

УДК 331.101.3

МЕТОДОЛОГІЯ ТА НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОТИВАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

• **Мішура Віталій Борисович**, доцент кафедри економіки підприємства, к. е. н, доцент, Державний вищий навчальний заклад «Донбаська державна машинобудівна академія», м. Краматорськ, e-mail: vitaliy.mishura@gmail.com, тел: +380505471096

Vitaliy Mishura, Associate Professor of Economics, Ph. D., Associate Professor, State Higher Educational Establishment «DONBASS STATE ENGINEERING ACADEMY», Kramatorsk, e-mail: vitaliy.mishura@gmail.com, тел: +380505471096

V. Mishura. Methodology and areas of implementation of the motivation of social responsibility of business.

The concept of social responsibility developed in countries with established market economies during the XX century, and civilized business initiative recognized social values along with economic and society not rejected the idea of commercial profit. During the implementation of the national projects remains an important issue of financial provision for obligations of the state and increase of investment business in the development of social, regional infrastructure. The scale of social responsibility increased consistently with the growth of the resource capacity. Companies engaged in social investment, consciously and prudently invest their resources in the development of society, instead of expecting not only the return of public recognition, but also long-term benefits for your business. Specific social issue becomes important, if created the need and/or private interest (profit) to commit any action (business process) social nature. This condition actualizes the development of the conceptual foundations of the formation and development of motivation mechanism needs social responsibility. The article identifies priority directions of social responsibility of business, taking into account ongoing national projects. They are considered the most important conditions and worded principles to motivations of the business to initiative and high expanses (costs) activity, allowing support the balance an interest business, state and society. The discussed contents of the principles of general relationship and correspondences to valuables principle, of the change principle, the principle of the combination commercial and social practicability.

Мішура В. Б. Методологія та напрями реалізації мотивації соціальної відповідальності бізнесу.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу розроблялася в країнах з ринковою економікою протягом усього XX століття, і цивілізований бізнес ініціативно визнав соціальні цінності поряд з економічними, а суспільство не відкинуло ідеї комерційного прибутку. В ході реалізації національних проектів актуальною залишається проблема фінансового забезпечення зобов'язань держави та збільшення інвестиційних вкладень бізнесу у розвиток соціальної, регіональної інфраструктури. Масштаби соціальної відповідальності послідовно зростають по мірі зростання ресурсних можливостей. Компанії, що здійснюють соціальні інвестиції, свідомо і виважено вкладають свої ресурси у розвиток суспільства, чекаючи взамін не тільки відповідного суспільного визнання, але і довгострокову вигоду для свого бізнесу. Конкретна соціальна проблема стає важливою, якщо сформувалася потреба і/або приватний інтерес (вигода) вчинити яку-небудь дію (бізнес-процес) соціального характеру. Саме ця умова актуалізує розробку концептуальних засад формування та розвитку механізму мотивації потреби соціальної відповідальності. У статті визначено пріоритетні напрями соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням реалізованих національних проектів. Розглянуто найважливіші умови і сформульовані принципи мотивації бізнесу до ініціативної і високовитратної соціальної діяльності, що дозволяє підтримувати баланс інтересів бізнесу, держави і суспільства. Обговорено зміст принципу загального зв'язку і відповідність цінностей, принципу заміщення, принципу поєднання комерційної та соціальної доцільності.

Мишура В. Б. Методология и направления реализации мотивации социальной ответственности бизнеса.

Концепция социальной ответственности бизнеса разрабатывалась в странах со сложившейся рыночной экономикой в течение всего XX века, и цивилизованный бизнес инициативно признал социальные ценности наряду с экономическими, а общество не отвергло идеи коммерческой прибыли. В ходе реализации национальных проектов актуальной остаётся проблема финансового обеспечения

обязательств государства и увеличение инвестиционных вложений бизнеса в развитие социальной, региональной инфраструктуры. Масштабы социальной ответственности возрастают последовательно по мере роста ресурсных возможностей. Компании, осуществляющие социальные инвестиции, сознательно и расчётливо вкладывают свои ресурсы в развитие общества, ожидая взамен не только ответного общественного признания, но и долгосрочную выгоду для своего бизнеса. Конкретная социальная проблема становится важной, если сформировалась потребность и/или частный интерес (выгода) совершить какое-либо действие (бизнес-процесс) социального характера. Именно это условие актуализирует разработку концептуальных основ формирования и развития механизма мотивации потребности социальной ответственности. В статье определены приоритетные направления социальной ответственности бизнеса с учетом реализуемых национальных проектов. Рассмотрены важнейшие условия и сформулированы принципы мотивации бизнеса к инициативной и высокотратной социальной деятельности, позволяющей поддерживать баланс интересов бизнеса, государства и общества. Обсуждено содержание принципа всеобщей связи и соответствие ценностей, принципа замещения, принципа сочетания коммерческой и социальной целесообразности.

