

## ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 33.0124

### СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: НОВА ФОРМА КОНКУРЕНТНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КАПІТАЛІСТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА

### BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY: A NEW FORM OF COMPETITIVE BUSINESS CONDUCT AND THE EFFICIENT FUNCTIONING OF A CAPITALIST SOCIETY

**Мороз О.В.**

доктор економічних наук, професор,  
завідуючий кафедри менеджменту, маркетингу та економіки  
факультету менеджменту та інформаційної безпеки,  
Вінницький національний технічний університет

**Філатова Л.С.**

викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки  
факультету менеджменту та інформаційної безпеки,  
Вінницький національний технічний університет

**Подольчук К.В.**

студентка факультету менеджменту та інформаційної безпеки,  
Вінницький національний технічний університет

**Moroz Oleg**

Doctor of Economics, Professor with the Department of Management,  
Marketing and Economics, Faculty of Management and Information Security,  
Vinnytsia National Technical University

**Filatova Lyubov**

Lecturer with the Department of Management,  
Marketing and Economics, Faculty of Management and Information Security,  
Vinnytsia National Technical University

**Podolianchuk Kateryna**

Student, Faculty of Management and Information Security,  
Vinnytsia National Technical University

*У статті досліджено роль підприємства у формуванні глобального соціально відповідального ринку в конкурентному капіталістичному середовищі та різні прояви корпоративної соціальної безвідповідальності в процесі створення та ведення бізнесу. Розглянуто основні підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності та етичної поведінки бізнесу й ділової етики бізнесу, а також їх основні прояви. Досліджено соціально відповідальні підприємства України, які мають форму нової поведінки колективного формування ринку, та сформовано їх перелік, а також згруповано ці підприємства за напрямками соціальної відповідальності та за видом. Результатом роботи є підвищення ефективності формування конкурентної поведінки підприємства в умовах колективного формування ринку. Визначено ринок як головний складник побудови громадянського та відповідального суспільства.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, конкуренція, капіталізм, конкурентна поведінка, ринок, етика бізнесу.

*В статье исследованы роль предпринимательства в формировании глобального социально ответственного рынка в конкурентной капиталистической среде и различные проявления корпоративной социальной безответственности в процессе создания и ведения бизнеса. Рассмотрены основные подходы к определению корпоративной социальной ответственности, этического поведения бизнеса и деловой этики бизнеса, а также их основные проявления. Исследованы социально ответственные предприятия Украины, имеющие форму нового поведения коллективного формирования рынка, и сформирован их перечень, а также эти предприятия были сгруппированы по направлениям социальной ответственности и по виду. Результатом работы является повышение эффективности формирования конкурентного поведения предприятия в условиях коллективного формирования рынка. Рынок определен как главная составляющая построения гражданского и ответственного общества.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, конкуренция, капитализм, конкурентное поведение, рынок, этика бизнеса.

*For today one of the most discussed issues in business ethics is the question of whether corporations, factories, firms and enterprises are morally and socially responsible actors on the market area. The article considers the question of whether market subjects have business obligations to society, such as providing employment, eliminating discrimination, preventing environmental pollution, etc. In the literature this problem was called the problem of business corporate social responsibility. The main purpose of this work is search of opportunities to increase the effectiveness of creating the competitive behavior of the enterprises in the conditions of market collective formation and studying the role of the enterprise to form the market. The object of the research is the process of formation and management of the competitive strategy at the enterprise. The article considers the application of the social responsibility theory of business from the point of view of two aspects: the first is the market and competition, when capitalism forces enterprises to operate in conditions of selfish rationality; the second is the style of leadership and corporate culture of the firm that leads to a departure from social responsibility. At the same time there is third most important plane is the integrative formation of general principles of business in relation to public values and damage to the planet. First two aspects are in different planes – first is a macro plane, the second is the micro plane. Third level is the highest and the most global. The paper studies a question of cooperation as integral part of capitalism. The main approaches to the definition of corporate social responsibility, ethical conduct of business and business ethics of business, as well as their main manifestations were considered during the research. The socially responsible enterprises of Ukraine, which have the form of a new behavior of the collective formation of the market were investigated and the list of these enterprises was formed in the paper. These enterprises were grouped in accordance with the directions of social responsibility and their types.*

