повинні перейматися не лише транснаціональні корпорації та великі бізнес-організації, як це прийнято вважати, виправдовуючи свої понадприбутки, згладжуючи екологічні і соціальні дисбаланси, вирішуючи інші важливі для суспільства проблеми, які породжує діяльність цих компаній, а й малі, і середні підприємства, соціальна відповідальність яких, насамперед, полягає у тому, щоб вижити у сучасних умовах, перетворюючись у результативний, ефективний бізнес, здатний динамічно розвиватися, а, отже, і бути соціально відповідальним. Тому сучасні бізнес-організації, незалежно від того відносяться вони до корпоративного сектору чи ні, повинні усе більше уваги приділяти соціальній відповідальності. Причинами цього є: нові турботи і сподівання громадян, споживачів, інвесторів, а також влади в контексті глобалізації і масштабних змін у промисловості; зростаюча роль соціальних чинників при ухваленні рішень споживачами й інвесторами, незалежно від того фізичні чи юридичні це особи; зростаюче занепокоєння руйнівним впливом економічної і виробничої активності на навколишнє середовище; транспарентність (прозорість) бізнесу, яка підтримується сучасними медіа, інформаційними й комунікаційними технологіями.

Як показали результати дослідження, мотивація соціально відповідальної поведінки – це сукупність обставин, які змушують окрему особу чи компанію здійснювати відповідний акт. Вона обумовлена внутрішніми потребами індивіда чи бізнес-організації і сукупністю зовнішніх обставин, які справляють значний вплив на ухвалення рішень щодо соціально відповідальної поведінки.

Вигоди від упровадження принципів соціальної відповідальності пов'язані як з чинниками успіху бізнесу (зростання прибутковості, скорочення витрат, підвищення продуктивності, підвищення інвестиційної привабливості тощо), так і з чинниками сталого розвитку (покращання корпоративного управління, екологічних процесів, управління людськими ресурсами; економічний розвиток місцевості та розвиток громади тощо).

Іншими словами, соціальна відповідальність – це спосіб підвищити ефективність діяльності тієї чи іншої компанії як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді, це усвідомлення сталого розвитку.

Разом з тим, успіхи у просуванні ідей соціальної відповідальності значною мірою зумовлені характером відносин та рівнем взаємодії державної влади й суб'єктів підприємницької діяльності. Взагалі взаємодія підприємництва і влади, як показує світовий досвід, відображає інтереси суспільства і є важливим чинником сталого розвитку країни.

Найоптимальнішою формою взаємодії є партнерство, у межах якого представники держави й підприємницьких кіл досягають компромісу щодо взаємовигідного обміну ресурсами. Як держава, так і бізнес володіють ресурсами, доступ до яких може бути вигідним і корисним іншій стороні. Зокрема, держава володіє економічними, політичними, адміністративними, інформаційними ресурсами, а бізнес у свою чергу, фінансовими, інноваційними, експертними.

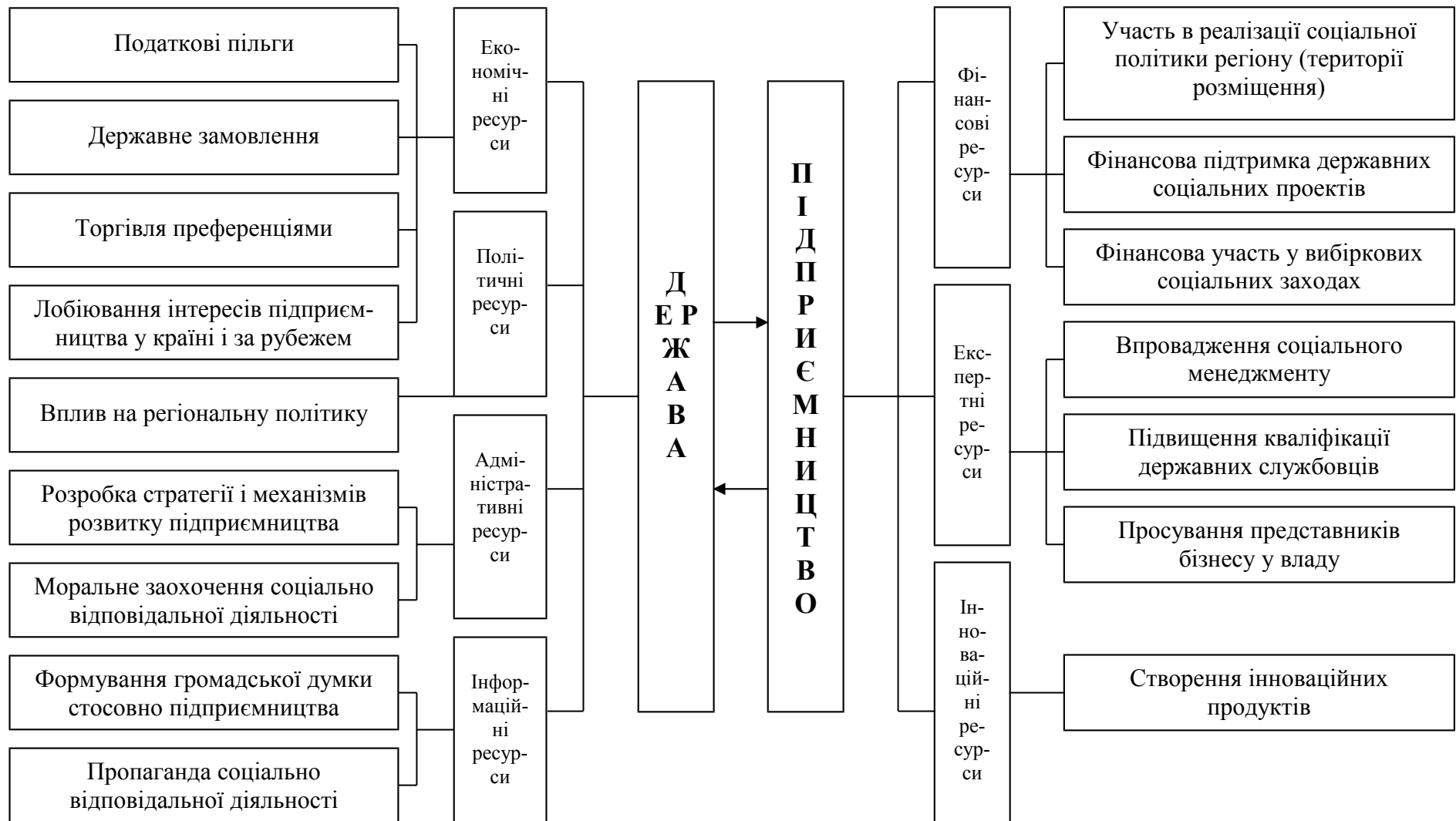


Рис. 3. Партнерська модель обміну ресурсами між державою і підприємницьким сектором

У межах зазначеної моделі обмін цими ресурсами є основою взаємодії бізнесу й держави (див. рис. 3).

Аналіз наявних у економічній літературі визначень показав, що не існує єдиного підходу до розуміння партнерства держави і підприємництва. На наш погляд, партнерство держави і підприємництва є не що інше як поєднання спільних ресурсів і можливостей для реалізації суспільно значущих проектів та програм. У цілому взаємодію держави і підприємництва на умовах партнерства слід розглядати і як умову, і як обов'язкову ознаку сучасної соціально орієнтованої економіки.

При цьому слід зазначити, що держава виступає не лише у ролі одного із учасників такої взаємодії чи партнерства, але й відіграє роль певного «медіатора», тобто посередника, від якого багато в чому залежить як система відносин сторін, так і ефект від такої взаємодії. Тобто ми можемо спостерігати синергетичний зв'язок, в основі якого лежить механізм взаємодії держави й бізнесу, які функціонують за принципово різними правилами та нормами. А соціальна відповідальність у результаті цієї взаємодії виступає як синергетичний ефект, оскільки дає змогу державі та бізнес-співтовариству задовольняти як власні інституціональні потреби, так і відповідні вимоги суспільства, а також активно впливати одне на одного у своїх цілях, що, зрештою, зумовлює взаємну відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності та держави перед суспільством, а також урахування інтересів підприємців не лише в економічній, але й у соціальній сферах.

У третьому розділі **«Форми прояву соціально відповідальної діяльності суб'єктів підприємництва»** представлено характеристику форм прояву соціально відповідальної діяльності суб'єктів підприємництва на корпоративному, регіональному та суспільному рівнях. Це дало можливість окреслити сучасні моделі соціальної відповідальності та розширити класифікацію її рівнів.

У процесі аналізу з'ясовано, що соціальна відповідальність за своєю формою і змістом багато в чому залежить від того, ким і як саме сформульовано соціальні дії. Іншими словами, весь спектр моделей соціальної відповідальності визначається дилемою: бізнес самостійно визначає розмір свого внеску в розвиток суспільства, чи офіційні й неофіційні інститути здійснюють узгодження суспільних інтересів, які потім трансформуються в обов'язкові вимоги до підприємництва. З огляду на це, соціальна відповідальність поділяється на відкриту і приховану.

Відкрита форма соціальної відповідальності передбачає добровільну та самостійну поведінку, добровільні програми і стратегії бізнес-організації з питань, які сприймаються самою бізнес-організацією чи її стейкхолдерами як частина їхньої, тобто бізнес-організації і стейкхолдерів, відповідальності перед суспільством. Прихована форма соціальної відповідальності, навпаки, передбачає вплив офіційних і неофіційних інститутів на формування соціально відповідальної поведінки бізнес-організації. Вона включає ті цінності, норми й правила, які зумовлюють обов'язкове виконання бізнес-організаціями відповідних соціальних програм чи стратегій.