Постановка проблеми. Концепція соціальної відповідальності бізнесу розроблялася в країнах з ринковою економікою протягом усього ХХ століття, і цивілізований бізнес ініціативно визнав соціальні цінності поряд з економічними, а суспільство не відкинуло ідеї комерційного прибутку [1, С. 24; 2, С. 245; 3, С. 104; 4, С. 97]. В ході реалізації національних проектів актуальною залишається проблема фінансового забезпечення зобов'язань держави та збільшення інвестиційних вкладень бізнесу у розвиток соціальної, регіональної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Автор спирався на роботи (Valentejn S., 1013, Grinberg R., 2006, Zaharchenko V., 2003, Popov V., 2006): Валентейна С. [3, С.104], Грінберга Р. [8, С. 12], Захарченко В. [1, С. 24] Попова В. [9, С. 185].

Мета статті – привернути увагу до обговорення проблеми формування мотивів соціально значимої поведінки бізнесу, визначивши головні принципи такої мотивації.

Результати дослідження. Соціально достатній бізнес – це бізнес, який ініціативно виходить з «мінімальних рамок самозабезпечення» (Chirikova A., 2006, Rukina I., 2006), враховує мінливі суспільні очікування і оформляється у вигляді національних проектів зобов'язання держави [5, С. 112; 6, С. 39]. Найважливіші напрями, які потребують вирішення завдання, узагальнені в таблиці 1.

Масштаби соціальної відповідальності послідовно зростають по мірі зростання ресурсних можливостей. Компанії, що здійснюють соціальні інвестиції, свідомо і виважено вкладають свої ресурси у розвиток суспільства, чекаючи взамін не тільки відповідного суспільного визнання, але і довгострокову вигоду для свого бізнесу.

Конкретна соціальна проблема стає важливою, якщо сформувалася потреба і/або приватний інтерес (вигода) вчинити яку-небудь дію (бізнес-процес) соціального характеру. На наш погляд, саме це актуалізує умову розроблення концептуальних засад формування та розвитку механізму мотивації потреби соціальної відповідальності. Соціальна стратегія компанії виходить з місії організації, і тому не може відрізнитися від загальної бізнес-стратегії, від виробничої, кадрової та фінансової політики. Бізнес діє як єдиний організм, всі бізнес-функції зводяться воедино, підпорядковуються одній меті. Зокрема, існує прямий зв'язок між операційними та невиробничими інвестиціями: перші підвищують статус компанії, її конкурентоспроможність і посилюють інвестиційну привабливість, другі - формують стійке середовище бізнесу, опосередковують «здоровий» прагматизм. Ринкова вартість (Kolesnikova L., 2001) зростає не тільки матеріальними, але і нематеріальними активами [7, С. 44].

Будь-який бізнес-процес досягає оптимальних проявів лише у разі його здійснення на основі ефективного механізму мотивації. Мотивація визначається як зовнішнє або внутрішнє спонукання економічного суб'єкта до діяльності в ім'я досягнення якої-небудь мети, наявність інтересу до такої діяльності, а також сукупних способів ініціювання, спонукання такого інтересу.

Прагматичні мотиви політичної участі в житті суспільства і вибудовування неконфліктних відносин з владою розглядаються бізнесом, як базові і необхідні (Chirikova A., Shishikin S., 2006), стверджують А. Чиркова і С. Шишкін [5], і одночасно позначають моральні спонукання - «порив душі» (співпереживання), «пам'ять про минуле» (керівники колишніх радянських підприємств), «ділитися треба», «служити вітчизні» (патріотизм). Моральна мотивація присутня в ієрархії мотивів, але вирішальну роль відіграє оцінка ризику та прямих втрат від неврахованих можливостей у профільній (операційній) бізнес-діяльності. Так, наприклад, капітало - і ресурсомісткі екологічно кращі технології, продукти та інші природоохоронні інновації, визнані на заході конкурентними перевагами, в українській економіці стають бар'єром у цінovій конкуренції. Природоохоронне майно в меншому ступені сприяє збільшенню обсягу виробництва продукції (і прибутку), але в більшій мірі забезпечує виконання публічної функції - підтримання високої якості природного середовища життя.