**Key words:** social responsibility, business social responsibility, competition, capitalism, competitive behavior, market, ethics of business.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні одним із найбільш обговорюваних питань в етиці бізнесу є питання про те, чи є корпорації морально та соціально відповідальними суб'єктами. Іншими словами, чи повинен бізнес прагнути до чого-небудь, окрім максимізації власного прибутку, чи є у бізнесу обов'язки перед суспільством, такі як забезпечення зайнятості, усунення дискримінації, недопущення забруднення навколишнього середовища тощо. У спеціальній літературі ця проблема була названа проблемою корпоративної соціальної відповідальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблемам етики бізнесу, конкурентної поведінки присвячено праці таких науковців, як Том Палмер [3], Ю.Ю. Петрунин [4], П. Розанвалон [5], Р. Райх [6], Р. Джордж [7] та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою роботи є підвищення ефективності формування конкурентної поведінки підприємства в умовах колективного формування ринку. Об'єктом дослідження є процес

формування та управління конкурентною стратегією на підприємстві.

Дослідження проблеми було розпочато з таких передумов, які наведено авторами статті та стали основною проблематикою дослідження:

- бізнес повинен діяти в рамках визначених моральних зобов'язань і дотримуватися всіх вимог суспільства і груп, чий інтерес зачіпаються його діяльністю;

- поведінка великої комерційної організації повинна будуватися на основі принципів соціальної справедливості;

- чи мають підприємницькі організації моральні обов'язки щодо захисту та збереження навколишнього середовища й який їх зміст.

Основним завданням, яке ставилося під час дослідження, є вивчення ролі підприємства для формування ринку.

Наведені передумови – це не аксіоми, а відкриті питання не лише для бізнесу, а й для наукового дослідження. Якщо розглядати діяльність фірми в межах підходу раціональності, то очевидно, що підприємство здійснює лише те, що економічно є вигідним для неї. Але розглядаючи теорію фірми та постулати поведінкової

економіки та інституціоналізму, ми здійснюємо повний відхід від раціональності, і нам надається більше змоги описати та подивитися під новим кутом на економічний світ.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Базою функціонування капіталізму та основою ринку за аксіомами класичної теорії економічної думки є конкуренція. Ринок – один із найважливіших елементів громадянського суспільства. Підприємство, використовуючи ресурси, потенціал та можливості ринку, отримує при цьому прибуток та максимальні вигоди, але не здійснює ніяких заходів для розвитку ринку, галузі, суспільства та світового ринку. Це є прикладом «економічної людини» А. Сміта, але при цьому неочевидний розвиток суспільства та ринку у цілому, лише раціональна поведінка підприємств, метою яких є тільки отримання прибутку. Така поведінка підприємств є деструктивною, тому що призводить у подальшому до ринкових дисфункцій. Якщо використовувати біологічний підхід до моделювання конкуренції, це те ж саме, коли виду потрібно вижити і він не згруповується, використовуючи симбіоз, а кожний використовує свою стратегію виживання, що призведе до вимирання всього виду. Якщо ринок ототожнювати з організацією, а відділи – з фірмами, то об'єднуючим чинником для всіх підрозділів є стратегія розвитку, при цьому якщо кожний підрозділ буде використовувати свою стратегію розвитку лише для підрозділу, ця організація не досягне успіху, оскільки всі тактики підрозділів мають бути спрямовані на єдину стратегію розвитку.

Між незалежними корпораціями, що діють в одній і тій же сфері бізнесу, неминуча конкуренція, у процесі якої виникають різноманітні моральні проблеми. Однією з найбільш серйозних є моральна проблема вибору засобів, для того щоб здобути перемогу над конкурентом, у тому числі таких, здавалося б, безпечних, на перший погляд, для моралі, як зниження ціни продукції нижче її собівартості або зниження заробітної плати для зниження собівартості. Але водночас саме конкуренція може змушувати до соціально безвідповідальної поведінки бізнесу, орієнтованого тільки на максимізацію прибутку. Саме конкурентна ситуація встановлює стимули так, що ті, хто приймає рішення, часто змушені не робити бажаних інвестицій, інакше вони зазнають збитків у конкурентній боротьбі [1].

