

СЕКЦІЯ ІХ
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ТА ПРАВОВИХ НАУК.
ПРОБЛЕМИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
У СФЕРІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Т. М. Пілявоз, В. Ю. Куйбіда

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Соціально-економічні реалії ХХІ століття продемонстрували зростання інтересу суспільства до питань корпоративної соціальної відповідальності.

Україна приєдналася до Декларації ОЕСР, що впроваджує соціально-економічну політику відповідального бізнесу. Розпорядженням КМУ від 24 січня 2020 року схвалено «Концепцію реалізації державної політики сприйняття соціальної відповідальності бізнесу». В результаті постала необхідність наукового дослідження теоретичних та практичних засад взаємодії бізнесу і суспільства в цілому та у контексті соціального капіталу бізнесу, зокрема.

Соціальний капітал бізнесу напрацьовує шляхом диверсифікації фінансових активів компанії у соціально-економічні блага суспільства. Механізм диверсифікації – це впровадження та управління довгостроковими та поточними соціальними програмами у панорамі соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством, інтерпретованої нефінансовими показниками інтеракції бізнесу та стейхолдерів.

В сучасних соціально-економічних умовах нефінансові показники також можуть впливати на формування акціонерної вартості, а конкурентні переваги організацій, інтерпретуються організаційною культурою.

Парадигму корпоративної культури сучасного менеджменту доцільно розглядати у контексті людського чинника, тобто соціального капіталу.

Стає очевидним, що концепція «людина економічна» - наукові погляди Адама Сміта (*The Theory of Moral Sentiments* 1759), Макса Вебера (*Die Verhältnisse der Landarbeiter im ostelbischen Deutschland* 1892), Фредеріка Уінслоу Тейлора (*The Principles of Scientific Management* 1911) та концепція «людина соціальна» - наукові погляди Елтона Мейо (*Elton Mayo 1933 The human problems of an industrial civilization*), Джеймса Семюеля Коулмана («*The Asymmetrical Society*» 1982) трансформувалася в концепцію соціального капіталу, який став стратегічним ресурсом сучасного менеджменту й маркетингу та інтерпретується нефінансовими показниками компанії.

Управління соціальним проектом у контексті соціальної відповідальності бізнесу – це соціально-економічне міждисциплінарне дослідження на базі методології інституціоналізму інтерпретоване науковою сферою економіки, соціальної психології та культурології.

Впровадження соціальних проектів акторами фінансово-економічної діяльності – це запорука ефективного розвитку суспільства в цілому та підприємства, зокрема.

Теорія соціального капіталу - сфера наукових інтересів Герберта Спенсера (*Essays: Scientific, Political, and Speculative*, 3 vol., 1891), Фердинанда Тенніса Ferdinand Tönnies: (*Gemeinschaft und Gesellschaft*. 1880), Еміля Дюркгейма (Durkheim, Émile. *The Rules of Sociological Method* 1895), Пітріма Сорокіна (Sorokin P.A. *Contemporary sociological theories* 1928) та ін.

Економічні аспекти соціального капіталу у контексті довіри, сфера наукових інтересів Валерія Гейця (Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні 2003), Анатолія Колота (Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми осягнення 2013), Тетяни Кричевської (Логіко-історичний аналіз довіри в контексті соціально-економічних відносин 2009).

Корпоративна соціальна відповідальність відіграє важливу роль в забезпеченні конкурентоспроможності компанії. Зміни ступеня конкурентоспроможності визначаються джерелами конкурентних переваг, а саме, процесами і явищами зовнішнього середовища, внутрішніми процесами в організації. Найбільш часто виділяють такі ключові фактори забезпечення конкурентних переваг організації: інновації, продуктивність праці, людські ресурси та корпоративна соціальна відповідальність

Соціальний проект – матеріальна підтримка освіти, науки, культури, а також розвиток інфраструктури, тобто диверсифікація фінансових активів суб'єкта підприємницької діяльності у соціальний капітал.

Американський соціолог Джеймс Семюель Коулман, в контексті формальних інститутів та неформальної поведінки довів, що соціальний капітал – це потенціал довіри та взаємодопомоги, що формується в процесі комунікації акторів економічної діяльності та суспільства.

Натомість економічна діяльність – це важлива частина соціального життя, що поєднує формальні економічні інститути та неформальні правила.

Розгляд інтеграції капіталу та економічного розвитку різних держав світу породжує питання: чому в державах третього світу відбувається злиденне існування суспільства, за наявності багатих природних ресурсів.

На думку Ернандо де Сото, автора книги «Загадка капіталу», причина детермінована тим, що в державах третього світу не тільки недостатньо інституалізована система впливу стейкхолдерів а й набув неабиякого розвитку негативний соціальний капітал, заснований на корупційній складовій обмеженої раціональності [2].