Частіше за все соціальна відповідальність трактується як добровільний внесок підприємництва, пов'язаний з основною діяльністю тієї чи іншої бізнес-організації і такий, що виходить за межі визначеного законом мінімуму, у розвиток суспільства в соціальну, економічну та екологічну сфери.

Аналіз регіональних і суспільних форм прояву соціальної відповідальності дав можливість автору зробити наступні висновки:

1. Сьогодні можливості державних бюджетів, у тому числі у розвинених країнах, недостатні для фінансування сучасної соціальної сфери. Зарадити цьому можливо завдяки співпраці держави і бізнесу у вирішенні соціальних проблем.

2. Співпраця і партнерство держави і підприємництва можливі через те, що соціальна відповідальність є усвідомленою необхідністю, оскільки впровадження принципів соціальної відповідальності є одним із чинників політичної й економічної стабільності у суспільстві. Це важливо як для держави, так і для бізнесу. До того ж, бізнес може мати додаткові прибутки від своїх соціальних програм.

3. Соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності виникає й успішно розвивається у соціально відповідальній державі. Лише за активної ролі держави (підтримки та стимулювання) і громадськості у питаннях заохочення підприємців вирішувати соціальні проблеми це явище дійсно стає масовим. У відповідь на це, соціальна відповідальність в конкретних бізнес-організаціях набуває характеру обов'язкової складової діяльності.

Доведено, що бізнес-організації несуть соціальну відповідальність, ухвалюючи відповідні рішення, не стільки на основі домінуючих постулатів філософії ведення бізнесу, скільки зважаючи на наявні можливості та враховуючи специфіку конкурентного середовища і тенденції його розвитку. Форми прояву соціальної відповідальності найчастіше є позитивною реакцією на зовнішній запит і визначаються за принципом доцільності (наприклад, персонал) та актуальності (наприклад, дитячі та молодіжні проекти, програми з охорони довкілля). Таким чином, рівень соціальної відповідальності тієї чи іншої бізнес-організації залежить від умов функціонування та від того, на якому реальному рівні розвитку вона знаходиться і якими ресурсними можливостями володіє для відповідної поведінки у цій сфері.

Значний вплив справляють також зацікавлені сторони, кожна з яких має власні очікування відносно діяльності тієї чи іншої бізнес-організації, у тому числі й у сфері соціальної відповідальності. З огляду на це, при ухваленні рішень про те, що виробляти, як виробляти, для кого виробляти, соціально відповідальна бізнес-організація керується не лише критерієм ринкової доцільності, прибутковості, але і критеріями, що враховують інтереси сторін. Сьогодні неможливо ігнорувати одну або іншу зацікавлену сторону, навпаки, необхідно прагнути до досягнення збалансованості їх інтересів. Зовнішню і внутрішню відповідальність необхідно розглядати як основу виживання й успіху, самореалізації усіх працівників бізнес-організації. Тобто, з одного боку, бізнес-організація несе відповідальність за своїх суб'єктів. З іншого боку,

бізнес-організація відповідальна перед зовнішніми організаціями й у першу чергу перед суспільством, державою, іншими партнерськими організаціями.

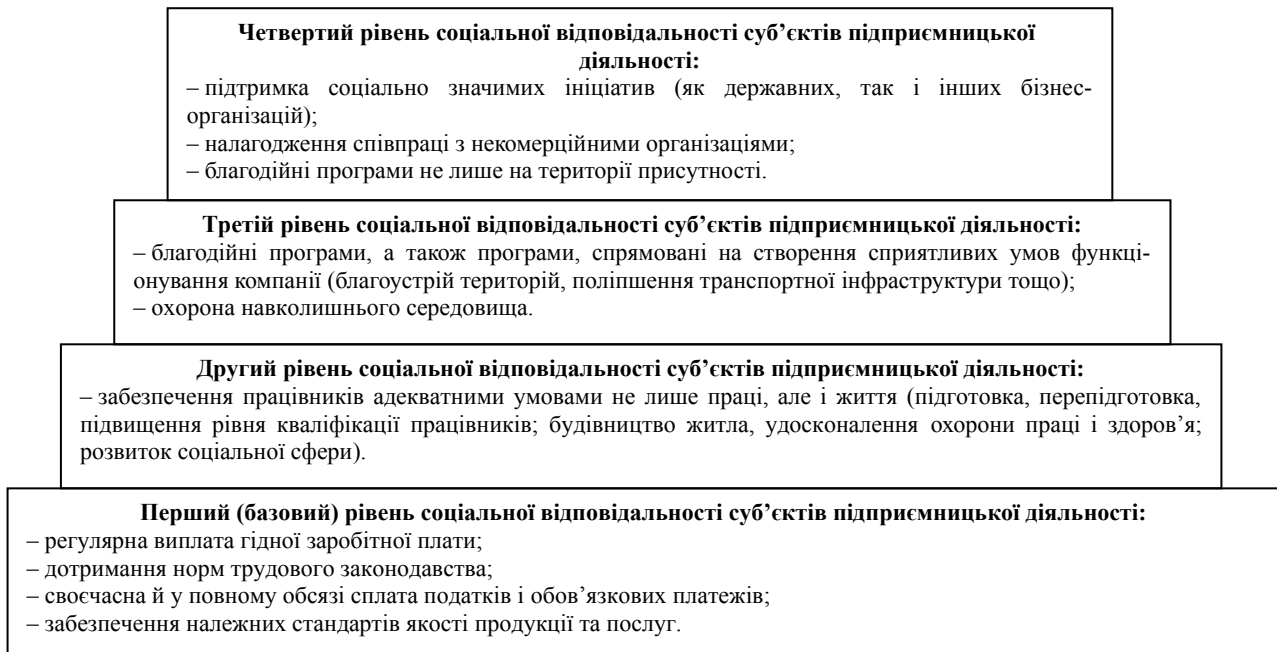


Рис. 4. Рівні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності

Дослідження форм прояву соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності дозволи автору розширити класифікацію рівнів даного явища (див. рис. 4).

У четвертому розділі «Оцінка рівня соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності» виявлено особливості оцінки рівня соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, її інструментів та способів. Зокрема, обґрунтовано значення соціальної (нефінансової) звітності для оцінювання та регулювання соціально відповідальної діяльності сучасних бізнес-організацій.

Як показує практика, у більшості випадків соціальна звітність передбачає добровільне використання стандартів і рекомендацій. Інший підхід до розвитку соціальної звітності демонструє необхідність її складання, оскільки це закріплено законодавчо. У цьому випадку всі процедури, пов'язані із складанням соціальної звітності, регламентовані відповідним законодавством. На думку автора, нефінансова звітність, як і соціальна відповідальність повинні бути добровільними.

Незважаючи на існування стандартів нефінансової звітності, як з'ясувалося в процесі дослідження, наявні відмінності таких звітів, які зумовлені: ступенем зацікавленості в них керівництва бізнес-організації; типом організації; основним контекстом (благодійні та рекламні цілі, пошук шляхів налагодження стосунків з місцевою адміністрацією тощо); практичними кроками і різними підходами до вираження солідарності із суспільством.

Соціальний звіт – це інструмент комунікації з внутрішніми і зовнішніми цільовими групами бізнес-організації. Оскільки, складання звіту дає можливість систематизувати діяльність бізнес-організації щодо реалізації соціальних програм, оцінити ефективність як кожної з них, так і діяльності в цілому, одержати інформацію для ухвалення рішень на майбутнє. У соціальних звітах, на думку автора, доцільно відображати не лише позитивні моменти соціальної діяльності, але й проблеми, які стоять перед бізнес-організацією, та які необхідно вирішувати, а також можливі ризики і загрози, з якими бізнес-організація може зіткнутися в процесі своєї діяльності, що особливо важливо для українського підприємництва. З одного боку, результати такого самоаналізу та самоконтролю дозволять виявити слабкі місця і відкоригувати діяльність бізнес-організації з урахуванням отриманої інформації, що, зрештою, дозволить досягти більшої економічної ефективності. З іншого боку, саме такий підхід буде сприяти підвищенню довіри до бізнес-організації з боку різних соціальних груп і свідчити про те, що її соціальна політика має послідовний і керований характер.

У дисертаційній роботі проаналізовано також міжнародні спеціалізовані фондові (DSI 400 (Domini Social Index 400), DJSI (Dow Jones Sustainability Index), FTSE4Good) та нефондові індекси та рейтинги (Accountability Rating; Business in the Community's Corporate Responsibility Index; Social Index Датського міністерства соціальної політики та інші), які використовуються для інтегральної оцінки соціально відповідальної діяльності, тобто агреговані або зважені індикатори (показники), засновані на декількох інших індикаторах або даних, які дають можливість робити відповідні висновки про стан та зміни економічної, соціальної або екологічної складових.

Як показали дослідження, незважаючи на існування загальносвітових і загальноєвропейських індексів та рейтингів, майже кожна країна має свої національні рейтинги, які розраховуються за власними методиками і відображають рівень розвитку соціальної відповідальності бізнесу в тій чи іншій країні.

Так, український рейтинг передбачає використання інтегрованого методу і системного аналізу рівня розкриття інформації (тобто наявність чи відсутність соціального звіту як інструменту діалогу із суспільством), а також діяльності компаній у сфері соціальної відповідальності (тобто взаємодія з усіма зацікавленими сторонами) і виражається підсумковими бальними показниками.

У п'ятому розділі **«Регулювання соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності»** досліджено особливості корпоративного, державного та міжнародного регулювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності.