Інвестор-мільярдер Джордж Сорос зазначає, що занадто високий рівень конкуренції за занадто низького рівня співпраці може обернутися неприйнятною нерівністю і нестабільністю. Із 919 найбільших керівників бізнесу, які брали участь в опитуванні, проведеному виданням International Management у 1982 р., 53% вказали як мінімум один випадок за останні п'ять років розбіжності між тим, що треба було зробити в

інтересах компанії, і тим, що вони самі вважали правильним в етичному або моральному плані. Однак у кінцевому підсумку чесність і глобальна справедливість потребують не тільки наявності чесних бізнесменів, а й створення справедливих базових інститутів, які дадуть змогу всім вести конкуренцію на рівних умовах й які забезпечать захист тим, кому система міжнародного бізнесу не приносить вигоди.

Рівне ігрове поле з однаковими правилами гри для всіх – це питання не лише етики, а й ефективності. Основою успіхів економіки є не матеріальна база або природні ресурси, а людська свідомість, ідеї та системи цінностей. Прихильники свободи і вільного ринку, як правило, не використовують вираз «виживає найсильніший». Це поняття характеризує процес біологічної еволюції й означає, що виживають види, найбільш пристосовані до навколишнього середовища. Його можна віднести також до конкуренції підприємств на ринку, але це жодним чином не означає, що за капіталізму виживають лише найсильніші індивіди. У 1996 р. Баррі Нейлбафф та Адам Бранденбургер із Гарвардської школи бізнесу висунули теорію співробітництва конкурентів, яка зв'язала конкуренцію і співробітництво.

Ринок побудований на співробітництві і для співробітництва. Інша невидима і недосліджена суть капіталізму, крім конкуренції, – це співробітництво людей заради створення цінностей не тільки для себе, а й для інших. І це породжує різноманітність плідної діяльності, оскільки потреби і бажання людей досить різноманітні. Мета капіталізму, мета співробітництва в умовах ринку – задоволення цих потреб і бажань. Розквіт людини – це кінцева мета капіталізму і результат його існування. Причини такої необхідності в тому, що «конкурентна» модель перестає бути ефективною в умовах вичерпання ресурсів, відсутності «нових земель», а також практично повсюдної орієнтації на інновації та креативність [2; 3].

Співпраця – це саме те, що дасть змогу не витрачати марно непоправні ресурси. Якість і швидкість інноваційних процесів також безпосередньо залежать від ступеню співробітництва на всіх рівнях. Окрім глобальних причин необхідності переходу на принципи взаємодії вказує і цілком конкретні можливі вигоди від спільного застосування сил: розширення ринків збуту, використання взаємозамінних деталей, узгодження стандартів, робота із загальними поставальниками, поліпшення процесів виробництва і послуг. Зрозуміло, що конкуренцію для компанії, що працюють на одному або суміжних ринках, ніхто не відміняв, кожен бореться за свою частку ринку, але рівень співпраці при цьому впливає як на величину ринку, так і на його привабливість для клієнтів.

Капіталізм – аж ніяк не усунута від моралі арена зіткнення інтересів. Взаємодія дуже

багато в чому визначається етичними нормами і правилами. Том Палмер стверджує [3], що капіталістичне суспільство засноване на визнанні й захисті прав особистості. У такому суспільстві люди можуть вільно здійснювати свої цілі за власним розумінням. Але єдине соціальне обмеження, що накладається капіталізмом, полягає у тому, що кожний, хто прагне одержати від інших будь-які послуги, повинен запропонувати замість щось вартісне. Ніхто не має права використовувати державні механізми для експропріації того, що створили інші. Просто дати змогу людям вільно здійснювати торгівлю, керуючись міркуваннями прибутків і видатків, звичайно, необхідно для економічного прогресу, але для творення сучасного світу цього недостатньо.

