

О. Є. Кузьмін, Н. С. Станасюк, О. З. Уголькова
Національний університет “Львівська політехніка”

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ПОНЯТТЯ, ТИПОЛОГІЯ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ

<https://doi.org/>

© Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. З., 2021

Проаналізовано підходи до визначення поняття “соціальна відповідальність”. Досліджено види соціальної відповідальності та її прояви. Зроблено висновок, що ініціативи корпоративної соціальної відповідальності ґрунтуються на чотирьох різних категоріях. Запропоновано розділити усі чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності компанії, на дві групи: чинники дії та чинники забезпечення. У статті охарактеризовано один із можливих варіантів процесу фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність; бізнес; підприємства; чинники; процес.

Постановка проблеми

Соціальна відповідальність є однією із ключових рис сучасних бізнес-структур. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає зобов'язання керівництва суб'єкта господарювання щодо захисту інтересів суспільства. Відповідно до концепції соціальної відповідальності, метою керівників під час прийняття бізнес-рішень є не просто максимізація прибутку або ринкової вартості компанії, а й обслуговування та захист інтересів інших членів суспільства, таких як працівники, споживачі та спільнота загалом.

У світі простежується позитивна тенденція щодо введення соціальної відповідальності до стратегії підприємств. Варто вказати, що соціально відповідальні дії компаній є добровільними, ізазвичай, формуються на основі усвідомлення відповідальності бізнесу перед усім суспільством та природою за результати своєї діяльності.

Важливим аспектом забезпечення високого рівня соціальної відповідальності компаній є наявність у них ресурсів, зокрема фінансових. Упровадження на практиці соціальної відповідальності компанії пов'язано із численними іншими чинниками. Саме тому важливим аспектом розвитку соціальної відповідальності підприємств стає питання дослідження факторів та чинників, що впливають на формування і розвиток соціальної відповідальності бізнесу.

Актуальність дослідження

Наукові дослідження поняття “соціальна відповідальність”, її типології, факторів формування та чинників розвитку надзвичайно актуальні в сучасних умовах, адже саме суспільство починає вимагати від представників бізнесу якісних змін у їхній діяльності. За даними Harvard business school online (2021), 77 % споживачів мотивовані купувати у компаній, які прагнуть зробити світ кращим. Крім цього, така політика бізнесу важливою і для 73 % акціонерів та інвесторів. Наприклад, понад 70 % інвесторів стверджують, що зусилля щодо покращення навколишнього середовища та суспільства впливають на їхні інвестиційні рішення.

Ці цифри вказують на те, що бізнес може отримати значну винагороду, віддаючи пріоритет соціально відповідальним ініціативам та впроваджуючи їх у свої стратегічні плани, залучаючи як клієнтів, так і інвесторів.

Формулювання мети та завдань статті

Мета статті – дослідити різні підходи до визначення сучасних видів соціальної відповідальності підприємств та запропонувати й охарактеризувати типологію чинників формування соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У 50-ті роки ХХ ст. було вперше з наукового погляду розкрито поняття “соціальна відповідальність”. Упродовж наступних років це поняття розглядало багато науковців та практиків.

Серед іноземних науковців варто відзначити таких: Т. Дональдсон, А. Керолл, Р. Каплан, Д. Нортон, М. Фрідман, Х. Валенте, К. Мануель, С. Фігарес та інші. Також ця проблематика опрацьована в працях таких вітчизняних науковців, як О. Буян, А. Колота, О. Грішнова, В. Євтушенко, М. Сухотеріна, Л. Петрашко, О. Захаркіна, В. Шаповал, Т. Хлевицька, С. Філіппова та інші. Наприклад, В. Євтушенко (2013) аналізував теоретико-методологічні, а також практичні підходи до оцінювання соціальної відповідальності. А. В. Ковалевська та Н. Л. Кусик (2012) у своїй праці здійснили комплексний аналіз методів оцінювання ефективності соціально відповідальної діяльності бізнесу. О. О. Затеїщикова (2014) займалася дослідженням та систематизацією підходів до оцінювання соціальної відповідальності підприємств. Л. О. Бобко, А. В. Мазяр (2019) виявили проблеми формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в нашій державі.

Незважаючи на численні дослідження у цій сфері, варто констатувати, що теоретичні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу залишаються об’єктом дискусій та потребують сучасних уточнень, які ґрунтуватимуться не лише на теоретичних знаннях, а й на аналізуванні практик упровадження соціальної відповідальності сучасними бізнес-структурами.