Згідно з методологією Джона Роджерса Коммонса (Institutional Economics, 1934) основоположника інституціональної економіки, збитки створення певного економічного інституту забезпечення його функціонування будуть визначені як витрати на забезпечення колективної діяльності у процесі створення додаткової вартості.

Французький філософ Жан Поль Сартр наголосив: «Особливості характеру індивіда залежить від обставин (базисних неформальних правил інститутів), тому й неможливо обставини відділити від індивіда, натомість, обставини формують можливості, світогляд і культуру індивіда [3].

Концепція збитків трансакцій так чи інакше показує особливості всієї економіки в певному ментальному середовищі та надає можливість системного осягнення потенціалу організаційної культури у процесі комунікації та функціонування системи інститутів зазначеного середовища. Така концепція дозволяє певною мірою інтегровано показати, не тільки роль макроекономічних та мікроекономічних аспектів інституційної динаміки, а й динаміку соціального капіталу.

Професор Людмила Василівна Швець наголошує, соціальний капітал важлива складова корпоративної культури, що впливає на ефективність [4].

Поняття соціального капіталу визначив Джеймс Семюель Коулман («The Asymmetrical Society» 1982), він вважає, що потенціал довіри і взаємодопомоги, який цілеспрямовано формується в процесі особистої комунікації індивідів – це соціальний капітал. П'єр Бурдьє характеризує соціальний капітал як сукупність

потенційних ресурсів, інституціоналізованих неформальною горизонтальною та вертикальною комунікацією [1].

Позитивний соціальний капітал, тобто високоморальні неформальні правила, формують корпоративну культуру, і як наслідок, репутацію акторів фінансово-економічної діяльності.

На твердження вчених, саме репутація, одна із впливових психологічних складових ефективного розвитку бізнес – процесів. Сучасні актори фінансово-економічної діяльності інтерпретують інститут корпоративної культури в панорамі соціального капіталу, як стратегічного ресурсу підприємства.

Тобто, соціальний капітал – це суспільне благо, що створюється раціональним актором для зменшення збитків трансакцій. Цей процес передбачає соціальний контракт, набір соціальних норм, соціальних обмінів та рівень довіри.

Соціальний проект – це важливий фактор ефективного розвитку суспільства та потужний індикатор соціальної відповідальності бізнесу, інтерпретований ініціативами розвитку науки, медицини, екології та інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Бурдые П. *Формы капитала. «Экономическая социология»* Т. 3, № 5, 2002, с. 60 –75. 2. Кирдина С. *Может ли ученый изменить мир? (Эрнандо де Сото. Загадка капитала...)*. Отечественные записки, № 6, 2004 URL: <http://www.strana-oz.ru>. 3. Сартр Ж.-П. *Только правда. Искусство*, М., 1956. 124 с. 4. Швець Л. В. *Соціальний капітал як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник НТУ, Вип, 19, 2009 С. 254 – 262.*

Л. Є. Братченко, О. О. Комарова

СПОЖИВЧИЙ КОШИК В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ВІДПОВІДНІСТЬ РЕАЛІЯМ

В основі піраміди потреб по А.Маслоу лежать найбільш першочергові потреби (їжа, вода, житло), тобто фізіологічні потреби. Більшість людей, що працюють і одержують зарплату, вважається цілком спроможні задовольнити свої фізіологічні потреби. Проте, реальне життя говорить про інше, що маючи дохід, у вигляді заробітної плати, не означає задоволення своїх первинних потреб в повному обсязі. І українці це відчують на собі.

Щоб задовольнити первинні потреби громадян в Україні щорічно визначається сума прожиткового мінімуму, яка формується на підставі споживчого кошика.

Споживчий кошик -це поняття, яке існує у багатьох країнах світу та являє собою вартість основних матеріальних і нематеріальних благ, необхідних для нормальних умов існування людини певної країни в конкретний історичний період часу [1]. Він є свого роду маркером того, яку допомогу слід надавати бідним верствам населення. Споживчий кошик України включає перелік та норми продуктів харчування, предметів першої необхідності, санітарії, ліки, житлово-комунальні послуги, мінімальний набір гардероба для чоловіків, жінок і дітей, текстильної білизни, товарів побутового і господарського призначення, послуг закладів культури, інформації та зв'язку, побутових і транспортних послуг. Цей перелік в Україні налічує 297 найменувань продуктів (було 260 до 2016р.), тоді як споживчий кошик американця нараховує 350 продуктів і послуг, француза – 507, англійця – 350, німця – 475.

Розрахунок переліку та норм товарів, робіт, послуг формує споживчий кошик, а відтак і щорічний прожитковий мінімум українця, сума якого залежить від багатьох факторів, основними з яких є індекс інфляції (ІСЦ - індекс споживчих