

УДК 331.101

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-35

ХАРУН О. А.

ORCID ID: 0000-0003-4510-1924

e-mail: harunelena74@gmail.com

ГРИЦИНА Л. А.

ORCID ID: 0000-0003-1606-8862

e-mail: mev2010conf@gmail.com

Хмельницький національний університет

## РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА УМОВ ПОГЛИБЛЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті досліджено сутність понять «відповідальність» та «соціальна відповідальність». Виділено основні компоненти структури соціальної відповідальності: політичну; цивільну; виробничу; правову; моральну; відповідальність у сфері сімейно-побутових відносин. Встановлено, що на розвиток соціальної відповідальності впливають фактори, які обумовлені сучасними реаліями: глобалізація і пов'язане з нею загострення конкуренції; зростаючі розміри і вплив компаній; конкуренція компаній за персонал; зростаюча роль нематеріальних активів. Наведено чотири рівні соціальної відповідальності: макрорівень, мезорівень, макрорівень, мегарівень. Визначено загальні проблеми та перспективи розвитку соціальної відповідальності. Запропоновано основні напрями забезпечення розвитку соціальної відповідальності підприємств за умов євроінтеграції.

Ключові слова: соціальна відповідальність; персонал; підприємство; структура соціальної відповідальності; рівні соціальної відповідальності; проблеми та перспективи розвитку соціальної відповідальності.

OLENA KHARUN, LESIA HRYTSYNA

Khmelnitskyi National University

## DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN CONDITIONS OF DEEPENING EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES

The purpose of the article is to analyze and improve the theoretical and practical aspects and directions of social responsibility of enterprises in terms of European integration. The essence of the concepts «responsibility» and «social responsibility» is investigated in the article. The main components of the structure of social responsibility are identified: political responsibility; civil liability; production responsibility; legal liability; moral responsibility; responsibility in the field of family and domestic relations. It is established that the development of social responsibility is influenced by the following factors, which are due to modern realities: globalization and the associated intensification of competition; growing size and influence of companies; competition of companies for personnel; the growing role of intangible assets. There are four levels of social responsibility: macro level, meso level, macro level, mega level. To study the internal social responsibility of the enterprise, six areas have been identified, each of which is proposed to be evaluated according to the list of indicators: remuneration and motivation of staff; professional training and staff development; Occupational Health; social programs; additional incentives for staff; satisfaction with the moral and psychological climate in the team.

Favorable and unfavorable characteristics of the development of social responsibility in domestic industrial enterprises are revealed. The general problems and prospects of development of social responsibility in Ukraine are defined. The main directions of ensuring the system of social responsibility of enterprises in terms of European integration are proposed.

Keywords: social responsibility; personnel; enterprise; types of socially responsible; levels of social responsibility; problems and prospects for the development of social responsibility.

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Ефективність економічного розвитку сучасних держав значною мірою залежить від ресурсів, вкладених у «людський фактор», без якого неможливо забезпечити поступальний розвиток суспільства. Трудовий потенціал, що є здатним до розвитку, перетворює людину у найважливіший ресурс виробництва: продуктивність праці, мотивація та інноваційний потенціал кожного окремого працівника визначають успіх стратегії, спрямованої на інтенсифікацію виробництва, конкурентоздатність тощо. Одним із важливих напрямів забезпечення розвитку трудового потенціалу підприємств виступає концепція соціальної відповідальності, яка за своїм змістом значною мірою обумовлює зміни в системі соціально-трудових відносин за умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед дослідників, котрі висвітлювали питання соціальної відповідальності у своїх працях, можна виділити наступних: Алоні Г. [10], Бержанір А. [24], Богуцька Н. [11], Брич В. [5], Гальчак Х. [19], Грищук В. [6], Киварина М. [17], Комарова К. [18], Корнєва І. [13], Мельник С. [16], Міщук І. [20], Мосійчук І. [25], Новікова О. [26], Панькова А. [21], Сафін В. [3], Спіркін А. [4], Стецик А. [23], Топішко І. [27], Фурса М. [14], Хачатуров Р. [9], Шабуров А. [8] та ін.

### Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень проблеми розвитку соціальної відповідальності недостатньо розроблені та потребують детальніших досліджень як у науковому, так і у практичному аспектах.

### Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз та вдосконалення теоретичних та практичних аспектів і напрямів реалізації соціальної відповідальності підприємств за умов євроінтеграції.

### Виклад основного матеріалу

З метою визначення необхідності та міри соціальної відповідальності підприємств у ефективному формуванні та розвитку трудового потенціалу, необхідно дати їй характеристику. Так, відповідальність за своїм змістом – широке поняття. У філософській літературі зазначається, що відповідальність – це категорія етики і права, що відображає особливе соціальне та морально-правове ставлення особистості до суспільства, яке характеризується виконанням свого морального обов'язку та правових норм [1].

На думку В. Сафін, у сутності поняття «відповідальність» присутні мотиваційно-афективна, інтелектуально-когнітивна та діяльнісно-поведінкова складові, що дозволяє говорити про інтегральність самого поняття відповідальності [2, с. 44]. В свою чергу, А. Спіркін пропонує розглядати відповідальність як систему в зв'язку з тим, що вона має низку компонентів: свободу волі, усвідомлення обов'язку, відповідність нормам поведінки [3, с. 294].

Соціальна відповідальність є самостійним видом відповідальності, якому притаманні специфічні риси. У широкому розумінні соціальна відповідальність є сукупністю різних її видів – економічної, політичної, правової, моральної та іншої. У вузькому сенсі це специфічні характеристики, які відображають міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціальних 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 [4].

В.К. Гришук вважає соціальну відповідальність фундаментом, на якому проводиться розбудова всієї системи відносин у суспільстві, що дозволяє їй виступати невід'ємним елементом у макросистемі людина–держава–суспільство [5].

К. Муздибаєв зазначає, що соціальна відповідальність відображає схильність особистості дотримуватися у своїй поведінці загальноприйнятих у суспільстві соціальних норм, виконувати рольові обов'язки і її готовність відповідати за свої дії [6, с. 42]. А. С. Шабуров характеризує соціальну відповідальність як вольове соціально обумовлене відношення суб'єкта до панівних у суспільстві норм і цінностей, що виражається у свідомому виборі суспільно значимого варіанта поведінки і активної його реалізації [7, с. 68].

Визначення соціальної відповідальності, яке акумулює в собі розуміння позитивної (перспективної) та негативної (ретроспективної) соціальної відповідальності, наводять Р.Л. Хачатуров та Р.Г. Ягутян. Автори позиціонують відповідальність як двоєдине соціальне явище: а) дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм; б) у випадку безвідповідальної поведінки, яка не відповідає приписам соціальних норм, порушує суспільний порядок – перенесення винним позбавлень особистісного чи майнового характеру [8, с. 22].

У дослідженні Г. Алоні [9] детально розглянуто принципи соціальної відповідальності бізнесу, що є похідними від її концепцій, і проаналізовано різні форми прояву соціоморальної відповідальності підприємця – концепція «служіння суспільству», сприяння членам певної соціальної спільноти, соціалізація молоді та людей з обмеженими фізичними можливостями тощо. На думку автора, соціальна відповідальність повинна першочергово стати якісною характеристикою особистості, а тоді вже способом ведення бізнесу.

Як бачимо, погляди на визначення поняття соціальної відповідальності різняться, однак загальним для них є те, що відповідальність розглядається як форма взаємозв'язку і взаємодії суспільства і особи. Соціальна відповідальність визначається як підзвітність, як відношення особи до соціальних вимог, що виражається у конкретних діях, як свідомо-вольове відношення людини до пред'явлених суспільством вимог і обов'язок неухильного їх дотримання, як відповідна позитивна чи негативна оцінка діяльності людини з боку суспільства. Соціальна відповідальність є, таким чином, одним з проявів зв'язку і взаємозалежності особи і суспільства.

Враховуючи викладені визначення сутності соціальної відповідальності, залежно від сфери соціальної діяльності можна виділити її основні види: політичну, моральну, суспільну, юридичну та інші види відповідальності [10].