Особливість бізнесу часто полягає у байдужості до нанесення шкоди іншим людям. Продукція, яка виготовлена та реалізована в умовах ринкової економіки, часто виявляється просто небезпечною для життя і здоров'я людей. Фахівець з економічної історії Джаел Макір [4] казав, що економічні зміни в будь-яку епоху залежать від мислення людей куди більше, ніж вважає більшість економістів. Будь-який керівник часто стикається з необхідністю приймати такі рішення, які ставлять перед ним складні етичні проблеми, він змушений приймати рішення, у результаті виконання яких неминуче постраждають люди; йому доводиться йти на угоди, в яких потрібно вибирати між необхідними матеріальними цінностями і дотриманням усталених моральних принципів; керівник опиняється в такому становищі, що інтереси його організації і цілі роботи входять у протиріччя з особистими потребами конкретних працівників або споживачів.

Бізнес повинен мати більш високу мету, ніж одержання прибутку. У кожної фірми має бути своя вища мета, адже у кожної професії є мета, не обмежена вузькими рамками прибутковості. Кожний процес має мету крім максимізації прибутку, і ті, хто ним займаються, керуються цією метою. Прибуток створює капітал, необхідний нашому світу для інновацій та розвитку.

Ділова етика (етика бізнесу) – це сукупність моральних вимог, які базуються на чесності, відкритості, здатності ефективного функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства, встановлених правил та традицій. Виконання цих вимог, порядність, повага до партнера не тільки є схвальними, а й вигідними, оскільки це укріплює репутацію суб'єкта бізнесу і значно розширює можливості його діяльності. Адже підприємництво – це не лише економічна діяльність, орієнтири та особистісні якості (ініціативність, мобільність, розрахунок, готовність до ризику і т. д.), а й має місце соціальна творчість, де потрібними є одні й ті самі цінності для всіх підприємств на ринку [5].

Ділова етика – це не відокремлена етика, яка обмежує поведінку бізнесу таким чином, яким

інші види індивідуальної та суспільної діяльності не обмежені. Вона створює загальну складову частину загальної концепції моральності, і тільки в рамках цієї більш широкої дисципліни її можна правильно зрозуміти. Суть етики бізнесу зовсім не полягає у тому, щоб змінити чиїсь моральні переконання, а в тому, щоб на них покладатися. Рух за етику бізнесу являє собою суспільний феномен, який має наукові, ділові, соціальні та правові аспекти [6].

Приклади документів, які регулюють етичну поведінку бізнесу [5–10]:

1. Принципово важливим і масштабним кроком у міжнародному узгодженні етичних орієнтирів у сфері бізнесу став прийнятий у грудні 1980 р. Генеральною Асамблеєю ООН «Комплекс узгоджених на багатосторонній основі справедливих принципів і правил для контролю над обмеженою діловою практикою». Це були універсально узгоджені принципи із забезпечення рівності й справедливості в торгівлі, свободи конкуренції, контролю над концентрацією капіталу і/або економічних потужностей. У вказаному документі визначено недопустимі дії, зокрема практика погодження про розподіл ринків і покупців, участь у торгах за таємною змовою, змова про відмову вести справи, а також застосування цін нижчих за собівартість для усунування конкурентів або ж установа дискримінаційних (тобто диференційованих) цін і умов поставки або покупки товарів і послуг і т. ін. Документ перераховує протидіючі міри, визнає пріоритет національного і регіонального законодавства.

2. У 1964 р. у швейцарському місті Ко лідерами бізнесу Західної Європи, США і Японії була прийнята резолюція «Принципи ведення бізнесу круглого столу Ко», що висловлювала систему етичних стандартів, яку розділяла більшість підприємців світового рівня, і швидко отримала широке визнання.

Розглянемо застосування теорії соціальної відповідальності бізнесу з погляду двох аспектів: перший – ринок та конкуренція, капіталізм примушує підприємства діяти в умовах егоїстичної раціональності; другий – стиль керівництва та корпоративна культура фірми призводять до відходу від соціальної відповідальності. Але надамо у цій праці детальнішого акценту на першому аспекті. При цьому є й третя найважливіша площина – інтегративна – це формування загальних засад бізнесу по відношенню до суспільних цінностей та шкода планеті при цьому. Ці два аспекти знаходяться в різних площинах перший – це макроплощина, другий – мікро, найвищим та найглобальнішим є третій рівень.