Як показали результати дослідження, не всі бізнес-організації й не одразу роблять складовою своєї стратегії соціальну відповідальність. Однією з причин є те, що постійно розширюється коло зацікавлених сторін, змінюються їхні очікування, які потрібно ретельно вивчати і регулярно відслідковувати. Така ситуація вимагає відповідної поведінки з боку компаній. Найбільш поширеними на сьогодні є наступні стратегії регулювання взаємовідносин корпорацій

із зацікавленими сторонами у сфері реалізації соціальної відповідальності: стратегія інформування, стратегія реагування і стратегія залучення.

На національному рівні процесами регулювання та підтримки соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності займаються наступні сектори: державні установи, громадськість (громадські організації, дослідницькі інститути та ін.) та бізнесові кола, представлені компаніями та бізнес-асоціаціями.

Серед міжнародних організацій, які визначають основні тенденції розвитку соціально відповідальної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, доречно виділити:

– Організацію Об'єднаних Націй, Європейський Союз, Організацію економічного співробітництва і розвитку та інші подібні організації, які діють задля загального добробуту на світовому чи континентальному рівні;

– різні світові бізнес-структури та громадські організації, які захищають інтереси корпоративного сектора (зокрема, Всесвітню ділову раду за сталий розвиток; Європейський рух підприємців за соціальну консолідацію; Об'єднання економік, відповідальних за охорону навколишнього середовища; Бізнес заради соціальної відповідальності; Міжнародний Форум лідерів бізнесу; Корпоративну соціальну відповідальність – Європу; Глобальні принципи Саллівана; Глобальний Альянс бізнесу заради соціальної відповідальності, Міжнародну організацію стандартизації та інші).

Варто зазначити, що усі міжнародні документи (конвенції, декларації, принципи, рекомендації) стосовно соціальної відповідальності мають виключно декларативний характер. Разом з тим, вони слугують основою для подальшого напрацювання національних законодавчих актів, які стимулюють і певним чином регулюють соціально відповідальну діяльність.

Шостий розділ **«Розвиток соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємництва в Україні»** містить детальний аналіз тенденцій соціально відповідальної поведінки українських суб'єктів підприємництва, що дало можливість виявити чинники, які сприяють формуванню соціальної відповідальності українських підприємців та які стримують цей процес, а також обґрунтувати на цій основі перспективний стан соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні. Здійснено також оцінку соціально відповідальної поведінки в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності.

Як показують результати дослідження, найбільшого поширення в Україні набула американська модель соціальної відповідальності, в якій переважає філантропічний підхід, який, у свою чергу, передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування в суспільно-корисні ініціативи. Компанії, які реалізують дану модель, повинні мати достатній обсяг прибутку, який дозволяв би не лише підтримувати власний розвиток, але й витратити певну його частину на допомогу тим, хто її потребує. До того ж дана модель передбачає залучення місцевої влади, громадських організацій і населення до процесу вибору об'єктів допомоги, а також відстеження її результатів. Таким чином забезпечується належний рівень прозорості і довіри до відповідної



компанії. Важливе місце у даній моделі займають екологічні програми, проекти реконструкції історичних пам'яток, будівництва та облаштування дитячих лікарень тощо, які свідчать про рівень гармонійної інтеграції тієї чи іншої компанії у територію присутності.

Ще однією моделлю, яку переймають вітчизняні бізнес-організації, є європейська модель. Соціально відповідальна діяльність компанії за європейської моделі пов'язана з безпосереднім досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової вартості. Тобто усі соціальні ініціативи, що фінансуються компанією в межах такої моделі, мають пряме відношення до генерації прибутку і реалізації продукції. Це свідчить про те, що дана модель передбачає економічне обґрунтування соціальних ініціатив та їх інтеграцію у стратегію розвитку компанії. Європейська модель соціальної відповідальності адаптується компаніями, які досягли певного рівня стабільності. Найбільш поширеними об'єктами вкладення коштів за даного підходу є: розвиток персоналу, наука, освіта, технології, природоохоронна діяльність, благодійні внески за участю співробітників компанії, приведення діяльності компанії у відповідність до світових галузевих стандартів.

За період 2005–2010 рр. в Україні 38 бізнес-організацій опублікували 55 нефінансових звітів у різних форматах. Найбільше компаній, які інтегрують у свою діяльність соціальну відповідальність (хоча і не завжди складають нефінансові звіти), представлено у сфері послуг. Лідуючі місця тут займають компанії стільникового зв'язку (ЗАТ «Київстар Дж. Ес. Ем», ЗАТ «Український стільниковий зв'язок» (ТМ «МТС»), ТОВ «Астеліт» (ТМ life:)). У сфері виробництва лідерами є підприємства, що займаються виробництвом пива, алкогольних та безалкогольних напоїв (ЗАТ «Оболонь», «Славутич, Carlsberg Group», ПП «Кока-Кола Бевериджиз Україна Лімітед», «NEMIROFF Холдинг» та ін.). У фінансовому секторі переважають страхові компанії. Беззаперечним лідером у сфері реалізації соціальної відповідальності є Група «Систем Кепітал Менеджмент».

Варто зазначити, що поряд з міжнародними принципами прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства, вітчизняні компанії розробляють і впроваджують власні підходи до соціальної відповідальності. Разом з тим, вони змушені формувати свою політику у сфері соціальної відповідальності у досить складних умовах, в яких виходом може бути формування такої системи управління соціальною відповідальністю та розробка таких підходів, які б ґрунтувалися на загальноприйнятих міжнародних принципах і, в той же час, урахувували б сьогоденні українські реалії.

У дисертаційній роботі автором обґрунтовано систему завдань основних учасників процесу реалізації соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в Україні, яка враховує не лише завдання держави та бізнес-організацій, але й окремих індивідів – суб'єктів підприємницької діяльності, як членів суспільства, оскільки лише комплексне вирішення сформульованих завдань сприятиме підвищенню рівня соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва (рис. 5).

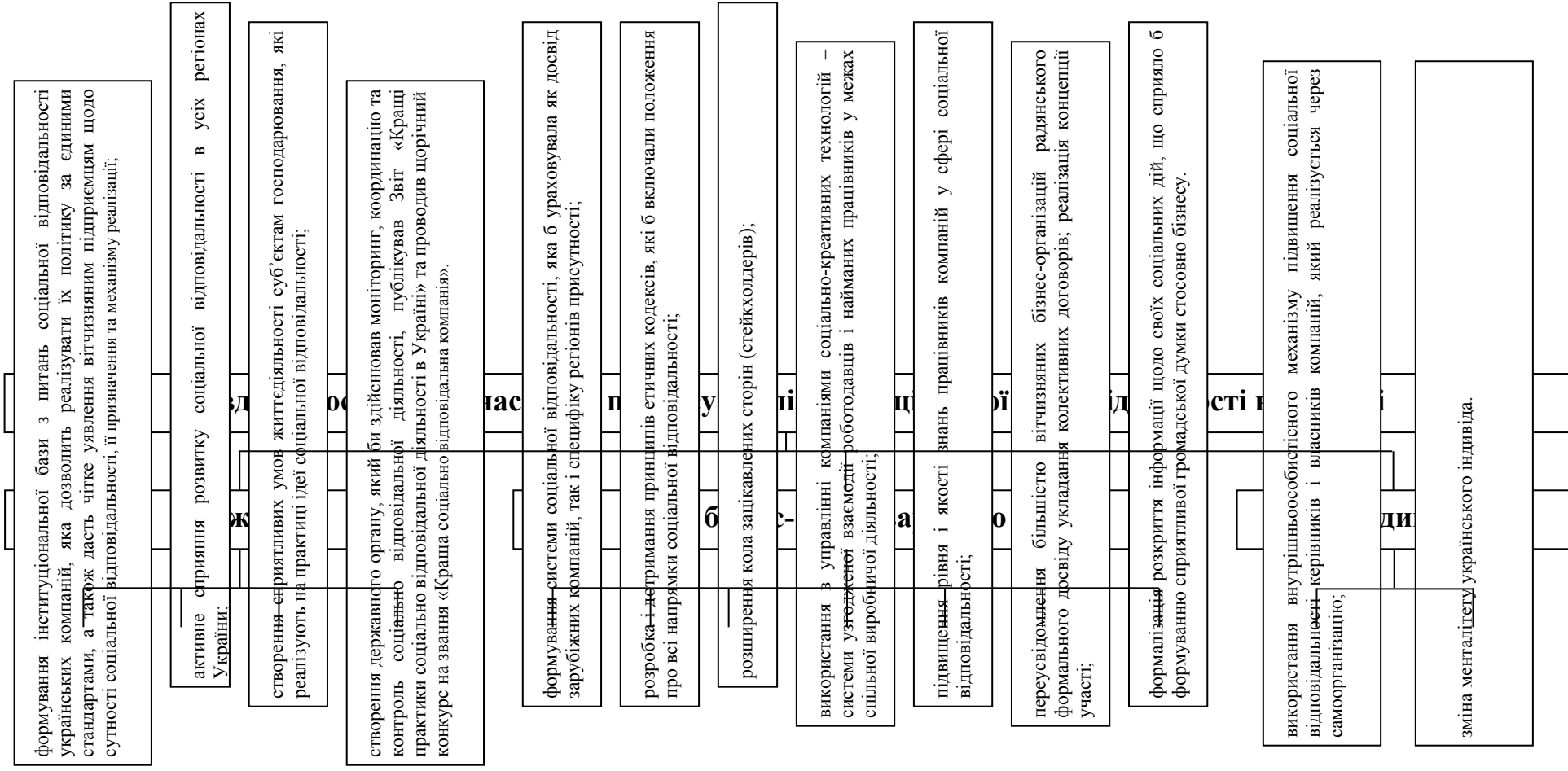


Рис. 5. Система завдань основних учасників процесу реалізації соціальної відповідальності в Україні

Варто зазначити, що звернення до соціальної відповідальності в Україні – це, з одного боку, реакція на загальносвітові тенденції та умови глобальної конкуренції, а, з іншого, це результат еволюції соціально-економічного мислення суб'єктів підприємницької діяльності, усвідомлення ними значимості соціального іміджу для сталого, збалансованого функціонування компаній.