Л. І. Грядунова зазначає, що різні види відповідальності виступають при аналізі родового поняття (соціальної відповідальності) як елементи системи. Своєю чергою, кожний з видів відповідальності має свої структурні підрозділи. З погляду сфер (конкретних форм) її прояву автор виділяє такі основні компоненти структури соціальної відповідальності: політична відповідальність, тобто відповідальність особи чи групи за дії, що торкаються соціально важливих інтересів; цивільна відповідальність, яка передбачає дотримання громадянином конституції країни та виконання відповідних обов'язків; виробнича відповідальність, що виражає відповідальність за результати своєї праці; правова відповідальність, яка проявляється у сфері взаємовідносин особи і суспільства, громадянина та держави; моральна відповідальність, тобто усвідомлена особою; відповідальність у сфері сімейно-побутових відносин [11, с. 31–38].

Відмітимо, що соціальна відповідальність в нашій країні має розвиватися, адже трактування її досить вузьке. Так само на її розвиток можуть вплинути наступні фактори, які обумовлені сучасними реаліями: глобалізація і пов'язане з нею загострення конкуренції; зростаючі розміри і вплив компаній; конкуренція компаній за персонал; зростаюча роль нематеріальних активів (наприклад, репутації, іміджу, брендів). Також існують і обмежувальні фактори розвитку соціальної відповідальності (зокрема, в Україні): відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проектів та програм; існуючі законодавчі обмеження розмірів і способів можливої допомоги нужденним; велика кількість прохань при обмеженості ресурсів для благодійності; відсутність системи соціально-відповідального бізнесу; відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу; небажання деяких керівників бізнесу слідувати принципам соціальної відповідальності і брати участь у формуванні позитивного іміджу бізнесу [12, с. 132].

Соціально відповідальна діяльність будь-якої організації реалізується за умови трьох видів узгоджень (взаємозв'язків): між організацією і суспільством щодо їх очікувань та взаємного впливу їх рішень і дій (відповідальної поведінки); між організацією та її зацікавленими сторонами щодо етично відповідального потенційного чи реального впливу на приватних осіб і організації; між зацікавленими сторонами та суспільством щодо узгодження, відповідності інтересів зацікавлених сторін, на які впливає організація, та очікуваннями суспільства, оскільки хоча зацікавлені сторони є частиною суспільства, вони можуть мати інтереси, які не відповідають очікуванням суспільства [13].

Відповідно до європейської практики, соціальна відповідальність бізнесу поширюється на сім основних напрямів [14]: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із зацікавленими сторонами (співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою, суб'єктами господарювання); дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність. Крім того, соціальна відповідальність виникає у зв'язку з діяльністю низки суб'єктів, що відповідним чином впливають на об'єкти у соціальній сфері.

Об'єктами соціальної відповідальності підприємств виступають: співробітники підприємств; споживачі продукції та послуг; співробітники партнерських організацій; громадяни, які потребують особливої уваги з боку суспільства – діти, інваліди, сироти, вагітні жінки, пенсіонери, студенти тощо; соціальна інфраструктура – житлово-комунальне господарство, транспорт, заклади освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, екологічні споруди тощо.

До суб'єктів, які мають забезпечувати корпоративну соціальну відповідальність підприємств, відносяться: всі підприємства (організації), незалежно від форми власності; органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування; об'єднання роботодавців усіх рівнів; профспілки всіх рівнів; об'єднання працівників, громадські організації, спеціалізовані благодійні фонди [15, с. 32].

Склад і коло інтересів зацікавлених осіб у розвитку соціальної відповідальності постійно змінюється. Тому необхідні адекватні зміни реалізовані підприємством в моделі їх взаємодії. У зв'язку з цим можна виділити чотири рівні соціальної відповідальності:

1. Мікрорівень – відповідальність перед персоналом, партнерами, акціонерами та споживачами. На даному рівні соціальна захищеність персоналу підприємств забезпечуються програмами та ініціативами, що спрямовані на створення і підтримку корпоративної культури, розвиток почуття корпоративної приналежності, прихильності персоналу до цінностей та ідеалів підприємства.

2. Мезорівень – відповідальність перед місцевими громадами.

3. Макрорівень – відповідальність перед державою.

4. Мегарівень – відповідальність перед світовою спільнотою [16].

Також вітчизняні дослідники виділяють базовий, корпоративний та вищий рівні соціальної відповідальності.

Перший (базовий) рівень – бізнес платить податки у повному обсязі і легально, тим самим кошти надходять до бюджету, звідки розподіляються на ті ж самі соціальні програми.