Таблиця 1 - Пріоритетні напрями соціальної відповідальності бізнесу

Напрями	Завдання, які вирішуються	Зв'язок з національними проектами
1. Розвиток персоналу,	1.1. Профконсультування, навчання, підвищення кваліфікації, кар'єра. 1.2. Підвищення заробітної плати. 1.3. Надання соціального пакету, преміальні виплати.	Підвищення рівня і якості життя. Розвиток соціального партнерства.
соціальна реструктуризація	1.4. Створення робочих місць. Плинність кадрів. 1.5. Працевлаштування вивільнюваних працівників, вихідні допомоги. 1.6. Виплати і пільги співробітникам, працюючим на умовах повної зайнятості тривалий час.	Розвиток соціального партнерства. Реформа місцевого самоврядування.
2. Здоров'я, охорона і безпека праці	2.1. Розвиток систем охорони і безпеки праці, поліпшення умов і комфортності праці. 2.2. Організація і оплата медичного обслуговування працівників та членів їх сімей, лікування, відпочинку і дозвілля. 2.3. Підтримка материнства і дитинства.	Розвиток охорони здоров'я. Розвиток соціального партнерства. Демографічна програма.
3. Розвиток регіональної інфраструктури	3.1. Фінансова підтримка об'єктів ЖКГ, культурно-історичного та спортивно-освітнього значення. 3.2. Фінансування соціально значущих заходів і досліджень. 3.3. Благодійні акції. 3.4. Участь у будівництві житла. 3.5. Підтримка соціально не захищених верств населення, зобов'язання, пов'язані з пенсійним планом.	Реформа ЖКГ. «Доступне житло». Підтримка сільського господарства і розвиток галузей АПК. Демографічна програма.
4. Природоохоронна діяльність	4.1. Екологізація виробництва і стратегія постійного екологічного поліпшення. Реалізація стандартів ISO-14000 4.2. Мінімізація відходів виробництва. Утилізація відходів. 4.3. Збереження і відновлення ландшафту території. 4.4. Впровадження оборотного водокористування. 4.5. Екологічна сертифікація та маркування продукції. 4.6. Екологічне страхування відповідальності. 4.7. Енергозбереження та енергоефективність.	Реформа ЖКГ. Підвищення рівня і якості життя. Сприяння реформі місцевого самоврядування. Сприяння виконанню міжнародних зобов'язань.

Мотивація полягає в тому, що довгострокова прибуткова бізнес-діяльність визначається вибором такої її орієнтації (місії), яка насамперед відповідає мотиву досягнення достатніх темпів зростання прибутку, що дозволяють рівнозначно нарощувати соціальний потенціал підприємства, а визнання пріоритетними інших

мотивів може призвести до істотного скорочення конкурентних переваг. Цей підхід відображає сутність підприємництва як процесу, що з'єднує матеріально-комерційний та ідеально-творчий початок і визнає соціально-екологічну відповідальність за наслідки росту і розвитку як пріоритетну. Необхідно сформулювати методологію розвитку інтерактивних методів стимулювання приватних соціальних інвестицій. Першим кроком у вирішенні завдання є аналіз системоутворюючих факторів мотивації забезпечення необхідного рівня з розподілом їх на ті, що підлягають внутрішньому контролю і державному регулюванню. Другим кроком — розробка системи державного моніторингу підприємств за фактором соціальної відповідальності для цілей ефективного управління та протекціонізму, підтримки і партнерства щодо кращих підприємств. Бізнес має право на висунення зустрічних вимог, на пошук компромісних рішень, що балансують різні інтереси. Держава нормує, регламентує, економічно примушує, контролює, здійснює правосуддя. Суспільство формує моральну середу, морально-психологічний клімат, адекватну споживчу поведінку. Бізнес ініціативно з максимальним залученням власних коштів, підкріплених інструментами державно-громадського протекціонізму, реалізує соціально значущі інновації.