Виклад основного матеріалу

Поняття “соціальної відповідальності” можна охарактеризувати як певні етичні межі, в яких окремі особи чи корпорації беруть на себе відповідальність за виконання свого громадянського обов’язку та дій, які принесуть користь суспільству загалом. В умовах, коли підприємство чи особа розглядає можливість вжити заходів, які можуть завдати шкоди навколишньому середовищу чи суспільству, ці дії вважають соціально безвідповідальними. Відповідно до цієї концепції, менеджери повинні приймати рішення, які не тільки максимізують прибуток, але й захищають інтереси спільноти та суспільства загалом (Indeed, 2021).

На думку вітчизняних науковців О. Ф. Новікової, М. Є. Дейч та О. В. Панькової, соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як філософсько-соціологічну категорію, що відображає об’єктивно необхідні відносини між особистістю та суспільством на основі їх взаємних зобов’язань, які реалізуються у свідомій та вольовій поведінці й діяльності (Новікова, Дейч, Панькова, 2013).

Л. С. Селіверстова та Н. В. Лосовська вважають, що соціальна відповідальність бізнесу є добровільною, а не обов’язковою діяльністю, і вона має бути спрямована на стійкий розвиток суб’єкта господарювання із добровільним виконанням міжнародних та державних нормативно-правових актів та підписаних у межах соціального партнерства угод, технічних, екологічних та соціальних стандартів, а також прийнятих на себе додаткових зобов’язань із задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх та зовнішніх зацікавлених осіб (власників, працівників, ділових партнерів, споживачів та громадськості загалом), що виконується згідно з чинним законодавством та міжнародними нормами поведінки (Селіверстова, Лосовська, 2019).

На нашу думку, соціальна відповідальність підприємств стає обов'язковою для бізнесу, адже сучасні тенденції розвитку свідомості населення потребують відповідних змін у стратегії компаній. Споживачі все більше усвідомлюють такі питання, як зміна клімату, нерівність доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, несправедлива практика праці та гендерна нерівність.

Для прикладу, згідно з даними Harvard business school (2021), 70 % американців вважають, що для компаній “важливо” або “дуже важливо” зробити світ кращим. Для порівняння: лише 30 % стверджує, що для компанії найважливіше забезпечувати прибутковість для акціонерів.

Звісно, підприємства не можуть повністю ігнорувати необхідність отримання прибутку, проте очевидно: широка громадськість очікує, що вони збалансують цю потребу з іншими пріоритетами, такими як ініціативи із соціальної відповідальності (Бондарук Т. Г. та Бондарук І. С., 2020).

Загалом існує тенденція зростання обсягу соціально відповідальних дій у великих компаніях.

Приблизно 90 % компаній за індексом S&P 500 опублікували звіт про дії у сфері соціальної відповідальності у 2019 р. (для порівняння – лише 20 % у 2011 р.).

На нашу думку, підвищення рівня поінформованості споживачів привело до того, що підприємства прийняли практику соціально відповідального бізнесу.

Цікаво, що понад 90 % працівників стверджують: компанії повинні існувати з певною метою, відмінною від отримання прибутку. Ще 88 % вважають, що компаніям більше неприйнятно заробляти гроші за рахунок суспільства загалом. Ці цифри чітко свідчать про те, що організації повинні спрямувати зусилля не лише на розвиток соціальних ініціатив, а й на те, щоб працівники були обізнані про них.

Щороку компаній, що формують та інформують про мету свого існування, візію та місію, стає все більше.

Вік споживачів також відіграє вагомую роль. Для прикладу, науковці вказують, що більше ніж половина міленіалів захищатимуть цілеспрямовану компанію, якщо люди висловлюються про неї погано (O'Neill, 2020).

90 % працівників компаній із сильною місією стверджують, що вони більш натхненні, мотивовані та лояльніші. Коли співробітники відчують, що їхня робота справляє реальний і тривалий вплив на те, що їм дуже важливо, вони стають залученішими та лояльнішими до компанії. Цей факт безпосередньо впливає із підсумків діяльності організації. Навіть невеликі інвестиції в ініціативи можуть сприяти істотному зростанню залучення співробітників і, отже, підвищенню прибутковості компанії (Stobierski, 2021).