Другий (корпоративний) рівень – соціально відповідальний бізнес повинен платити економічно обґрунтовану зарплату. Не секрет, що зараз бізнес часто економить на зарплаті, розглядаючи її як частину своїх витрат. З одного боку, це так. Але з іншого – бізнес повинен зрозуміти, що висока зарплата дозволяє людині витрачати гроші на підтримку свого здоров'я, на освіту, на культуру.

Третій (вищий) рівень – соціально відповідальний бізнес на добровільній основі займається добродійністю. З одного боку, потенційний інвестор має більше довіри, якщо компанія може дозволити собі проводити масштабні соціальні програми, безпосередньо не пов'язані з виробництвом, та її знають в суспільстві. З іншого боку, ці програми показують, що бізнес відкритий, він займається не лише внутрішніми корпоративними програмами, але і працює з суспільством [17].

Реалізуючи принципи соціальної відповідальності бізнесу, менеджерам підприємства слід зважати на те, що існує дві форми її прояву – внутрішня та зовнішня.

До внутрішньої соціальної відповідальності бізнесу можна віднести діяльність, що пов'язана з розвитком персоналу підприємств: безпеку праці, стабільність заробітної плати, підтримку гідного рівня заробітної плати, додаткове медичне і соціальне страхування працівників, розвиток творчого потенціалу працівників через навчальні програми та програми підвищення кваліфікації, надання допомоги в кризових

ситуаціях. Тобто внутрішня форма передбачає всі соціально відповідальні дії керівництва відносно своїх підлеглих.

Зовнішня форма реалізації соціальної відповідальності бізнесу не регламентується законодавством, а регулюється існуючими традиціями та вимагає від керівництва таких дій: спонсорство і корпоративна благодійність, охорона навколишнього середовища, взаємодія з місцевою громадою і владою, готовність допомагати в кризових ситуаціях, відповідальність перед споживачами товарів і послуг (виготовлення якісних товарів та надання якісних послуг) [18].

Для дослідження внутрішньої соціально відповідальності підприємства доречно виокремити шість напрямків, кожен з яких пропонується оцінювати за переліком показників: винагорода і мотивація персоналу (розмір заробітної плати на підприємстві; розмір премій, надбавок; наявність соціального пакету; кількість нагород, отриманих на підприємстві); професійна підготовка і розвиток персоналу (підготовка і перепідготовка кадрів; співпраця з профільними ЗВО; проведення на підприємстві семінарів-нарад); охорона праці (проведення тренінгів з охорони праці; забезпеченість персоналу сучасними технічними засобами; покращення умов праці); соціальні програми (санаторно-курортне лікування персоналу; розвиненість волонтерства); додаткові стимули для персоналу (медичне обслуговування; наявність профспілки та її діяльність; забезпеченість персоналу транспортом для службового використання та житлом); задоволеність морально-психологічним кліматом в колективі (задоволеність працівника виконуваною роботою і місцем праці; задоволеність кадровою політикою; задоволеність психологічним кліматом в колективі) [19].

Соціальна відповідальність має виявлятися у системі заходів збалансування інтересів, з одного боку, підприємства та бути пов'язаною з діяльністю і завданнями його розвитку, а з іншого – сприяти задоволенню різноманітних потреб суспільства. Тому підприємство не може обмежуватися відповідальністю за свою діяльність тільки по відношенню до власників, воно має також прийняти на себе відповідальність перед працівниками, споживачами і постачальниками товарів і послуг, перед іншими конкуруючими підприємствами, урядом країни та суспільством у цілому [20].

Однак аналіз передових практик соціальної відповідальності вітчизняних підприємств [21] свідчить, що кожне підприємство сприймає та реалізує соціальну відповідальність по-своєму. Це залежить від багатьох причин: галузева приналежність підприємства, рівень розвитку підприємства та стійкість фінансово-економічної системи, імідж керівника, морально-етичні принципи у взаємовідносинах усередині підприємства та із зовнішнім середовищем, рівень корпоративної культури, особливості виробничих процесів із позицій впливу на екологію тощо. Для розвитку соціальної відповідальності на підприємстві важливими є: організація управління соціальною відповідальністю підприємства, її інтеграція в цінності, культуру та ділові відносини на всіх рівнях організаційної структури, координація різних напрямів роботи, які сприяють стійкому розвитку та задоволенню інтересів заінтересованих сторін на основі дотримання принципів соціальної відповідальності, підвищення її соціально-економічної та екологічної ефективності, забезпеченню енерго- та ресурсоощадності підприємства, інформуванню суспільства про проведені заходи та їх результати тощо.