Механізм, з допомогою якого формуються достатні в короткостроковому періоді зовнішні впливи та умови рентабельного виробництва, визначається як мотиваційний. Важливе місце в ньому займають очікування і домагання товаровиробників, їх оцінка ймовірності настання певних наслідків і відповідності витрачених зусиль отриманого результату. Тиск з боку суспільства і держави не єдиний спонукальний мотив реалізації соціальної політики. Прагматична мотивація реалізується в прагненні засобами соціальної політики забезпечити відтворення необхідних бізнесу кадрових ресурсів, домогтися від влади потрібних йому політичних рішень, доступу до ресурсів, бажанням сформулювати позитивний імідж та громадську думку. Є і досить висока готовність до проведення масштабної соціальної політики, хоча це, швидше, декларована, ніж реально діюча мотивація.

Однією з основних сторін мотивації є чітка система методологічних принципів, яка не пропрацювала в повній мірі відповідними концепціями та теоріями. Принципи дозволяють йти в дослідженні і аналізі від первинних явищ та їх причин до можливих наслідків, що мають приватний і загальний характер; враховувати специфічні особливості бізнес-діяльності в умовах соціалізації економіки, більш обґрунтовано формувати стратегію і тактику руху. Автор робить спробу сформулювати базові принципи.

1. Принцип загального зв'язку і відповідності цінностей. Відображає характер руху, зміни і еволюції суспільних відносин, а також внутрішніх і зовнішніх зв'язків соціально-еколого-економічних систем, пояснює необхідність врахування і вивчення змісту всіх мікропроцесів і супутніх витрат на всіх стадіях розвитку соціально значущого продукту. Економічне виживання в тривалій перспективі можливо тільки при відтворенні глобального соціально-культурного середовища. Як пише Р. Грінберг [8, с. 10], «хоча підприємець не може нормально функціонувати, не отримуючи достатнього прибутку, але він однаково не зможе нормально існувати, якщо суспільство приречено на соціальні катаклізми через незадоволення його потреб, якщо в країні відсутні необхідні кадри працівників, якщо платоспроможний попит населення недостатній...». В рівній мірі це стосується наслідків неконтрольованого ресурсоспоживання і забруднення навколишнього середовища. Бізнес в більшій мірі вимагає застосування на практиці заявленого економічного механізму раціонального природокористування. Реалізація принципу забезпечує дотримання життєво важливих інтересів особистості, суспільства, держави у сталий розвиток. Соціально затребувана господарська (техногенна) діяльність є природно обумовлена, невіддільна від природних систем форма руху і обміну речовини, енергії, інформації. Зусилля і ресурси

зосереджуються на бізнес-процеси та бізнес-продукти, які відповідають екологічним нормам і вимогам. Домінує орієнтація на довгострокову перспективу і врахування інтересів майбутніх поколінь. Відповідність цінностей означає визнання факту вилучення і використання у виробничому процесі асиміляційного потенціалу природного середовища, необхідності його розширеного відтворення (амортизації зносу) як головного ресурсу (капіталу). Сталий розвиток - єдина об'єднуюча ідея бізнесу в умовах наростаючої конкуренції. Бізнес, соціум, ринок, держава, сама людська цивілізація нічого не значать поза повноцінної, життєзабезпечуючої, яка не створює загрози здоров'ю, працездатності, відтворення та існування нинішніх і майбутніх поколінь природного середовища. Масштабне ефективне розв'язання приватних екологічних завдань на окремих об'єктах і територіях може призвести до сумарної позитивних результатів і мультиплікації відновного природоохоронного ефекту. Неможливість створення абсолютно екологічно безпечного та безвідходного виробництва, катастрофічність наслідків екологічних ризиків для бізнесу змушує товаровиробників проявляти певну обережність і уникати такі бізнес-проекти (продукти), які можуть бути сприйняті суспільством негативно або можуть мати негативні соціальні наслідки. У свою чергу суспільство і споживачі висловлюють розуміння і готовність визнати екологічний рівень продукту єдино значущою конкурентною перевагою і віддати йому перевагу. Держава забезпечує умови, інформаційну та фінансово-економічну підтримку, державні замовлення екологічно достатнім товаровиробникам-природокористувачам в умовах обмежень попиту і жорсткої ринкової конкуренції.