Оскільки економічна діяльність – це діяльність людей, її можна розцінювати з позиції моралі точно так само, як і будь-який інший вид діяльності людини. Зв'язок бізнесу і моральності навіть більш глибокий. Бізнес, подібно до



Таблиця 1

## Перелік підприємств із новою формою конкурентної поведінки колективного формування ринку

№ п/п	Назва підприємства	Результат отриманий від соціальної відповідальності	Заходи, які проводяться соціально відповідальним підприємством	Напрямок соціальної відповідальності*	Вид поведінки соціальної поведінки**
1	2	3	4	5	6
1	«Dapop» Молочні продукти, вода, дитяче харчування та медичне харчування	– високоякісний продукт; – захист навколишнього середовища: зменшення впливу від виробничого процесу на навколишнє середовище; – проведення просвітніх заходів у результаті яких підвищується екологічна свідомість працівників підприємства; – організація різноманітних ініціатив, наприклад, прибирання території	Підприємство дотримується національних законодавчих норм у сфері захисту навколишнього середовища. Відбувається вдосконалення системи екологічного менеджменту. Проводиться модернізація виробництва, щоб зменшувати екологічний слід від виробничої діяльності. Проводиться робота над мінімізацією споживання природних ресурсів. Проводиться відстеження карбонового сліду виробництва молочних продуктів за допомогою інструмента Dairy Daprint. Проводиться відстеження карбонового сліду постачальників молока за допомогою інструмента Cool Farm. Організація внутрішнього екологічного аудиту із залученням міжнародних експертів ERM і Veolia. Залучення співробітників до екологічних ініціатив: створення «зеленого офісу», проведення акцій із прибирання парків та висаджування дерев. Реалізація проекту «Сімейна ферма». Реалізація проекту «УПРАВЛІННЯ МОЛОЧНИМ БІЗНЕСОМ», метою якого є підвищення кваліфікації працівників молочних ферм та господарств України.	підходи – ринковий та з позиції зацікавленої особи	Перспективний (позитивний) аспект  Моральна та громадська відповідальність
2.	«КПМГ Україна» Аудиторська компанія	– реалізація соціальних, освітніх та благодійних проектів; – зменшення впливу від виробничого процесу на навколишнє середовище	Співробітники компанії активно долучаються до різних соціальних проектів, регулярно роблячи свій внесок у благополуччя дітей з особливими потребами. КРМГ в Україні на регулярній основі реалізує освітні проекти для студентів і молодих фахівців. Також у компанії розробляються проекти, спрямовані на скорочення негативного впливу на довкілля. Підтримується концепція «зеленого офісу».	підходи – ринковий та з позиції зацікавленої особи	Ретроспективний аспект  Моральна, громадська відповідальність

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
3.	ЕУ в Україні Аудиторська компанія	– реалізація соціальних, освітніх та благодійних проектів, зокрема підтримка неприбуткових організацій	Організація послідовно втілює проекти, спрямовані на те, щоб молодь мала якомога ширший доступ до якісної освіти та вищі шанси на цкаву роботу. Благодійність. ЕУ продовжує надавати довгострокову систематичну підтримку вразливим членам суспільства: дітям-сиротам, дітям із важкими захворюваннями, а також людям з особливими потребами, партнерські стосунки з низкою благодійних організацій.	підхід – із позиції зацікавленої особи	Ретроспективний аспект  Моральна, громадська відповідальність
4.	«Концерн «ХЛІБПРОМ» Виробник хлібної, кондитерської продукції та напівфабрикатів	– високоякісний продукт; – працівники підприємства мають можливість працювати в належних умовах та розвивати свій потенціал; – кооперація за рахунок чесного та добросовісного партнерство на відкритих засадах з іншими компаніями та корпораціями; – зменшення впливу від виробничого процесу на навколишнє середовище	Відповідальність перед споживачами за якість продукції. Відповідальність перед працівниками за створення оптимальних умов для роботи, розвитку та реалізації власного потенціалу. Відповідальність перед партнерами. Відповідальність перед суспільством за вплив на навколишнє середовище.	підхід – з позиції «корпоративної совісті»	Проспективний (позитивний) аспект  Моральна та корпоративна відповідальність
5.	Авторські іграшки ручної роботи Наталії Держипільської Виробництво текстильних виробів. Продаж у спеціалізованих магазинах	Співпраця та підтримка благодійних організацій та інститутів громадянського суспільства	Підтримка закладів/організацій для вразливих груп населення	підхід – з позиції зацікавленої особи	Моральна, громадська відповідальність