Разом з тим, становлення соціальної відповідальності підприємництва в Україні, як показали результати дослідження, відбувається під дією як сприятливих факторів формування соціально відповідальної поведінки чинників, так і стримуючих її. На жаль, їх співвідношення не на користь сприятливих чинників, до яких сьогодні відносяться: наявність великих підприємницьких структур (корпорацій), які володіють відповідними ресурсами і потенціалом конкурентоспроможності, що необхідні для здійснення соціальних інвестицій; посилення ролі великих підприємств у розвитку регіонів; участь національної економіки в глобалізаційних процесах, під дією яких відбувається інституційна лізація соціальної відповідальності підприємництва за міжнародними зразками.

Більш значний вплив спостерігається з боку чинників, які стримують становлення цього процесу. Насамперед, це збитковість державної соціальної політики і нестача соціальних інвестицій. Значні перепони на шляху становлення соціально відповідального підприємництва в Україні створюють також неформальні тіньові економічні відносини. Ще одним стримуючим чинником виступає нерозвиненість соціального партнерства. Крім того, як показує досвід останніх років, важливий вплив на становлення соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва справляють не лише національні й історичні традиції, що склалися в країні, політична, й економічна ситуація, але і відсутність єдиних орієнтирів соціальної політики.

Проведене дослідження дало змогу автору обґрунтувати основні тенденції розвитку соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності в Україні. Зокрема, визначити, яким чином економічні кризи впливають на соціально відповідальну поведінку (через вдосконалення проектування соціальних програм; відмову від неефективних програм і проектів; усвідомлення суб'єктами підприємництва важливості ведення бізнесу на принципах соціальної відповідальності, об'єднання своїх зусиль і ресурсів та запровадження креативних форм співпраці) та довести, що перспективний стан соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні буде пов'язаний з певним переусвідомленням змісту та завдань щодо соціально відповідальної поведінки, а форми прояву будуть визначатися не лише реальними умовами функціонування бізнес-організацій, а й особливостями мислення та поведінки суб'єктів підприємницької діяльності.

Не дивлячись на те, що базовий рівень соціальної відповідальності викликає багато суперечностей і серед науковців, і серед практиків, проведена оцінка соціально відповідальної поведінки на прикладі ПАТ «ДПЕК Павлоградугілля» в контексті його основних параметрів дала можливість зробити висновок про те, що цим рівнем не слід нехтувати. Відтак, він потребує уваги як з боку підприємців, так і з боку держави, насамперед, в частині виплати заробітної плати, розмір якої повинен забезпечувати нормальне

відтворення робочої сили різної кваліфікації.

Доведено, що збільшення чисельності персоналу за певних умов зумовлює зростання виручки від реалізації продукції, збільшення середньої заробітної плати може позитивно впливати на рівень продуктивності праці в бізнес-організації, що в свою чергу, сприяє покращенню ринкових показників діяльності бізнес-організації, а своєчасна виплата заробітної плати, її поступове підвищення впливає на динаміку доходів місцевих бюджетів.

Зокрема, зростання продуктивності праці призводить до збільшення приросту виручки від реалізації на кожного додаткового працівника в середньому на 5,1 тис. грн щорічно. Збільшення середньої заробітної плати на 100 грн призведе до зростання річної продуктивності праці на 6,58 т/ос., а збільшення основних фондів на 1 млн грн – лише на 0,04 т/ос.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі на основі застосування системного підходу розроблена авторська концепція соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, де обґрунтовано нові методологічні підходи і теоретичні положення щодо формування та розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах.

1. Дослідження теоретико-методологічних засад підприємництва дозволило автору виявити сутність і зміст його соціальних функцій. Зокрема визначено, що соціальні функції підприємництва – це особливий вид підприємницької ініціативи, яка породжує систему взаємовідносин і взаємодій, у центрі яких знаходиться людина, її добробут, життєзабезпечення, безпека, соціальний розвиток. Виявлено, що на розвиток соціальних функцій підприємництва домінуючий вплив справляють нематеріальні чинники, зокрема: зовнішні нормативно-ринкові (державний вплив на підприємництво, тиск суспільства на підприємництво, тиск ринку на підприємництво); зовнішні національно-історичні (національні особливості, культурні традиції); внутрішні (системи цінностей суб'єктів підприємництва).

2. Визначення концептуальних підходів до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності дозволило автору встановити, що зміст соціальної відповідальності змінювався разом з еволюцією суспільної свідомості і переоцінкою західним суспільством тих цінностей, які раніше здавалися непорушними. На сьогодні існує багато різних концепцій, зокрема: «соціальна відповідальність підприємництва», «соціальна відповідальність бізнесу», «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративне соціальне сумління», «корпоративне громадянство» тощо. Послідовно розвиваючись, зазначені концепції не стільки заміщали одна одну, скільки акумулювали у собі попередні досягнення. Проведене дослідження дало змогу запропонувати авторське визначення соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва як багатоаспектного явища, що акумулює вплив різних суспільних інститутів (держави, політичних

партій і рухів, релігії, профспілок, громадських організацій тощо); виступає як інститут узгодження інтересів держави, суспільства і суб'єктів підприємництва в економічній, екологічній та соціальній сферах; є суттєвою ознакою рівня розвитку соціально-економічних відносин у суспільстві; є інструментом підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнес-організації шляхом реалізації системи послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів, які здійснюються на основі постійної взаємодії із стейкхолдерами і націлені на зменшення ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища, довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації компанії. Доведено, що соціальна відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності є дійовим лише за умови взаємної зацікавленості (як бізнес-організації, так і усіх її стейкхолдерів) у його впровадженні: у такому разі всі суб'єкти зможуть отримувати свої переваги від соціальної відповідальності, які одночасно будуть виступати і у ролі стимулів для всіх учасників цього процесу.

3. Дослідження ціннісних чинників дозволило автору визначити, що в основі формування етичної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності лежать універсальні цінності: чесність і правдивість; обов'язковість і вірність своєму слову; незаплямованість репутації; повага до оточуючих; готовність прийти на допомогу; справедливість; поміркованість; мудрість і розважливість. Основні релігійні закони і положення орієнтують особистість на дотримання трудової і підприємницької етики, яка містить, зокрема, справедливу оплату праці, підтримання дисципліни, виявлення відповідальності, чесності. Відповідно, соціально відповідальна поведінка містить в собі сукупність настанов, цінностей і етичних норм, набутих в процесі соціалізації підприємництва. Становлення соціально відповідального підприємництва є становленням, на наш погляд, особливої форми громадянської свідомості, носій якої оцінює себе і свою діяльність як з власне-індивідуальних інтересів, так і з точки зору інтересів суспільства.

4. Дослідження генезису соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності дозволило автору виявити її основні етапи та особливості. Зокрема встановлено, що соціальна відповідальність зазнала значних змін у часі, трансформувавшись від звичайної благодійності до сучасних форм інтеграції принципів соціальної відповідальності у стратегію бізнес-організації. Кожний наступний етап розвитку соціальної відповідальності передбачав появу нових методів і технологій, які робили стосунки між підприємництвом і цільовими групами більш ефективними. Визначено також, що не дивлячись на те, що до сьогодні тривають дискусії і, відповідно, продовжується розвиток концепції «соціальної відповідальності підприємництва», досягнуто певного узгодження у питанні її принципових характеристик. Так, соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності добровільна, але разом з тим не дискреційна; вона нормативна, разом з тим, не припускає обов'язкового правового закріплення. «Добровільний» характер соціальної відповідальності підприємництва не слід розглядати як «вільний вибір менеджера чи власника» (як це дуже часто трапляється). Оскільки свобода вибору, тобто дискретність, припускає можливість взагалі не бути соціально відповідальним, навпроти, добровільний характер відповідальності історично підкреслює її зміст, який виходить за межі

правових зобов'язань. Нормативна основа соціальної відповідальності підприємства полягає у наявності у бізнес-організації моральних обов'язків перед зацікавленими сторонами, співвіднесених з теперішнім або майбутнім періодом. Відповідно до цього, відповідальність – моральна категорія. Крім того, виступаючи об'єктом зовнішнього контролю соціальна відповідальність передбачає відповідну відкритість і прозорість.

5. Мотивація соціально відповідальної поведінки – це сукупність обставин, які змушують окрему особу чи компанію здійснювати відповідний акт. Вона обумовлена внутрішніми потребами індивіда чи бізнес-організації й сукупністю зовнішніх обставин, які справляють значний вплив на ухвалення рішень щодо соціально відповідальної поведінки. Оскільки соціально відповідальна діяльність досить суперечливо впливає на виробничий процес компаній: з одного боку, як підтверджує досвід, спричинює збільшення витрат, а, з іншого – стимулює його інвестиційну діяльність, знижує підприємницькі ризики, збільшує конкурентні переваги, підвищує ефективність персоналу і лояльність споживачів, поліпшує репутацію компаній, то можна стверджувати, що мотивацією підприємництва в соціально відповідальній діяльності слід вважати його зацікавленість чи незацікавленість у процесі й результатах цієї діяльності.