2. Принцип заміщення. В умовах демократії і ринку держава концентрується на наданні суспільних благ [9, 10], вибираючи більш досконалі технології їх виробництва (зменшують витрати) [11]. На нашу думку, стимулюючи бізнес у розвиток внутрішнього та зовнішнього середовища і залучаючи його до вирішення соціально значущих завдань, держава має можливість визначати пріоритетний напрямок такої «економічної допомоги». Бізнес бере участь у задоволенні потреб суспільства двояко: виплачуючи податки і реалізуючи соціальні програми. Держава як головний постачальник соціальних послуг делегує частину своїх функцій і зобов'язань (гарантії зайнятості, умови і охорона праці, природоохоронна діяльність та ін), в кінцевому рахунку знижує навантаження на бюджет, тобто заміщає чималу частину бюджетних коштів ресурсами бізнесу на добровільної та ініціативної основі в довгостроковій перспективі. Протекціонізм щодо соціально відповідальних компаній у формі продуманої системи фінансових привілеїв та інформаційної підтримки може максимально наблизити рівень надання бюджетних послуг до їх одержувачів. Потенційні користувачі отримують соціальні блага одночасно і в масштабах національної економіки, використовується фактор часу, також забезпечується ефект сумарної «соціального оздоровлення», і більшою мірою досягається баланс інтересів держави, суспільства та бізнесу.

Вочевидь, що набір інструментів, що стимулюють до формування, мобілізації, розподілу та ефективного використання соціальних грошових фондів підприємств, повинен диференціюватися залежно від ступеня участі компанії в реалізації національних проектів (найбільш помітному напрямку соціальної політики). Сьогодні вже існують різноманітні керівництва та стандарти по складанню звітності, що виражає стратегію сталого розвитку бізнесу, що дозволяє вводити показник для оцінки досягнутого рівня заміщення. На наш погляд, ступінь участі підприємницького сектору в реалізації конкретних національних проектів можна визначити як відношення сукупних коштів бізнесу, спрямованих за звітний період на вирішення конкретної соціально значущої задачі, до відповідної суми коштів бюджету. Наприклад, за звітами компаній виявляється обсяг грошових коштів, які в тій чи іншій формі витрачені на

проведення заходів по медичному обслуговуванню працівників, додаткове медичне страхування, диспансеризацію, оплату послуг медичного характеру, лікування та відпочинок у санаторіях і т. п. В масштабах країни і регіонів України відповідні дані бюджетів також відомі. З'являється можливість якісної оцінки і порівняння економічних агентів за показниками «обсяг коштів на медичне обслуговування в розрахунку на одного працівника» і відповідно «обсяг бюджетних коштів на медичне обслуговування одного жителя регіону». Такий підхід дозволить просто і надійно оцінити як загальний рівень зниження бюджетного навантаження, так і ступінь диференціації участі в реалізації проектів бізнесу по регіонах, соціальних сегментів і т. п.

3. Принцип законності. Дотримання цього принципу дозволяє вибудувати систему ефективного нагляду та технічного регулювання регламентованих соціально-екологічних аспектів виробничо-господарської діяльності, а також подальшого контролю ефективності використання державних бюджетних коштів і фінансових пільг. Разом з тим названий принцип означає гарантію дотримання інтересів бізнес-спільноти. Економіка буде розвиватися лише в тому випадку, якщо свобода підприємництва з урахуванням соціального фактору буде обмежуватися тільки розумно цілями безпеки. У початковий період переходу на сталий розвиток об'єктивно будуть переважати спонукальні методи і засоби державного впливу.

4. Принцип раціоналізації споживчої поведінки. Все більше керівників, топ-менеджерів, політиків починають розуміти, що завдання бізнесу не тільки підвищувати прибутковість корпорації, але і брати участь у формуванні високих суспільних стандартів. Розвиток в цивілізованому розумінні - це не зростання споживання, а всього лише оптимізація; в окремих випадках - «відмова від споживання, наприклад, анагбиоз» [9], забезпечення, поряд з прибутком в економічній сфері, стійкості, надійності, адаптивності. «Сучасна західна економічна модель, - вказують Ст. Попов і В. Крайнюченко [9, с. 188], не вирішила проблем швидко зростаючого людства. Ринкова економіка змогла «нагодувати» тільки ті країни, які першими стали на цей шлях... Захід, вирішивши локальну проблему свого благополуччя, збільшив диспропорції в рівні життя всього людства. Виникла нова глобальна проблема, що загрожує міжнародними конфліктами «голодної» більшості з благополучною меншістю». На нашу думку, аналогічні диспропорції та загрози, що формуються в українському суспільстві: зберігається фінансове розшарування в середовищі «бюджетників», так і в підприємницькому класі. Необхідно згладжувати і вирівнювати рівні доходу різних груп населення (в т. ч. і по регіонах). Приклади керованої консолідації багатих і бідних демонструють багато держав Євросоюзу. Цей принцип трактується як вимога стримувати і оптимізувати споживчий бум і супутнє йому накопичення відходів виробництва і споживання; впливати на механізми формування споживчих товарних переваг та поведінки через спеціальні культурно-просвітницькі проекти, програми зв'язків з громадськістю, соціальну, цінову, товарно-збутову, інформаційну політику підприємства. Не пасивне слідування за споживачем, а формування «свого» клієнта, ділового партнера, особистості, орієнтованої на здоровий спосіб життя, гармонізацію відносин з навколишнім середовищем і різнобічний розвиток.