Сучасний стан розвитку соціальної відповідальності на вітчизняних промислових підприємствах свідчить про наявність як сприятливих, так і несприятливих характеристик. До сприятливих характеристик можна віднести: збільшення кількості підприємств з іноземними інвестиціями, інтеграційних утворень вітчизняних підприємств; інтеграцію економіки у глобальне середовище, що зумовлює посилення інституціоналізації соціальної відповідальності бізнесу та соціального партнерства за міжнародними стандартами, необхідність дотримання міжнародних норм і принципів у сфері прав працівників щодо умов та безпеки праці, формування ефективної соціальної інфраструктури, охорони навколишнього середовища тощо; окремі заходи з популяризації практики соціальної відповідальності підприємства – укладання Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу, започаткування Форуму соціальної відповідальності бізнесу в Україні, видання довідника соціально відповідальних компаній, які працюють в Україні [22].

Одночасно, до недоліків та перешкод розвитку соціальної відповідальності на промислових підприємствах належать відсутність єдиного розуміння її сутності та широкого визнання чинником посилення конкурентних переваг; усвідомлення її як діяльності, спрямованої винятково на покращення соціального забезпечення всередині підприємства – засновників, акціонерів чи персоналу та невизнання компоненту зовнішньої соціальної відповідальності – перед громадою у вирішенні проблем місцевого та регіонального розвитку; переконання багатьох суб'єктів підприємства у тому, що реалізація соціальної політики є винятково прерогативою органів державного управління; відсутність належного інституціонального забезпечення (причому як інституцій (урядових і неурядових організацій підтримки соціальної відповідальності підприємства), так і інститутів (законодавства, формальних і неформальних правил поведінки)) та державного заохочення і сприяння участі бізнесу в соціальних програмах та закладів освіти у формуванні соціально відповідальних фахівців; недостатня ефективність діяльності профспілкових організацій; слабкість громадянського суспільства; відсутність у підприємців досвіду реалізації соціально відповідальних заходів, їх популяризації та оцінки ефективності [22].

Підвищення рівня ефективності функціонування соціальної відповідальності потрібно розвивати, починаючи з мікрорівня (рівня корпорації, підприємства). З цією метою їх діяльність повинна будуватись на таких основоположних засадах: розробка соціальних пакетів для працівників та їх сімей; підвищення

кваліфікації працівників; дотримання екологічної відповідальності; розвиток корпоративної культури; розвиток відносин з профспілками та радами трудових колективів; відповідальне ставлення до партнерів і споживачів; відповідальність компанії перед суспільством в цілому [23].

Відповідно основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні підприємства підвищувати соціальну відповідальність можуть бути такі: розвиток персоналу підприємств, що не лише запобігає плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів із ринку праці; потреба забезпечити зростання продуктивності праці на підприємстві; покращення іміджу підприємства та зростання репутації; реклама товарів і послуг; висвітлення діяльності підприємства в засобах масової інформації; стабільність і стійкий розвиток підприємства в довгостроковій перспективі; можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних підприємств; збереження соціальної стабільності в суспільстві; в окремих країнах, в яких існують соціально відповідальні підприємства, передбачені податкові пільги [24].

Значна обмеженість застосування стратегій і принципів соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах пов'язана із загальними проблемами стану соціально-трудових відносин, що гальмують їх розвиток: масові порушення з боку роботодавців міжнародних прав людини та трудових стандартів; недотримання законодавчо встановлених соціально-трудових прав і гарантій працівників, економія витрат на охорону праці; низький рівень заробітної плати, приховування заробітної плати, тривала заборгованість із виплати заробітної плати; значне забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів; невисока якість продукції, приховування небажаної інформації, недобросовісна реклама [25].