6. Обґрунтування ролі державного стимулювання соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності дозволило визначити, що державі належить системотвірна роль у створенні формальних державних інститутів, які забезпечують розвиток ринкових відносин та зближення функцій держави і підприємництва з метою поширення ідей соціальної відповідальності як на основі постійного поглиблення й розширення їх партнерських відносин, так і в межах формальних інститутів приватно-державного партнерства. Підприємство виступає головною сполучною ланкою, яка забезпечує повноцінну інтеграцію суспільства, існування та розвитку соціальної відповідальності. Це дало підстави зробити висновок, що соціальна відповідальність у результаті взаємодії підприємництва і держави виступає як синергетичний ефект, оскільки дає змогу державі й бізнес-співтовариству задовольняти як власні потреби, так і відповідні вимоги суспільства, а також активно впливати одне на одного у своїх цілях, що, зрештою, зумовлює взаємну відповідальність підприємництва і держави перед суспільством, а також урахування інтересів підприємців не лише в економічній, але й у соціальній сферах.

7. Аналіз соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємництва дозволив виявити форми прояву соціальної відповідальності на корпоративному, регіональному та суспільному рівнях. Визначено, що соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності існує у конкретному суспільстві з його специфічними соціальними нормами, національними й історичними традиціями, політичною й економічною ситуацією, які тим чи іншим чином впливають на її формування і становлення; розвивається у часі і розрізняється у просторі, а тому і підходи до соціальної відповідальності змінюються відповідно до традицій і проблем конкретних держав. З огляду на це, соціальну відповідальність підприємництва не можна розглядати у відриві від особливостей державної політики у конкретних країнах і культурно обумовлених очікувань від-

повідних зацікавлених сторін, оскільки і розуміння, і форми соціальної відповідальності у різних господарських системах будуть різні. Проведені дослідження дали змогу зробити висновок про те, що компанії несуть соціальну відповідальність, ухвалюючи відповідні рішення, не стільки на основі домінуючих постулатів філософії ведення бізнесу, скільки зважаючи на наявні можливості та враховуючи специфіку конкурентного середовища і тенденції його розвитку. Форми прояву соціальної відповідальності найчастіше є позитивною реакцією на зовнішній запит і визначаються за принципом доцільності (наприклад, персонал) та актуальності (наприклад, дитячі та молодіжні проекти, програми з охорони довкілля). Таким чином, рівень соціальної відповідальності тієї чи іншої бізнес-організації залежить від умов функціонування та від того, на якому реальному рівні розвитку вона знаходиться і якими ресурсними можливостями володіє для відповідної поведінки у цій сфері.

8. Реальне суспільне буття і сучасні відносини передбачають значне розширення рамок функціонування підприємницької діяльності. Громадськість очікує від сучасних підприємців не тільки економічних результатів, а й участі у вирішенні соціальних проблем у цілому. У зв'язку з цим особливої важливості набуває здатність підприємництва як окремої соціальної групи розуміти власну соціальну значимість, роль і місце у структурі суспільства, закономірність тих процесів, у які воно так чи інакше втягнуте і спрямування у відповідності з цим своєї діяльності. На цій основі і формується соціальна відповідальність як певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми суспільства. Відповідно, соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності охоплює різні напрямки, починаючи з виконання законодавчо закріплених зобов'язань щодо сплати податків, виробництва якісної продукції і норм з підтримки належних умов праці і закінчуючи добровільними соціальними інвестиціями у власний персонал, продукцію, територію, де здійснюється бізнес, підтримкою соціальних інститутів і механізмів, формуванням «правильних» норм поведінки у суспільстві. Аналіз зазначених напрямків соціальної відповідальності дозволив удосконалити класифікацію рівнів соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності. Запропоновано виділення наступних рівнів соціальної відповідальності, що надає можливість більш повно відобразити сучасний стан розвитку цього явища: перший – сумлінне виконання своїх прямих зобов'язань перед суспільством і державою відповідно до встановлених норм; другий – підтримка і розвиток персоналу бізнес-організації; третій – підтримка і розвиток місцевих громад, території діяльності; четвертий – участь бізнес-організації у розвитку всього суспільства, адекватному вирішенні національних проблем і завдань.

9. Дослідження особливостей оцінки рівня соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, її інструментів та способів дозволило автору визначити, що соціальний звіт – це певна форма внутрішнього аудиту; інструмент комунікації з внутрішніми і зовнішніми цільовими групами; основа для подальшого розвитку соціальних ініціатив; інструмент підвищення рівня корпоративного управління та удосконалення діяльності компанії. Крім того, соціальний звіт дає можливість порівняти

компанію з іншими бізнес-організаціями за певними параметрами. Разом з тим, практика соціальної звітності показує, що у соціальних звітах доцільно відображати не лише позитивні моменти соціальної діяльності, але й проблеми, які стоять перед бізнес-організацією, та які необхідно вирішувати, а також можливі ризики і загрози, з якими бізнес-організація може зіткнутися в процесі своєї діяльності, що особливо важливо для українського підприємництва. З одного боку, результати такого самоаналізу та самоконтролю дозволять виявити слабкі місця і відкоригувати діяльність бізнес-організації з урахуванням отриманої інформації, що, зрештою, дозволить досягти більшої економічної ефективності. З іншого боку, саме такий підхід буде сприяти підвищенню довіри до бізнес-організації з боку різних соціальних груп і свідчити про те, що її соціальна політика має послідовний і керований характер.

10. Сьогодні в усьому світі відбувається процес інституціоналізації принципів, на яких ґрунтується соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності, шляхом розробки відповідних документів, які регламентують практичну реалізацію такої відповідальності. Кожний інститут, відповідно до сфери своєї компетенції, розробляє свою лінію поведінки стосовно соціальної відповідальності. Тобто, інституціональна підтримка соціальної відповідальності здійснюється на основі опрацювання процедур узгодження інтересів і загальних цілей держави і підприємницьких кіл, а також громадянського співтовариства у межах правового поля, прийняття організаційно-правових і політичних норм, які сприяють гармонізації інтересів учасників цих відносин за чіткої самоідентифікації ними спільності цілей і потреби в партнерстві для їх досягнення.

11. Український варіант соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності поєднує у собі американську модель (добровільні ініціативи бізнесу) і європейську схему (бажання вітчизняних підприємств одержати від держави чіткі законодавчі межі соціальної відповідальності). У силу початкової стадії розвитку соціальної відповідальності в країні має місце недостатнє розуміння її цілісної концепції, апробованих практик і корисності. А існуючі розвинуті моделі соціальної відповідальності не завжди можуть автоматично використовуватися і бути корисними для усіх без виключення вітчизняних підприємств. Це зумовлює значну складність і тривалість цього процесу. Тому, без створення належних умов як з боку держави, так і з боку громадянського співтовариства, без урахування національних особливостей, без налагодження повноцінного діалогу між владою і підприємницькими колами, без розробки оптимальних підходів для тих чи інших бізнес-організацій втілення соціальної відповідальності буде і надалі стикатися з труднощами і перепонами. В результаті проведеного дослідження було удосконалено систему завдань основних учасників процесу реалізації соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, яка враховує не лише завдання держави та бізнес-організацій, але й окремих індивідів – суб'єктів підприємницької діяльності, як членів суспільства, оскільки лише комплексне вирішення сформульованих завдань сприятиме підвищенню рівня соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва.



12. Оцінюючи рівень розвитку соціальної відповідальності в Україні, було виявлено чинники, які сприяють формуванню соціально відповідальної поведінки українських підприємців та які стримують цей процес. Зокрема доведено, що детермінанти стримування знаходяться в особливостях умов становлення суб'єктів підприємництва в Україні, специфіці політико-економічної ситуації в країні, відсутності єдиних орієнтирів соціальної політики, а звернення до соціальної відповідальності в Україні – це, з одного боку, реакція на загальносвітові тенденції та умови глобальної конкуренції, а, з іншого, це результат еволюції соціально-економічного мислення суб'єктів підприємницької діяльності, усвідомлення ними значимості соціального іміджу для сталого, збалансованого функціонування компаній.

13. Світова економічна криза загострила питання відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності у суспільстві. Вибір інструментів і засобів, які використовувалися задля виходу із кризового стану, мали особливе значення, торкаючись життєво важливих інтересів підприємництва, держави і громадян, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалювалися для їх реалізації. Зокрема, економічна криза зумовила вдосконалення проектування соціальних програм; відмову від неефективних програм і проектів; усвідомлення суб'єктами підприємництва важливості ведення бізнесу на принципах соціальної відповідальності, об'єднання своїх зусиль і ресурсів та запровадження креативних форм співпраці. Адже підприємництво несе свою частину відповідальності за те, щоб у міру наявних можливостей не допускати соціальної напруги у суспільстві. Саме тому перспективний стан соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні буде пов'язаний з певним переусвідомленням змісту та завдань щодо соціально відповідальної поведінки, а форми прояву будуть визначатися не лише реальними умовами функціонування бізнес-організацій, а й особливостями мислення та поведінки суб'єктів підприємницької діяльності.