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
6.	Адвокатське бюро «Сергеев та Партнери»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– працевлаштування соціально вразливих груп населення;</li> <li>– підтримка та співпраця з ветеранськими організаціями;</li> <li>– здійснення правової допомоги для юридичних і фізичних осіб</li> </ul>	Працевлаштування соціально вразливих груп населення. Освіта в напрямі ведення самостійної юридичної діяльності (пошуку клієнтів, розрахунку витрат, реклами, інше). Частину прибутку Бюро витрачає на підтримку проектів ветеранських організацій (учасників АТО). Працівники Бюро залучаються до громадських ініціатив у питаннях правового аналізу, захисту і складання законопроектів з важливих соціальних питань. Бюро надає правову допомогу для юридичних і фізичних осіб.	підхід – з позиції зацікавленої особи	Моральна, громадська відповідальність
9.	Приватне підприємство «Селиська сироварня»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підтримка сільського населення, що утримує ВРХ, та виготовлення екологічно чистої продукції;</li> <li>– поліпшення здоров'я нації через вживання екопродукції;</li> <li>– створення нових робочих місць;</li> <li>– просвіта в напрямі правильного догляду за великою рогатою худобою (ВРХ);</li> <li>– зменшення впливу від виробничого процесу на навколишнє середовище;</li> <li>– підтримка проведення регіональних культурних та спортивних заходів</li> </ul>	Реалізація проекту «Селиська сироварня» – це соціально-економічний проект, який першочергово був створений для підтримки сільського населення, що утримує ВРХ, та виготовлення екологічно чистої продукції. Створення нових робочих місць у сільській місцевості, також є працевлаштовані інваліди. Проведення навчальних тренінгів для місцевого населення щодо правильного догляду за великою рогатою худобою (ВРХ). До водопроводу питної води сироварні підключено усі соціальні очисні споруди для побутовано біологічні очисні споруди для очищення води після виробництва. Підтримка проведення регіональних культурних та спортивних заходів, допомога ветеранам АТО. Проведення загальноосвітньої діяльності у темі «молоко-сир-еко»	підходи – ринковий та з позиції зацікавленої особи	Проспективний (позитивний) аспект  Моральна, громадська відповідальність
10.	Проект «Зелений Птах»	Просвіта в напрямі підвищення екологічної свідомості громадян	Поширенні інформації щодо розвитку переробки одноразового посуду	підхід з позиції «корпоративної совісті»	Ретроспективний аспект  Моральна, громадська відповідальність

\* класифікації підходів до корпоративної соціальної відповідальності;

\*\* класифікації ретроспективного та проспективного (позитивного) аспектів

Джерело: складено авторами на основі:

більшості інших видів громадської діяльності, першочергово передбачає моральну основу і був би без такої основи неможливим.

До основних проявів соціально відповідальної поведінки належать: благодійність; розвиток корпораціями соціальних програм, спрямованих на користь місцевої спільноти; додаткове інформування зацікавлених осіб про продукцію компанії; добровільне зняття своєї продукції в разі її можливої небезпеки для споживача та ін.

У табл. 1 згруповано підприємства, які, на думку авторів, є сучасними представниками соціально орієнтованої поведінки бізнесу. У графі 3 наводяться результати, які отримані від соціально орієнтованої поведінки, у графі 4 наведено приклади заходів, які були проведені на підприємстві.

Авторами було згруповано підприємства за напрямками соціальної відповідальності та видом, які наведено в табл. 1.

Американський історик Е. Лейтон [4] відносить зародження концепції соціальної відповідальності бізнесу до кінця XIX – початку XX ст. У 20-х роках в американських ділових колах широке поширення отримала концепція «служіння», згідно з якою фірми повинні мати й інші цілі, крім «робити гроші». Діяльність заради цих цілей, що не мають відношення до прибутку, була об'єднана одним поняттям – «служіння».

Існує чотири основні підходи до корпоративної соціальної відповідальності:

- 1) ринковий підхід;
- 2) підхід із позиції державного регулювання;
- 3) підхід із позиції «корпоративної совісті»;
- 4) підхід із позиції зацікавленої особи.