Виявлено цікавий факт: через працівників, які потрапляють до категорій “незалучені” та “активно відсторонені”, компанії у США щорічно втрачають у продуктивності від 450 до 550 млрд дол. (O'Neill, 2020).

Ініціативи корпоративної соціальної відповідальності ґрунтуються на чотирьох різних категоріях (рис. 1).



Рис. 1. Види соціальної відповідальності бізнесу (Nafi, 2018)

Етична відповідальність полягає у турботі про добробут працівників із забезпеченням справедливої трудової практики для персоналу, а також працівників їхніх постачальників (Heyward, 2020).

Етична трудова практика для постачальників означає, що компанії забезпечать використання продуктів, які були сертифіковані як відповідні стандартам чесної торгівлі. Забезпечення справедливої трудової практики для працівників означає, що серед працівників не буде дискримінації за статтю, расою чи релігією, а кожен працівник отримуватиме однакову оплату за однакову працю та вищу компенсацію прожиткового мінімуму (Nafi, 2018).

Бути етично відповідальним означає забезпечити підприємство чесною діловою практикою у всьому світі, зокрема етичним та шанобливим ставленням до всіх працівників, зацікавлених сторін та клієнтів.

Цей тип соціальної відповідальності також може мати багато різних форм. Деякі поширені приклади етичної відповідальності охоплюють встановлення вищої мінімальної заробітної плати, гарантію того, що всі матеріали отримані із дотриманням етичних принципів, а також забезпечення того, щоб усі працівники отримували конкурентоспроможну оплату та комплексні виплати, а також ставилися до них з повагою (Pacific Oaks College publications, 2018).

Хорошим прикладом може слугувати Google, у працівників якої високий рівень задоволеності роботою, оскільки вона добре оплачується. Робоче середовище в Google підтримує, і компанія піклується про добробут своїх співробітників. Google пропонує безкоштовне харчування на роботі, і працівники економлять чимало із своєї заробітної плати. Google надає своїм співробітникам безкоштовний доступ до кафе в кампусі, мікрокухні та інших варіантів сніданку, обіду та вечері (Nafi, 2018).

Для компаній, прихильних до принципів соціальної відповідальності, важливо, щоб підприємства займалися екологічно чистими практиками. Корпорації можуть робити значний внесок у викиди парникових газів, забруднення, відходи та виснаження природних ресурсів, але, взявши зобов'язання щодо екологічної відповідальності, бізнес бере на себе відповідальність за свій вплив на навколишнє середовище (Nafi, 2018).

Залежно від розміру та галузі бізнесу, екологічна відповідальність може набувати різних форм. Для деяких компаній це означає використання альтернативних джерел енергії та екологічно чистих матеріалів, для інших – запровадження загальнокомпанійської програми утилізації або пожертвування та волонтерство для місцевих екологічно орієнтованих організацій (Heyward, 2020).

Нині компаніям потрібно зосередитися на двох основних сферах нашого довілля: обмеженні забруднення та зменшенні викидів парникових газів. Компанії зобов'язані дотримуватись своєї екологічної відповідальності, оскільки обізнаність споживачів про екологічні проблеми істотно зростає і сьогодні вони хочуть, щоб бізнес вжив необхідних заходів для порятунку нашої планети та збереження усіх життів на ній. Компанії, стурбовані зменшенням забруднення повітря, землі та води, підвищили свій статус хороших корпоративних організацій, приносячи користь суспільству (Heyward, 2020).

Прикладом екологічної відповідальності є Tesla Motors, яка розробляє автомобілі, що поєднують стиль, прискорення та керуваність із передовими технологіями, щоб зробити їх екологічнішими та зменшити забруднення. Автомобілі Tesla не потребують заправлення бензином, їх можна заряджати вдома (Nafi, 2018).

Філантропічна відповідальність означає служіння людству. Цей критерій привертає увагу до благополуччя непривілейованих або нужденних людей, які дуже потребують нашої підтримки для існування на цій планеті. Компанії виконують свої благодійні обов'язки, жертвуючи свій час, гроші чи ресурси благодійним організаціям та організаціям на національному та міжнародному рівнях. Ці пожертви зазвичай спрямовують на низку гідних цілей, серед яких права людини, національна допомога у разі стихійних лих та програми чистої води й освіти в слаборозвинених країнах (Nafi, 2018).

У сучасному світі зазвичай очікують, що підприємства віддадуть спільнотам, у яких вони існують, і жертвують на цілі, що відповідають місії їхньої компанії. Коли підприємства роблять це, вони реалізують свою благодійну відповідальність.