14. Україна проголошена державою із соціально орієнтованою економікою, в якій найбільшою цінністю є людина. Відповідно, основною метою соціально орієнтованої економіки є забезпечення гідного рівня якості життя й добробуту людей. Індикатором рівня якості життя є рівень матеріального добробуту, який визначається, насамперед, величиною заробітної плати. Водночас діяльність вітчизняних бізнес-організацій зводиться до отримання максимального прибутку, тобто різниці між отриманим доходом і витратами. Іншими словами, українські підприємці усіляко намагаються продавати свою продукцію за максимальними цінами, а ресурси, у тому числі й робочу силу, купувати за мінімальними. Це призвело до того, що заробітна плата в Україні не виконує властивих їй функцій, не забезпечує працездатне населення необхідними коштами для відтворення робочої сили. Низький рівень заробітної плати, як основного доходу більшості громадян України, зумовлює відповідний – надзвичайно низький – рівень купівельної спроможності, що, у свою чергу, негативно позначається на ринку. Адже зменшується попит на товари й послуги, відповідно згортається виробництво, скорочуються робочі місця, зростає безробіття. Бідність перетворюється на потужний чинник

соціальної напруги, зниження народжуваності, зростання еміграції, погіршення стану здоров'я, зростання смертності. Таким чином відбувається деградація трудового потенціалу. Крім того, низький рівень заробітної плати є гальмівним чинником ефективної організації виробництва і діяльності в самій бізнес-організації. Це підтверджує той факт, що питання, пов'язані із заробітною платою, однаково актуальні як для найманих працівників, так і для підприємців, і є основою соціальної відповідальності українського підприємництва. Проведені дослідження довели, що в умовах, які склалися в Україні, недоцільно скорочувати персонал і зменшувати рівень заробітної плати, як це відбувається в більшості бізнес-організацій. На прикладі ПАТ «ДПЕК Павлоградвугілля» доведено, що збільшення чисельності персоналу за певних умов зумовлює зростання виручки від реалізації продукції, збільшення середньої заробітної плати може позитивно впливати на рівень продуктивності праці в бізнес-організації, що у свою чергу, сприяє покращенню ринкових показників діяльності бізнес-організації, а своєчасна виплата заробітної плати, її поступове підвищення позитивно впливає на динаміку доходів місцевих бюджетів.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Монографії:

1. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В.М. Шаповал. – Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. – 357 с.

2. Шаповал В.М. Вплив глобалізаційних процесів на інституціоналізацію концепції соціальної відповідальності підприємництва / В.М. Шаповал // Zarządzenie w dobie globalizacji (wybrane aspekty). – Monografia / Red. B. Ślusarczyk, K.Wł. Krupa. – Bratislava: Vydavateľ'stvo ECONOM, 2008. – 415 s. *Особистий внесок здобувача*: проаналізовано вплив глобалізаційних процесів на інституціоналізацію концепції соціальної відповідальності підприємництва (S.63–119).

3. Шаповал В.М. Становление социальной ответственности бизнеса в Украине и тенденции ее развития в условиях кризиса / В.М. Шаповал, Т.М. Черкавская // Национальная экономика в условиях глобализации: бизнес и общество в противостоянии кризису: Коллективная монография / Под общей ред. А.Я. Линькова. – Спб.: Издательский Дом «РУССКИЙ ОСТРОВ», 2009. – 484 с. *Особистий внесок здобувача*: проаналізовано основні проблеми становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначено тенденції її розвитку в умовах кризи (С.385–392).

4. Shapoval V. Ecologic component of social responsibility of business (experience of Poland and Ukraine) / V. Shapoval, A. Ashcheulova // Єдина Європа: перспективи розвитку : Монографія = United Europe: prospects of development : Monograph / Національний гірничий університет, Дніпропетровськ; Вища банківська школа, Вроцлав; наук. ред. О.І. Амоша. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2010. – 254 с. *Особистий внесок здобувача*: досліджено екологічну відповідальність як складову соціальної відповідальності бізнесу; проаналізовано досвід реалізації екологічної відповідальності польськими та українськими бізнес-організаціями (С.219–225).

5. Shapoval V. Community foundation as modern mechanism of partnership of authorities, business and civil society / J. Rybak, V. Shapoval // The role of human capital in the development of countries and regions of central and eastern Europe, Monograph: ed. A. Ignasiak-Szulc. – Torun: TNOiK, 2010. – 322 pp. *Особистий внесок здобувача*: визначено роль і досліджено особливості функціонування фондів місцевих громад у сучасному суспільстві; проаналізовано досягнення України у цій сфері (Р.247–256).

6. Шаповал В.М. Роль релігії у формуванні ділової етики підприємництва / Я. Рибак, В. Шаповал // Ціннісні орієнтири інституціоналізації економічного розвитку [Текст]: кол. монографія / За заг. ред. А.О. Задой. – Д.: Державний ВНЗ «НГУ», 2010. – 771 с. *Особистий внесок здобувача*: досліджено вплив різних релігійних систем на формування ділової етики підприємництва; виявлено особливості етики українського бізнесу (С.395–420).

7. Shapoval V. International experience of forming socially oriented models of business behavior / V. Shapoval // Єдина Європа: нові виклики [Текст] = United Europe: new challenges: моногр. / Держ. вищ. навч. закл. «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ; Вища банківська школа, м. Вроцлав; наук. ред. О.І. Амоша. – Д.: Національний гірничий університет, 2011. – 285 с. *Особистий внесок здобувача*: проаналізовано світовий досвід формування соціально орієнтованих моделей поведінки бізнесу (С.41–53).

#### **Статті у наукових фахових виданнях:**

8. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність підприємництва / В.М. Шаповал, О.О. Гетьман // Академічний огляд. – 2006. – №1. – С.18–22. *Особистий внесок здобувача*: визначено сутність соціальної відповідальності підприємництва; розглянуто види та інструменти реалізації соціальних програм суб'єктами підприємницької діяльності.

9. Шаповал В.М. Проблеми становлення та перспективи розвитку соціальної відповідальності підприємництва в Україні / В.М. Шаповал // Механізм регулювання економіки. – 2006. – №4(82). – С.82–86.

10. Шаповал В.М. Рівні соціальної відповідальності підприємництва / В.М. Шаповал // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2006. – №2. – С.96–100.

11. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність у системі стратегічних цілей бізнесу / В.М. Шаповал // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 218: В 4 т. Том I. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – С.251–257.

12. Шаповал В.М. Підприємництво як суспільне явище і його соціальна складова / В.М. Шаповал // Механізм регулювання економіки. – 2007. – №3. – С. 67–81.

13. Шаповал В.М. Еволюція соціальної відповідальності підприємництва / В.М. Шаповал // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2007. – №5. – С.117–128.

14. Шаповал В.М. Моделі соціальної відповідальності бізнесу / Б. Шлюсарчик, В.М. Шаповал, В.П. Валіков // Вісник Академії митної служби України.

– 2007. – №4. – С.24–34. *Особистий внесок здобувача*: проаналізовано існуючі моделі соціальної відповідальності бізнесу з точки зору національних традицій і проблем конкретних держав; охарактеризовано моделі соціально відповідальної поведінки компаній, які залежать від традицій корпоративного управління.

15. Шаповал В.М. Вітчизняна модель соціальної відповідальності бізнесу: проблеми формування та перспективи розвитку / В.М. Шаповал, В.П. Валіков // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2007. – №6. – С.197–203. *Особистий внесок здобувача*: виділено чинники, що сприяють розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, та які стримують цей процес; окреслено перспективи розвитку вітчизняної моделі соціально відповідальної діяльності.

16. Шаповал В.М. Мотиви та вигоди соціально відповідальної діяльності: досвід розвинутих країн / В.М. Шаповал // Вісник Академії митної служби України. – 2008. – №2(38). – С.24–32.

17. Шаповал В.М. Інституціональна підтримка соціально відповідальної діяльності / В.М. Шаповал // Вісник Академії митної служби України. – 2008. – №4. – С.92–98.

18. Шаповал В.М. Взаємодія держави і бізнесу як основа розвитку соціальної відповідальності / В.М. Шаповал // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – №5. – С.196–201.

19. Шаповал В.М. Ділова етика як основа становлення соціальної відповідальності підприємництва / В.М. Шаповал // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – №151. – С.40–45.

20. Шаповал В.М. Стандарти і види соціальної звітності / В.М. Шаповал // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 251: В 6 т. – Т. III. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С.552–560.

21. Шаповал В.М. Соціальні інвестиції як один з основних інструментів реалізації соціальних програм бізнесу / В.М. Шаповал // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 253: В 7 т. – Т.IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С.965–977.

22. Шаповал В. Становлення соціальної відповідальності бізнесу в Польщі та тенденції її розвитку в умовах кризи / Я. Рибак, В. Шаповал // Вісник Академії митної служби України. – 2009. – №2. – С.69–75. *Особистий внесок здобувача*: обґрунтовано імовірні сценарії розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Польщі в умовах кризи.

23. Шаповал В.М. Становлення інституту нефінансової (соціальної) звітності в Україні / В.М. Шаповал // Інституціональний вектор економічного розвитку / Institutional Vector of Economic Development: Збірник наукових праць МІДМУ «КПУ». – Вип. 2(1). – Мелітополь: Вид-во КПУ, 2009. – С.49–61.

24. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку сучасного бізнесу / В.М. Шаповал // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Сборник научных трудов. Донецк: ДонНУ, 2010. – С.189–193.

25. Шаповал В.М. Фонди місцевих громад – сучасний механізм партнерства влади, бізнесу та громадянського співтовариства / В.М. Шаповал // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №7. – С.37–41.

26. Шаповал В.М. Вплив заробітної плати на рівень грошових надходжень бізнес-організації / Л.М. Солодовник, В.М. Шаповал, В.В. Цихмистро // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – №3. – С.166–173. *Особистий внесок здобувача:* на прикладі ПАТ «ДПЕК Павлоградвугілля» досліджено вплив заробітної плати на формування чистого грошового доходу бізнес-організації.

27. Шаповал В.М. Вплив релігії на формування ділової етики / В.М. Шаповал // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 22. (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Шегди А.В.). – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – С.87–99.