5. Принцип поєднання комерційної та соціальної доцільності.

Розуміється як вимога обов'язкового врівноваження атрибутів функціональної та соціально-екологічної корисності економічного блага при створенні товару високої споживчої цінності. Реалізується через забезпечення виконання вимог стандартів ІСО-9000 та ІСО-14000. Передбачає необхідність використання наукового підходу в цілях досягнення узгодженості стратегії і конкретних дій з реальними параметрами ринкового середовища, сильними сторонами організаційно-технічного рівня

виробництва та організаційної культури. Означає пізнання та врахування об'єктивних закономірностей, тенденцій процесу соціалізації економіки [12], формування адресного управлінського обліку і звітності [1], використання різних варіантів прогнозів, оцінок, аудиту, інформаційних систем з метою аналізу альтернативних варіантів вирішення однієї і тієї ж проблеми і вибору єдиного, що забезпечує комерційну вигідність і виробничу доступність набору соціальних послуг і продуктів, власних коштів підприємств на забезпечення всього комплексу соціально значущих зобов'язань не вистачає, тому перерозподіл соціального навантаження і державний протекціонізм щодо соціально відповідального бізнесу виправданий і необхідний. Через інструменти організаційно-економічного механізму соціалізації бізнесу слід покращувати насамперед інформаційні позиції соціально відповідальних товаровиробників. Для чого необхідно визначити критерії і норми соціалізації та екологізації виробництва і продукту конкурентні переваги. Фінансові пільги і привілеї соціально відповідальним товаровиробникам повинні бути пропорційні розміру прибутку, інвестованого на вирішення суспільно значущих завдань, а непрямі заходи підтримки - підприємцям, реінвестуючим частину прибутку в розвиток трудового колективу і вирішення локальних завдань місцевого співтовариства.

У соціально відповідального бізнесу немає альтернативи. Сучасний цивілізований ринок являє собою спосіб відбору та форм організації суспільного господарювання за критерієм збалансованості, гармонізації інтересів держави, бізнесу і суспільства. Виходячи з міжнародних інтегральних показників рівня гармонізації суспільного розвитку [10], кінцевими цінностями цивілізації визначаються парні соціальні і екологічні, а також інтегровані в них політичні цінності. Головною проблемою розвитку українського суспільства стає знаходження оптимального співвідношення між індивідуальними та корпоративними інтересами приватних власників, з одного боку, і зацікавленістю суспільства в цивілізованому розвитку, гарантує соціальний захист нинішнім і майбутнім громадянам, з іншого боку. За даними соціологічних досліджень Асоціації менеджерів [5], 58% респондентів вважають соціально відповідальну діяльність компаній обов'язковою, а 64% не стали б купувати продукцію соціально безвідповідальних підприємств.

Висновки. Таким чином, можливість досягнення фінансово-економічних вигод об'єктивно залишається найбільш дієвою і загально визнаною бізнесом. Досягнення комерційного прибутку і ринкового успіху у поточній перспективі, більш стійке спонукання господарювання в порівнянні з віддаленими погрозами її припинення. Мотив соціально відповідального бізнесу формується у товаровиробника тоді, коли він стає затребуваним суспільством і ринком конкурентною перевагою, єдиною умовою ринкової влади та публічного визнання.