Ця благодійна відповідальність може бути такою неістотною, як спонсорування щорічного збирання коштів місцевої некомерційної організації, або настільки масштабною, як пожертвування відсотка річного прибутку бізнесу на визначну справу.

Жоден інший діловий магнат не виконував благодійних обов'язків краще за Білла Гейтса, який пожертвував мільярди доларів Фонду Білла та Мелінди Гейтс, що підтримує численні справи, ураховуючи освіту, викорінення малярії та розвиток сільського господарства тощо.

Економічна відповідальність – це взаємопов'язана сфера, зосереджена на досягненні балансу між бізнесом, екологією та благодійністю. Економічна відповідальність дотримується встановлених етичних і моральних норм. У цьому контексті компанії намагаються знайти рішення, яке може полегшити їхній бізнес та забезпечити прибуток, приносячи користь громаді та нашому суспільству.

Коли бізнес діє, маючи на увазі економічну відповідальність, він приймає фінансові рішення, пріоритетом яких є добро, а не просто заробляння грошей. Це означає, що цей тип КСВ переплітається з іншими типами, згаданими вище.

Наприклад, це може означати, що підприємство підписує контракт із постачальником, який використовує екологічно чисті матеріали, навіть якщо вони дорожчі. Інший приклад економічної відповідальності – це коли компанія бере на себе зобов'язання щодо прозорої системи заробітної плати, яка справедливо компенсує всім працівникам колишні гендерні та расові розриви у заробітній платі.

Такі економічні рішення приймають, враховуючи їх загальний вплив одночасно на суспільство та бізнес. Отже, економічна відповідальність може покращити бізнес-операції, залучаючись до стійких практик.

Важливим аспектом дослідження соціальної відповідальності є також виокремлення чинників, що впливають на формування соціальної відповідальності в бізнес-структурах (рис. 2).