28. Шаповал В.М. Вплив заробітної плати на формування грошових надходжень бюджетної сфери регіону / Л.М. Солодовник, В.М. Шаповал, В.В. Цихмистро // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 264: В 9 т. – Т.IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – С.891–899. *Особистий внесок здобувача:* на прикладі ПАТ «ДПЕК Павлоградвугілля» досліджено вплив заробітної плати на формування грошових надходжень місцевого бюджету.

29. Шаповал В.М. Розвиток системи соціального управління акціонерних товариств [Електронний ресурс] / В.М. Шаповал, Л.С. Головкова // Ефективна економіка. – 2010 – № 12. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>. *Особистий внесок здобувача:* проаналізовано чинники, які стоять на перешкоді формування соціально відповідальної поведінки сучасних акціонерних товариств.

30. Шаповал В.М. Формування інституціональної підтримки соціальної відповідальності підприємництва в Україні / В.М. Шаповал // Бізнес-навігатор. Спеціальний випуск, присвячений засіданню круглого столу Міжнародної академії економіки та екотехнологій. – 2010. – №21. – С.148–154.

31. Шаповал В.М. Розширення економічної свободи як чинник розвитку українського бізнесу та становлення його соціальної відповідальності / В.М. Шаповал, Д. Гладков // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки [Текст] : Вип. 28. Ч. II / М-во освіти і науки України. Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – С.126–132. *Особистий внесок здобувача:* окреслено моделі соціально відповідальної поведінки, які набули найбільшого поширення серед вітчизняних компаній; досліджено динаміку індексу економічної свободи та визначено її роль у становленні соціальної відповідальності українського підприємництва.

32. Шаповал В.М. Удосконалення економічного механізму стимулювання екологічної відповідальності підприємств України / В.М. Шаповал, М.В. Бережна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – Вип. 2. – С.234–239. *Особистий внесок здобувача:* окреслено основні причини екологічної кризи України, виявлено особливості екологічної відповідальності, як складової соціальної відповідальності бізнесу.

### Статті у провідних зарубіжних виданнях:

33. Шаповал В.М. Уровни социальной ответственности предпринимательства в контексте глобализационных процессов / В.М. Шаповал, Н.П. Дуброва // *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Regionalizacja i globalizacja, część 2*, wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Katedra Teorii Ekonomii, Rzeszów. – 2006. – Zeszyt Nr 9. – S.149–155. *Особистий внесок здобувача*: виділено рівні соціальної відповідальності підприємництва в контексті глобалізаційних процесів.

34. Шаповал В.М. Сферы проявления социальной ответственности предпринимательства / В.М. Шаповал // *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Gospodarka oparta na wiedzy*, wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Katedra Teorii Ekonomii, Rzeszów. – 2007. – Zeszyt Nr 11. – S.437–442.

35. Шаповал В.М. Особенности становления социальной ответственности бизнеса в Украине / В.М. Шаповал, В.П. Валиков // *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy w kontekście spójności społeczno-ekonomicznej*, wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Katedra Teorii Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych, Rzeszów. – 2008. – Zeszyt Nr 13. – S.253–261. *Особистий внесок здобувача*: досліджено особливості становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

36. Shapoval V. Socially Responsible Business Formation in Ukraine / V. Shapoval // *Perspectives of Innovations, Economics and Business*. – 2009. – Vol.3. – P.117–120.

37. Shapoval V. Factors of corporate social responsibility in Ukraine. A role of the EU in its development / V. Shapoval, A. Ashcheulova // *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*. – 2010. – Nr.15. – S.229–240. *Особистий внесок здобувача*: виявлено негативні чинники, які стримують процес становлення соціально відповідальної поведінки в Україні; визначено роль Євросоюзу в розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

38. Shapoval, V. Social Responsibility As Competitive Advantage of Business Development / J. Rybak, V. Shapoval // *Social and Natural Sciences Journal*. – 2010. Vol.1. – P.16–24. *Особистий внесок здобувача*: виділено сфери прояву та рівні соціальної відповідальності бізнесу, окреслено основні вигоди, які приносить компаніям соціально відповідальна діяльність; запропоновано авторське визначення соціальної відповідальності бізнесу.

39. Shapoval V. Business-State Partnership as a Basis of Social Responsibility Implementation / V. Shapoval // *European Journal of Business and Economics*. – 2011. – Vol.5. – P.57–62.

40. Shapoval V. Modern Models of Social Responsibility of Business: Common Features and Differences / V. Shapoval // *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*. – 2011. – Nr.22. – S.247–268.

### Матеріали конференцій – 38, основними з яких є:

41. Шаповал В.М. Особливості становлення і розвитку соціальної відповідальності підприємництва в Україні / В.М. Шаповал // *Теория и практика экономики и предпринимательства / Материалы III Международной научно-практической конференции*. Алушта, 11–13 мая 2006 года. – Симферополь, 2006. – С.202.

42. Шаповал В.М. Корпоративна соціальна відповідальність як основа довгострокової економічної стійкості компаній / В.М. Шаповал // Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Д.: Національний гірничий університет, 2006. – С.98–99.

43. Шаповал В.М. Особливості формування рівнів соціальної відповідальності підприємництва в Україні / В.М. Шаповал // Проблеми економічної освіти і науковий прогрес / Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Кривий Ріг, 24 листопада 2006 р. – Кривий Ріг: Видавничий центр КТУ, 2006. – С.66–67

44. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність як основа оптимізації й гармонізації економічних і соціальних цілей бізнесу та суспільства / В.М. Шаповал // Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку / Зб. мат. Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю від дня народж. Бухала Сергія Максимовича, доктора економічних наук, професора. 7–8 лют. 2007 р. / Відп. за вип. А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2007. – С.84–86.

45. Шаповал В.М. Роль держави у становленні соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва / В.М. Шаповал, В.П. Валіков // Інституціональні перетворення в суспільстві: світовий досвід і українська реальність / Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції / За заг. ред. А.А. Ткача. – Мелітополь, 7–8 вересня 2007 р. – Мелітополь: МІДМУ ГУ «ЗІДМУ», 2007. – С.308–312. *Особистий внесок здобувача*: визначено роль держави у становленні соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва.

46. Шаповал В.М. Перепони на шляху становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / В.М. Шаповал // Теория и практика предпринимательской деятельности / Материалы второй международной научно-практической конференции ученых и специалистов. – Симферополь, Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, 2007. – С.133–135.

47. Шаповал В.М. Интегральная оценка эффективности корпоративной культуры крупного промышленного предприятия / О.А. Гетьман, В.М. Шаповал // Корпоративная культура и эффективность / Материалы международной конференции. Москва, 28–29 ноября 2007 года. – М.: Изд-во РУДН, 2007. – С.16–19. *Особистий внесок здобувача*: досліджено чинники, що впливають на формування корпоративної культури.

48. Шаповал В.М. Вплив корпоративної культури на становлення соціальної відповідальності бізнесу / В.М. Шаповал // Теория и практика экономики и предпринимательства / Материалы V Юбилейной Международной научно-практической конференции. Алушта, 5–7 мая 2008 года. – Симферополь, 2008. – С.158–159.

49. Шаповал В.М. Бізнес і держава як суб'єкти соціальної відповідальності / В.М. Шаповал // Динамика исследования – 2008 / Матеріали за 4-а міжнародна научна практична конференція. – 2008. Том 8. Економіки. Софія. «Бял ГРАД-БГ» ООД – С.87–90.

50. Шаповал В.М. Особливості мотивації соціально відповідальної діяльності / В.М. Шаповал // Дні науки – 2008: зб. тез доповідей: в 3 т. /

Класичний приватний університет, 23–24 жовтня 2008; ред. кол. В.М. Огаренко та ін. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – Т. 1. – С.129–130.

51. Шаповал В.М. Інституціоналізація соціальної відповідальності бізнесу / В.М. Шаповал // Актуальні проблеми економічної безпеки та митної політики України / Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ: Академія митної служби України, 2008. – С.303–306.

52. Шаповал В.М. Соціальна звітність як сучасний інструмент корпоративного управління / В.М. Шаповал // Теория и практика экономики и предпринимательства / Материалы VI Международной научно-практической конференции. Алушта, 4–6 мая 2009 года. – Симферополь, 2009. – С.130–131.

53. Шаповал В.М. Оцінка ефективності соціальних інвестицій / В.М. Шаповал // Nauka: teoria i praktyka – 2009 / Materiały V Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Przemysł, 7–15 sierpnia 2009 roku. – Volume 2. Ekonomiczne nauki. – Przemysł: Nauka i studia, 2009. – S.71–75.

54. Шаповал В.М. Кращі практики соціально відповідальної діяльності в Україні / В.М. Шаповал // Новини от научния напредък – 2009 / Материали за 5-а международна научна практична конференція. София, 17–25 август 2009 года. – Том 2. Икономики. Закон. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД. – С.16–18.

55. Шаповал В.М. Участь бізнесу в розвитку територій присутності та місцевих громад / В.М. Шаповал // Přední vědecké novinky – 2009 / Materiály V mezinárodní vědecko-praktická konference. Praha, 25 srpna – 5 září 2009. – Díl 2. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o. – S.46–50.

56. Шаповал В.М. Становлення ділової етики як основи соціальної відповідальності підприємництва / В.М. Шаповал // Інституціональні перетворення в суспільстві: світовий досвід і українська реальність / Матеріали IV міжнародної науково-методичної конференції. Мелітополь, 4–6 вересня 2009 року. – С.81–86.

57. Шаповал В.М. Благодійність як регулятор розвитку бізнесу в Україні / В.М. Шаповал // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики Украины / Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Алушта, 1–3 октября 2009 года. – Симферополь, 2009. – С.19–20.

58. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку українського підприємництва / В.М. Шаповал // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва / Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 11 грудня 2009 року. – С.86–87.

59. Шаповал В.М. Інституціональна підтримка соціально відповідальної діяльності в Європі / В.М. Шаповал // Україна – Польща – ЄС: сучасний стан та перспективи / Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Вроцлав. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2010. – С.202–209.

60. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: регіональний аспект / В.М. Шаповал, Д.Ю. Гладков // Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України / Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Дніпропетровськ, 20–22 травня 2010 року. – Т. 1. – С.71–72. *Особистий внесок здобувача*: визначено роль соціальної відповідальності бізнесу у вирішенні соціальних проблем регіону.



61. Шаповал В.М. Благотворительность как условие повышения качества жизни людей / В.М. Шаповал, Т.М. Черкавская // Посткризисный мир: глобализация, многополярность, модернизация, институты / Материалы Международной научно-практической конференции (Ростов-на-Дону, 20–22 мая 2010 г.): в 3 т. Т. 2 / под ред. А.Ю. Архипова, Ю.М. Осипова, В.А. Алешина, В.Н. Овчинникова. – М.: Вузовская книга, 2010. – С.357–361. *Особистий внесок здобувача*: досліджено значення благодійності як умови підвищення якості життя людей.

62. Шаповал В.М. Деловая этика украинского бизнеса: традиции и перспектива / В.М. Шаповал, Т.М. Черкавская // Посткризисный мир: глобализация, многополярность, модернизация, институты / Материалы Международной научно-практической конференции (Ростов-на-Дону, 20–22 мая 2010 г.): в 3 т. Т.1 / под ред. А.Ю. Архипова, Ю.М. Осипова, В.А. Алешина, В.Н. Овчинникова. – М.: Вузовская книга, 2010. – С.406–412. *Особистий внесок здобувача*: досліджено особливості становлення етичних норм українського підприємництва, зумовлені специфічними рисами історичного, політичного і культурного розвитку.

63. Шаповал В.М. Особенности формирования деловой этики украинского бизнеса / В.М. Шаповал, Т.М. Черкавская // Социальные факторы устойчивого инновационного развития экономики / Тез. докл. II Междунар. науч.-практ. конф. (г. Минск, 22–23 сент. 2010 г.) / редкол.: Л.П. Черныш [и др.]. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2010.– С.174–175. *Особистий внесок здобувача*: виділено чинники, що перешкоджають становленню цивілізованої ділової етики українського бізнесу; визначено роль православних моральних норм і цінностей, як етичного еталону для здійснення ефективної економічної діяльності.

64. Шаповал В.М. Инструменты стимулирования социально ответственной поведінки / В.М. Шаповал, О.М. Ащеулова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики Украины / Материалы IX Международной научно-практической конференции. Алушта, 30 сентября – 2 октября 2010 года. – Симферополь, 2010. – С.22–23. *Особистий внесок здобувача*: досліджено основні інструменти стимуливання соціально відповідальної поведінки бізнес-організацій.

65. Шаповал В.М. Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине та необхідність її державної підтримки / В.М. Шаповал // Modern trends in scientific thought development: materials digest of the 2nd International Scientific Conference (January 31 – February 14, 2011, Kiev, London). Economic science / All-Ukrainian Academic Union of specialist for professional assessment of scientific research and pedagogical activity; Organizing Committee: B. Zhitnigor (chairman), I. Kupreichuk, A. Tim, G. Georgiou, S. Serdechny, L. Staker – Odessa: InPress, 2011. – P.243–246.

66. Шаповал В.М. Особенности социальной отчетности / В.М. Шаповал, Д. Гладков // Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю [Текст] / Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Черкаси, 18–20 травня 2011 р.): в 3 т. Т. II. Аналіз та контроль підприємницької діяльності. Моделювання і прогнозування економіки / Відп. ред. В.М. Яценко; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Черкас. держ. технол. ун-т. –

Черкаси: ЧДТУ, 2011. – С.54–56. *Особистий внесок здобувача*: проаналізовано основні стандарти соціальної (нефінансової) звітності, її види та функції.

67. Shapoval V. Axiological factors of business ethics formation / J. Rybak, V. Shapoval // European Science and Technology [Text] / Materials of the international research and practice conference, Wiesbaden, January 31st, 2012 / publishing office «Bildungszentrum Rodnik e. V.». – с. Wiesbaden, Germany, 2012. – P.743–756. *Особистий внесок здобувача*: виявлено ціннісні чинники та визначено їх роль у формуванні підприємницької етики.

#### АНОТАЦІЯ

**Шаповал В.М. Соціальна відповідальність у системі підприємницької діяльності. – На правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки. – Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», Дніпропетровськ, 2012.

У дисертаційній роботі на основі застосування системного підходу розроблена авторська концепція соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, де обґрунтовано нові методологічні підходи і теоретичні положення щодо формування та розвитку соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах.

Зокрема, соціальну відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності запропоновано розглядати як багатоаспектне явище. Вивчено передумови формування соціально відповідальної поведінки, виявлено на цій основі ціннісні чинники та визначено їх роль у формуванні соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності. Доведено значення взаємодії держави та підприємництва у розвитку соціальної відповідальності. Обґрунтовано значення соціальної звітності для оцінювання та регулювання соціально відповідальної діяльності сучасних бізнес-організацій. Удосконалено класифікацію рівнів соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва. Обґрунтовано основні тенденції розвитку соціально відповідальної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності в Україні. Виявлено чинники, які сприяють формуванню соціально відповідальної поведінки українських підприємців та які стримують цей процес. Окреслено систему завдань основних учасників процесу реалізації соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва в Україні. Здійснено оцінку соціально відповідальної поведінки в контексті основних параметрів базового рівня відповідальності.

Ключові слова: підприємництво, соціальна відповідальність, держава, взаємодія, соціальна звітність, форми прояву, рівні, моделі, тенденції, чинники.

#### АННОТАЦИЯ

**Шаповал В.М. Социальная ответственность в системе предпринимательской деятельности. – На правах рукописи.**

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.01 – экономическая теория и история экономической

мысли. – Государственное ВУЗ «Национальный горный университет», Днепропетровск, 2012.

В диссертационной работе на основе использования системного подхода разработана авторская концепция социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности, где обоснованы новые методологические подходы и теоретические положения относительно формирования и развития социальной ответственности субъектов предпринимательства в современных условиях.

Объектом исследования выступают процессы становления и развития социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности. Предметом исследования является совокупность теоретико-методологических положений и практических подходов к формированию социально ответственного поведения субъектов предпринимательской деятельности.

Автором исследованы теоретико-методологические основы предпринимательства и уточнены на этой основе сущность и содержание его социальных функций. Проанализированы концептуальные подходы к проблеме социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности, что дало возможность предложить авторское определение данной категории. Изучены предпосылки формирования социально ответственного поведения, в частности, выявлены ценностные факторы и определена их роль в формировании социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности.

Исследован генезис социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности и определены этапы ее становления; обоснованы мотивы и выявлены преимущества социально ответственного поведения субъектов предпринимательства; доказано значение взаимодействия государства и предпринимательства в развитии социальной ответственности.

Характеристика форм проявления социально ответственной деятельности субъектов предпринимательства на корпоративном, региональном и общественном уровнях позволила автору выделить современные модели социальной ответственности и расширить классификацию ее уровней.

Исследованы особенности оценки уровня социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности, ее инструменты и способы. Обосновано значение социальной (нефинансовой) отчетности для оценки и регулирования социально ответственной деятельности современных бизнес-организаций.

Исследованы особенности корпоративного, государственного и международного регулирования социально ответственного поведения субъектов предпринимательской деятельности.

Осуществлен детальный анализ тенденций социально ответственного поведения украинских субъектов предпринимательства. Выявлены факторы, содействующие формированию социальной ответственности украинских предпринимателей и сдерживающие этот процесс. Обосновано перспективное состояние социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности в Украине. Осуществлена оценка социально ответственного поведения в контексте основных параметров базового уровня ответственности.

Ключевые слова: предпринимательство, социальная ответственность, государство, взаимодействие, социальная отчетность, формы проявления, уровни, модели, тенденции, факторы.

#### ANNOTATION

**Shapoval Valentyna – Social responsibility in the entrepreneurial system.  
– Manuscript.**

Thesis for obtaining degree of Doctor of Economic Sciences on specialty 08.00.01 – Economics and history of economic thought. – State Higher Educational Institution National Mining University, Dnipropetrovs'k, 2012.

Author's conception on the base of systematic approach of social responsibility of entrepreneurs is worked out at the thesis. New methodological approaches and theoretical propositions which concern forming and development of social responsibility of entrepreneurs for present situation are substantiated.

It is proposed to regard social responsibility as multiple-aspect phenomenon. Backgrounds of forming social responsibility are examined. The value factors and their role for forming of social responsibility of entrepreneurs are indicated.

Importance of interaction between state and entrepreneurs for social responsibility development is proved. Importance of social responsibility for estimation and regulation of social responsibility of business structure is substantiated.

Classification of social responsibility levels of entrepreneurs is improved. The main trends of development of social responsible behavior of entrepreneurs are substantiated.

The factors which favour and restrain social responsible behavior forming of Ukrainian entrepreneurs are indicated. The system of tasks for main participators of social responsibility realization in Ukraine is outlined. The estimation of social responsible behavior in the context of basic characteristics is made.

**Key words:** entrepreneurship, social responsibility, state, interaction, social reports, forms of exposure, levels, models, trends, factors.