Перспективи розвитку програм соціальної відповідальності в Україні пов'язані з формуванням державних механізмів стимулювання системного вдосконалення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання; збільшення кількості суб'єктів господарювання, що розробляють, реалізують власні стратегії соціальної відповідальності, добровільно складають і щорічно оприлюднюють нефінансову звітність; використання кращих практик соціальної відповідальності українського бізнесу щодо етичної поведінки, поліпшення умов праці; захистом і покращенням соціально-трудових прав робітників; дотриманням сучасних стандартів безпеки праці та розвитку людини; захистом прав споживачів; підвищенням рівня зайнятості, у т.ч. серед вразливих верств населення; покращенням життя громад, зменшенням диспропорцій регіонального розвитку; розвитком соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнятої тенденції; забезпеченням сталого економічного і соціального розвитку країни; підвищенням конкурентоспроможності економіки; зменшенням безробіття, зниженням соціальної напруги, підвищенням стандартів життя населення та формуванням середнього класу; більш раціональним використанням природних ресурсів та зниженням рівня забруднень; активізацією інвестиційних та інноваційних процесів; полегшенням інтеграція до економічного і соціального простору ЄС [26].

Отже, до основних напрямів забезпечення розвитку соціальної відповідальності підприємств доречно віднести [27] створення умов для запровадження системи гідного соціально-економічного забезпечення працівників підприємства, зокрема забезпечення стійкого та постійного зростання заробітної плати з урахуванням соціально-економічних тенденцій у країні; удосконалення системи соціального забезпечення працівників у тому числі шляхом надання їм соціальних пакетів; запровадження системи додаткового соціального страхування, зокрема медичного та недержавного пенсійного; співучасть у виконанні соціальних програм і заходів регіону, держави та міста; стабілізація ринку праці шляхом створення нових робочих місць і застосування новітніх гнучких форм зайнятості; співпраця з органами місцевого самоврядування, інститутами громадянського суспільства, сторонами соціального партнерства з метою забезпечення соціальної безпеки.

### **Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі**

Підсумовуючи зазначене, варто відзначити, що розвиток трудового потенціалу за принципам соціальної відповідальності є одним із засобів підвищення рівня трудової активності працівників. Це обумовлено тим, що розуміння етичного ставлення до працівників, дотримання їх прав та гарантій у системі соціально-трудових відносин підвищує відповідальність людини та мотивацію до праці. Адже саме діяльність людини у праці стає невід'ємною рисою особистості – запорукою її подальшого розвитку та прогресу у світі в цілому, бо справжня цінність людини визначається не багатством, походженням чи посадою, а цінністю внутрішніх здібностей: чесністю, справедливістю, відповідальністю та працелюбством.

Подальші дослідження в даному напрямку будуть спрямовані на розкриття методик оцінки соціальної відповідальності, визначення показників та критеріїв її ефективності.

### **Література**

1. Философский словарь / [под ред. И. Т. Фролова]. – М. : Политиздат, 1981. – 467 с.
2. Сафин В. Ф. Психологическая сущность ответственности личности / В. Ф. Сафин // Теория и практика формирования коммунистического сознания. – Уфа, 1986. – С. 43–57.
3. Спиркин А. Г. Сознание и самосознание / А. Г. Спиркин. – М. : Просвещение, 1972. – 344 с.
4. Брич В. Я. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств / В. Я. Брич, І. І. Смачило // Економіка і управління підприємством. – 2014. – № 5/2(19). – С. 36–39.