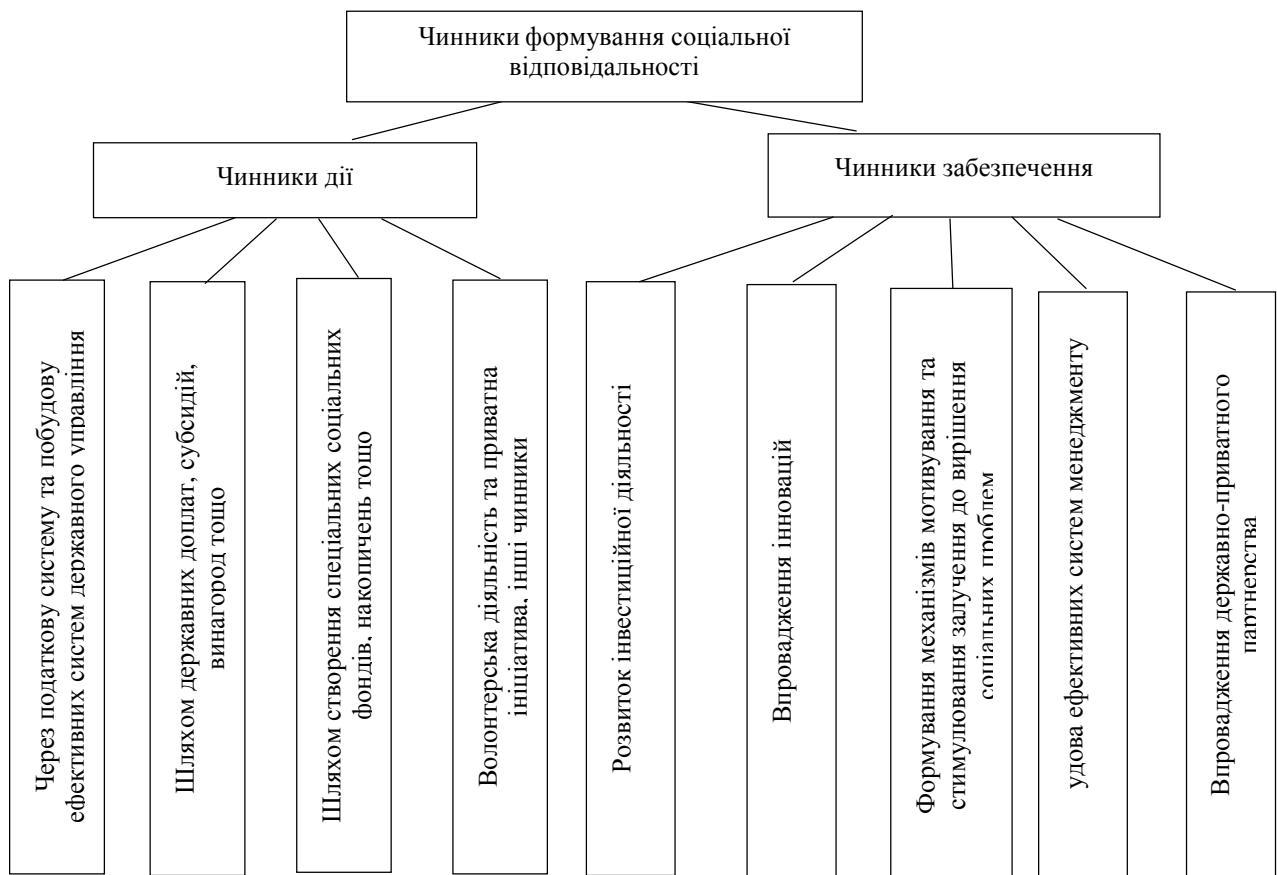


Рис. 2. Типологія чинників формування соціальної відповідальності

Усі чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності компанії, можна розділити на дві групи: чинники дії та чинники забезпечення.

До першої групи чинників належать такі:

- 1) податкова система та системи державного управління;
- 2) державні доплати, субсидії, винагороди тощо;
- 3) створення спеціальних фондів, накопичень тощо;
- 4) волонтерська діяльність та приватна ініціатива;
- 5) інші чинники.

Група чинників дії впливає через податкову систему, побудову систем державного управління як на національному, так і на місцевих рівнях, за допомогою державних доплат, субсидій, використання спеціальних соціальних фондів, волонтерську діяльність тощо.

Досвід ефективних економік показує, що побудова податкових систем, систем державних субсидій, створення спеціальних соціальних фондів дає можливість зробити соціальну відповідальність невід'ємним елементом функціонування сучасного підприємства. Це забезпечить органічне поєднання соціальної відповідальності з виробничо-господарською діяльністю.

До другої групи чинників формування соціальної відповідальності можна зарахувати такі:

1. Розвиток інвестиційної діяльності.
2. Формування механізмів мотивування та стимулювання залучення до вирішення соціальних проблем.
3. Побудова ефективних систем менеджменту.
4. Упровадження державно-приватного партнерства.

Чинники забезпечення ґрунтуються на активізації інвестиційної діяльності, яка є основою упровадження інновацій, що, своєю чергою, забезпечить додаткові грошові надходження і створить потужну фінансово-економічну базу для формування систем соціальної відповідальності. Важливе значення має удосконалення систем управління підприємством, формування механізмів мотивування залучення до соціальної відповідальності, побудова організаційної структури підприємства та оптимізація функцій управлінської діяльності. Окреме значення в забезпеченні соціальної відповідальності матиме державно-приватне партнерство, яке забезпечить надходження додаткових коштів не тільки на виробничо-господарську діяльність, але й для стимулювання соціальної відповідальності.

Усі чинники активно впливають на кількість соціально відповідальних компаній та на обсяг їхніх витрат на соціальні ініціативи та зміни.

Важливий також сам процес фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності, адже, як ми уже зазначали, на здійснення дій, пов'язаних із соціальною відповідальністю бізнесу, потрібна велика кількість різноманітних ресурсів. Один із варіантів цього процесу подано на рис. 3.

Першим етапом реалізації процесу фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності повинен бути пошук джерел інвестування в реалізацію різноманітних соціальних проєктів на підприємстві. Своєю чергою, механізми інвестування повинні бути зорієнтовані на розроблення та впровадження інновацій, зокрема, наприклад, перехід на використання ресурсозберіжних технологій дасть змогу зменшити витрати підприємства та приведе до економії ресурсів. Отримання доданої вартості та формування моделей її використання стане основою для забезпечення соціальної відповідальності за такими напрямками: створення специфічних соціальних фондів, активізація волонтерської діяльності, підтримка соціальних потреб тощо.

Можна розглянути й інші варіанти процесів фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності. Наприклад, через організування державно-приватного партнерства, за якого частина приватних коштів може бути спрямована на створення спеціальних фондів, або використання волонтерства, коли на засадах краудфандингу можна буде залучити кошти, необхідні для забезпечення соціальної відповідальності.