Соціальна відповідальність розглядається у двох аспектах, залежно від того, якою є поведінка особи – соціально корисною чи соціально шкідливою. Адже у суспільстві існує стільки різновидів соціальної відповідальності, скільки в ньому діє різновидів соціальних норм [8–10]:

Перспективний (позитивний) аспект. Соціальна відповідальність тут характеризує позитивне ставлення особи до своїх учинків. Це розуміння їх важливості для суспільства, бажання зробити їх якомога краще. Саме ця відповідальність мається на увазі, коли говорять про почуття відповідальності, про те, що людина бере відповідальність на себе. Це відповідальність за майбутню поведінку.

Ретроспективний аспект. Ретроспективна відповідальність – це відповідальність за раніше

вчинене. Вона передбачає зовнішній вплив із боку суспільства, держави, інших осіб. Вона може бути:

- правовою (юридичною);
- поза правовою;
- моральною/етичною;
- громадською/політичною/партійною;
- виробничою/корпоративною;
- сімейно-побутовою;
- релігійною тощо.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У ринковій економіці ефективність розуміється досить вузько –прибутковість, укорінення в певній ніші певного ринку з метою в подальшому збільшення тієї ж прибутковості виробництва. Вчені досить широко трактують необхідність конкуренції. Так, конкурентною політикою держави пропонується вважати таку політику, яка сприяє ефективному функціонуванню економіки та підвищенню добробуту громадян. Конкуренція – основний елемент ринкової економіки. Прихильники ринку часто підкреслюють переваги, які несе із собою конкуренція. Конкуренція дає змогу постійно використовувати різні підходи, експериментувати й адаптуватися до мінливого середовища. Конкуренція змушує бізнес постійно робити все можливе, щоб якомога краще захопити споживачів. Як на аналітичному, так і на емпіричному рівні ми бачимо, що у систем, побудованих на конкуренції, результати краще, ніж у централізованих або монополістичних структур. Прихильники вільного ринку підкреслюють значення конкуренції і виступають проти її обмеження.

Співробітництво – настільки ж важливий елемент системи, як і конкуренція. Воно є настільки необхідним для добробуту людей, що необхідно створювати соціальні інститути, які забезпечують таке співробітництво. Саме цьому покликані слугувати права власності, обмеження повноважень держави й верховенства закону. У рамках ринкової системи індивіди у фірми конкурують, щоб удосконалювати співробітництво. Співробітництво – така ж невід'ємна частина капіталізму, як і конкуренція. Обидва ці процеси є найважливішими елементами простої системи, побудованої на природній свободі, і більшість із нас куди частіше співпрацює з партнерами, колегами, постачальниками, клієнтами, ніж конкурує із суперниками.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гессен Д.О., Еріксен Т.Г. Біг на місці: парадокс конкуренції / пер. з норвезьк. І. Сабор. Київ : Ніка-Центр, 2014. 208 с.
2. Чан Кім В., Моборн Р. Стратегія голубого океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції / пер. з англ. І. Андрущенко. Київ : Клуб сімейного дозвілля. 288 с.
3. Палмер Т.Дж. Моральність капіталізму. Те, що ви не почуєте від викладачів / пер. з англ. Т. Ананченко. Київ : Основи, 2014. 128 с.



4. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса : учебное пособие ; 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Дело, 2004. 400 с.
5. Розанвалон П. Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку / пер. з франц. Є. Марічева. Київ : Києво-Могилянська академія, 2006. 246 с.
6. Райх Р. Врятувати капіталізм. Як змусити вільний ринок працювати на людей / пер з англ. Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2018. 288 с.
7. Джордж Р.Т. Деловая этика. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2001. Т. 1. 1056 с.
8. Теория государства и права : учебник для вузов / под ред. проф. В.М. Корельского, В.Д. Первалова ; 2-е изд., изм. и доп. Москва : Норма, 2002. 379 с.
9. Хачатуров Р.Л., Ягутян Р.Г. Юридическая ответственность. Тольятти : Международная академия бизнеса и банковского дела, 1995. 200 с.
10. Зайчук О.В., Оніщенко Н.М. Теорія держави і права. Академічний курс : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2006. 688 с.