5. Гришук В.К. Соціальна відповідальність : навчальний посібник / В.К. Гришук. – Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. – 152 с.
6. Муздыбаев К. Психология ответственности / К. Муздыбаев. – Л. : Наука, 1983. – 286 с.
7. Шабуров А. В. Социальная ответственность личности и уголовное право / А. В. Шабуров // Вопросы совершенствования уголовно-правовых норм на современном этапе : Межвуз. сб. науч. тр. – Свердловск, 1986. – С. 65–78.
8. Хачатуров Р. Л. Юридическая ответственность / Р. Л. Хачатуров, Р. Г. Ягутян. – Тольятти : ВГУ им. В.Н. Татищева, 1995. – 22 с.
9. Алоні Г. Етика бізнесу: соціально-філософський аспект : автореф. дис. ... канд. філос. Наук : 09.00.03 / Г. Алоні. – К., 2008. – 19 с.
10. Богуцька Н. М. Методологія осмислення соціальної відповідальності / Н. М. Богуцька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. – 2015. – № 824. – С. 208–217.
11. Грядунова Л. И. Социальная ответственность личности в условиях развитого социализма / Л. И. Грядунова. – К. : Вища школа, 1979. – 132 с.
12. Корнева І.О. Соціальна корпоративна відповідальність як інструмент покращення результатів роботи підприємства / І.О. Корнева // Молодий вчений 2017. – № 5 (45). – С. 618–621.
13. Фурса М. Соціальна відповідальність підприємства: теоретико-методологічні проблеми становлення [Електронний ресурс] / М. Фурса // Демократичне врядування. – 2014. – Вип. 14. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2014\\_14\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_26).
14. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriannya\\_rozvitku\\_svb.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriannya_rozvitku_svb.pdf).
15. Мельник С. Становлення соціально-орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С. Мельник // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32–36.
16. Киварина М. В. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс] / М. В. Киварина. – Режим доступу : [http://economicarggu.ru/2011\\_3/kivarina.pdf](http://economicarggu.ru/2011_3/kivarina.pdf)
17. Комарова К.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К.В. Комарова, Н.В. Ковальчук // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5-6. – С. 25–30.
18. Гальчак Х. Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання / Х. Р. Гальчак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 698 : Проблеми економіки та управління. – С. 140–146.
19. Мішук І. П. Оцінювання соціальної відповідальності торговельних підприємств: пошук методичних підходів / І. П. Мішук, Н. М. Градюк // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 5 (436). – С. 200–204.
20. Панькова А. Д. Про інноваційні моделі управління трудовою сферою в аспекті соціальної відповідальності / А. Д. Панькова // Социальная экономика. – 2015. – № 1. – С. 117–123.
21. Практики КСВ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/library/>.
22. Стецик А. Чинники та перешкоди посилення соціальної відповідальності підприємства / А. Стецик // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2015. – Вип. 12. – С. 311–317.
23. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу / А. Л. Бержанір // Економіка і організація управління. – 2014. – Вип. 1-2. – С. 43–47.
24. Мосійчук І. В. Корпоративна соціальна відповідальність як основа сучасного розвитку економіки України [Електронний ресурс] / І. В. Мосійчук. // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 3. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_3\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_3_15).
25. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / [О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.]. – Донецьк, 2013. – 296 с.
26. Топішко І.І. Соціальна відповідальність підприємства в Україні: проблеми забезпечення та шляхи підвищення / І.І. Топішко, Н.П. Топішко, Т.І. Галецька // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 12-1. – С. 95–99.
27. Завора Т. М. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] / Т. М. Завора. – Режим доступу : [http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/186/1/Завора\\_тези\\_2016.pdf](http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/186/1/Завора_тези_2016.pdf)

### References

1. Filosofskij slovar / [pod red. I. T. Frolova]. – М. : Politizdat, 1981. – 467 s.
2. Safin V. F. Psihologicheskaya sushnost otvetstvennosti lichnosti / V. F. Safin // Teoriya i praktika formirovaniya kommunisticheskogo soznaniya. – Ufa, 1986. – S. 43–57.
3. Spirkin A. G. Soznanie i samosoznanie / A. G. Spirkin. – М. : Prosveshenie, 1972. – 344 s.
4. Brych V. Ya. Sotsialna vidpovidalnist vitchyznianykh pidpriemstv / V. Ya. Brych, I. I. Smachylo // Ekonomyka y upravlenye predpriyatym. – 2014. – № 5/2(19). – S. 36–39.
5. Hryshchuk V.K. Sotsialna vidpovidalnist : navchalnyi posibnyk / V.K. Hryshchuk. – Lviv : Lvivskiy derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav, 2012. – 152 s.
6. Muzdybaev K. Psihologiya otvetstvennosti / K. Muzdybaev. – L. : Nauka, 1983. – 286 s.
7. Shaburov A. V. Socialnaya otvetstvennost lichnosti i ugovolnoe pravo / A. V. Shaburov // Voprosy sovershenstvovaniya ugovolno-pravovyh norm na sovremennom etape : Mezhevuz. sb. nauch. tr. – Sverdlovsk, 1986. – S. 65–78.
8. Hachaturov R. L. Yuridicheskaya otvetstvennost / R. L. Hachaturov, R. G. Yagutyanyan. – Tolyatti : VGU im. V.N. Tatischeva, 1995. – 22 s.