Список використаних джерел:

1. Захарченко В. И., Костромин С. А. *Формирование корпоративной социальной ответственности / ИТР (г. Москва), 2003. - №4. - с. 23-25.*
2. Davis R. *The Meaning and scope of social responsibility. In: Contemporary management. - Issues and viewpoints. -Englewood cliffs, 1974, p. 630.*
3. Валентейн С., Нестеров Л. *Развитие общества в теории социальных альтернатив. - М.: Наука, 2013. -197 с.*
4. Туркин С. В. *Социальные инвестиции в бизнесе. - М.: 2014, -147 с.*
5. Чирикова А., Шишкин С. *Власть и бизнес на поле социальной политики: региональная проекция. // Общество и экономика. -2006. - № 1.- С. 105 - 116.*
6. Рукина И. *Реализация национальных проектов предполагает мониторинг их эффективности. // Общество и экономика. - 2006. - № 6. - С. 37 - 42.*
7. Колесникова Л. *Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально экономических систем. // Вопросы экономики. - 2001. -№ 10. - С. 40-54.*
8. Гринберг Р. *Экономическая эффективность предпринимательства и социальная ответственность фирмы. // Общество и экономика. - 2006. - № 6. - С. 9-15.*

9. Попов В., Крайнюченко И. Эволюция человечества и экономика. // *Общество и экономика*. – 2006. - № 6. - С. 182-191.
10. Садков В., Греков И. Об эффективности общественного развития (вопросы методологии страновых измерений). // *Общество и экономика*. – 2006. - № 4. – С. 163-178.
11. Домбровский М. Роль государства в постиндустриальной экономике. // *Общество и экономика*. – 2006. - № 5. – С. 116-121.
12. Зул'карнай И. Государство как фирма по предоставлению общественных услуг. // *Общество и экономика*. – 2006. - №5. - С. 105-116.

References (BSI):

1. Zaharchenko V.I., Kostromin S.A. Formirovanie korporativnoj social'noj otvetstvennosti / ITR (g. Moskva), 2003. - №4. – s. 23-25.
2. Davis R. The Meaning and scope of social responsibility. In: *Contemporary management. - Issues and viewpoints. -Englewood cliffs, 1974, p. 630.*
3. Valentejn S., Nesterov L. Razvitie obshhestva v teorii social'nyh al'ternativ. - M.: Nauka, 2013. -197 s.
4. Turkin S.V. Social'nye investicii v biznese. - M.: 2014, -147 s.
5. Chirikova A., Shishikin S. Vlast' i biznes na pole social'noj politiki: regional'naja proekcija. // *Obshhestvo i jekonomika*. -2006. - № 1.- S. 105 - 116.
6. Rukina I. Realizacija nacional'nyh proektov predpolagaet monitoring ih jeffektivnosti. // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - № 6. - S. 37 - 42.
7. Kolesnikova L. Predprinimatel'stvo: ot «maksimizacii pribyli» k sinergii social'no jekonomicheskikh sistem. // *Voprosy jekonomiki*. – 2001. -№ 10. - S. 40-54.
8. Grinberg R. Jekonomicheskaja jeffektivnost' predprinimatel'stva i social'naja otvetstvennost' firmy. // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - № 6. - S. 9-15.
9. Popov V., Kraijnuchenko I. Jevoljucija chelovechestva i jekonomika. // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - № 6. - S. 182 -191.
10. Sadkov V., Grekov I. Ob jeffektivnosti obshhestvennogo razvitija (voprosy metodologii stranovyh izmerenij). // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - № 4. – S. 163-178.
11. Dombrovski M. Rol' gosudarstva v postindustrial'noj jekonomike. // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - № 5. – S. 116 -121.
12. Zul'karnaj I. Gosudarstvo kak firma po predostavleniju obshhestvennyh uslug. // *Obshhestvo i jekonomika*. – 2006. - №5. - S. 105-116.

Keywords: the social responsibility of business; national projects; motivation of social responsibility; motivation mechanism; staff development; labor protection; environment protection; compliance with values; budget substitution; sustainable consumer behavior; commercial and social feasibility; guarantee of interest.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу; національні проекти; мотивація соціальної відповідальності; мотиваційний механізм; розвиток персоналу; охорона праці; охорона природи; відповідність цінностей; бюджетне заміщення; раціональна споживча поведінка; комерційна і соціальна доцільність; гарантії інтересів.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; национальные проекты; мотивация социальной ответственности; мотивационный механизм; развитие персонала; охрана труда; охрана природы; соответствие ценностей; бюджетное замещение; рациональное потребительское поведение; коммерческая и социальная целесообразность; гарантии интересов.