9. Aloni H. Etyka biznesu: sotsialno-filosofskyi aspekt : avtoref. dys. ... kand. filos. Nauk : 09.00.03 / H. Aloni. – K., 2008. – 19 s.
10. Bohutska N. M. Metodolohiia osmyslennia sotsialnoi vidpovidalnosti / N. M. Bohutska // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Yurydychni nauky. – 2015. – № 824. – S. 208–217.
11. Hriadunova L. Y. Sotsyalnaia otvetstvennost lychnosti v usloviakh rozvytoho sotsyalizmu / L. Y. Hriadunova. – K. : Vyscha shkola, 1979. – 132 s.
12. Kornieva I.O. Sotsialna korporatyvna vidpovidalnist yak instrument pokrashchennia rezultativ roboty pidpriemstva / I.O. Kornieva // Molodyi vchenyi 2017. – № 5 (45). – S. 618–621.
13. Fursa M. Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstva: teoretyko-metodolohichni problemy stanovlennia [Elektronnyi resurs] / M. Fursa // Demokratychni vriaduvannia. – 2014. – Vyp. 14. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2014\\_14\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_26).
14. Stratehiia spriannia rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriannia\\_rozvitku\\_svb.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriannia_rozvitku_svb.pdf).
15. Melnyk S. Stanovlennia sotsialno-orientovanoho biznesu v Ukraini yak skladova derzhavnoi sotsialnoi polityky / S. Melnyk // Ukraina: aspekty pratsi. – 2008. – № 5. – S. 32–36.
16. Kyvaryna M. V. Korporatyvnaia sotsyalnaia otvetstvennost [Elektronnyi resurs] / M. V. Kyvaryna. – Rezhym dostupu : [http://economicarggu.ru/2011\\_3/kivarina.pdf](http://economicarggu.ru/2011_3/kivarina.pdf)
17. Komarova K.V. Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehiia rozvytku biznesu na pidpriemstvakh Ukrainy / K.V. Komarova, N.V. Kovalchuk // Innovatsiina ekonomika. – 2016. – № 5-6. – S. 25–30.
18. Halchak Kh. R. Sotsialna vidpovidalnist biznesu v rynkovykh umovakh hospodariuvannia / Kh. R. Halchak // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». – 2011. – № 698 : Problemy ekonomiky ta upravlinnia. – S. 140–146.
19. Mishchuk I. P. Otsiniuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti torhovelnykh pidpriemstv: poshuk metodychnykh pidkhdov / I. P. Mishchuk, N. M. Hradiuk // Biznes-Inform. – 2014. – № 5 (436). – S. 200–204.
20. Pankova A. D. Pro innovatsiini modeli upravlinnia trudovoiu sferoiu v aspekti sotsialnoi vidpovidalnosti / A. D. Pankova // Sotsyalnaia ekonomika. – 2015. – № 1. – S. 117–123.
21. Praktyky KSV v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://csr-ukraine.org/library/>.
22. Stetsyk A. Chynnyky ta pereshkody posylnennia sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva / A. Stetsyk // Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. – 2015. – Vyp. 12. – S. 311–317.
23. Berzhanir A. L. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk pidvyshchennia efektyvnosti suchasnoho biznesu / A. L. Berzhanir // Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia. – 2014. – Vyp. 1-2. – S. 43–47.
24. Mosiichuk I. V. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak osnova suchasnoho rozvytku ekonomiky Ukrainy [Elektronnyi resurs] / I. V. Mosiichuk. // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriia: Ekonomichni nauky. – 2015. – № 3. – Rezhym dostupu : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_3\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_3_15).
25. Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky) : monohrafiia / [O. F. Novikova, M. Ye. Deich, O. V. Pankova ta in.]. – Donetsk, 2013. – 296 s.
26. Topishko I.I. Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstva v Ukraini: problemy zabezpechennia ta shliakhy pidvyshchennia / I.I. Topishko, N.P. Topishko, T.I. Haletska // Prychornomorski ekonomichni studii. – 2016. – Vypusk 12-1. – S. 95–99.
27. Zavora T. M. Sotsialni vidpovidalnist biznesu [Elektronnyi resurs] / T. M. Zavora. – Rezhym dostupu : [http://77.121.11.9/bitstream/PolNTU/186/1/Zavora\\_tezy\\_2016.pdf](http://77.121.11.9/bitstream/PolNTU/186/1/Zavora_tezy_2016.pdf)

Надійшла / Paper received : 03.11.2021

Надрукована/Printed : 07.12.2021