Деякі компанії переконані, що впровадження принципів соціальної відповідальності – це лише додаткові витрати для бізнесу. Проте практика показує, що стратегія соціальної відповідальності

компанії покращує її результати, оскільки вона, як правило, потребує інвестицій у проекти. Однак, як згадано вище, багато клієнтів готові платити більше за продукцію від соціально відповідального бренда, а соціальна відповідальність може допомогти залучити та утримати співробітників. Підприємства, які є соціально відповідальними, також можуть здаватися привабливішими для інвесторів.

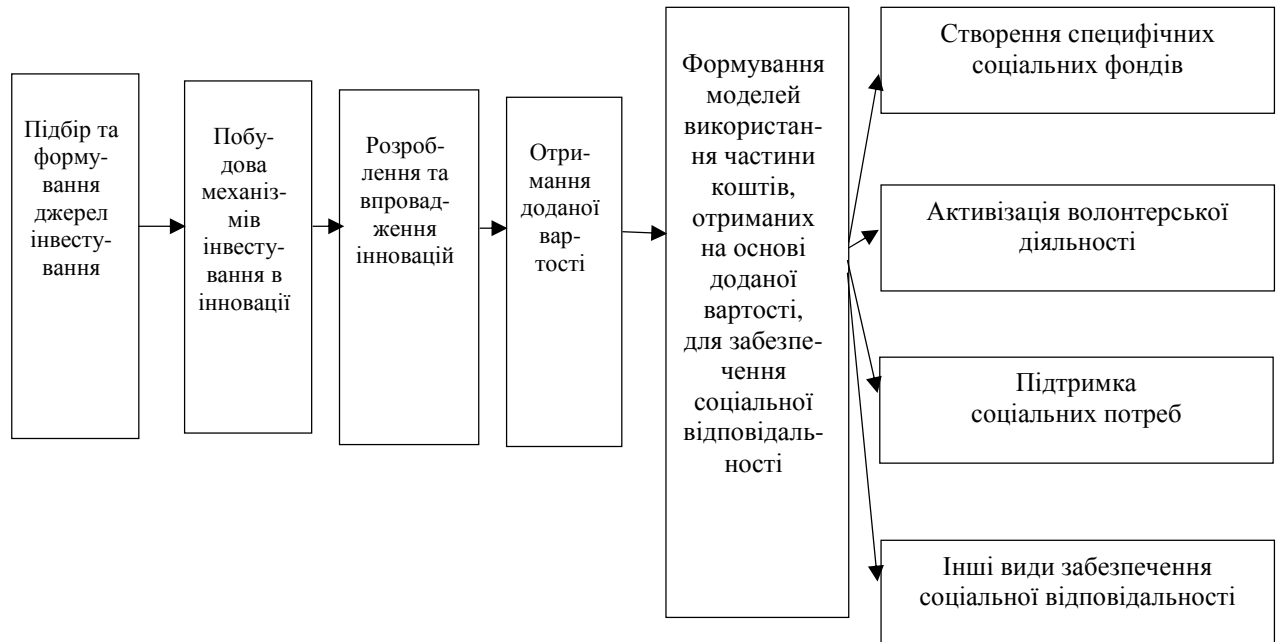


Рис. 3. Процес фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності

Згідно зі звітом Aflac за 2016 р. (Heyward, 2020), інвестиції в соціальні та екологічні ініціативи інвестори зазвичай не розглядають як марні витрати грошей, а швидше як “індикатор корпоративної культури, яка менш імовірно призведе до дорогих помилок, таких як фінансове шахрайство”. У дослідженні сказано, що 61 % інвесторів вважають соціальну відповідальність компанії ознакою “етичної корпоративної поведінки, яка зменшує інвестиційний ризик”.

Висновки

Як бачимо, сьогодні не існує єдиного тлумачення поняття “соціальної відповідальності бізнесу”. Проте, як показує дослідження, можна відзначити, що соціальна відповідальність стала важливою умовою функціонування сучасних підприємств та істотно впливає на їх розвиток та організацію виробничо-господарської діяльності. Здійснення соціально відповідальних заходів сприятиме стабільному розвитку сучасних компаній та реалізації концепції сталого розвитку, що дасть змогу збалансувати економічний, соціальний та екологічний вектори розвитку та досягти органічного їх поєднання у діяльності підприємства. Велику увагу необхідно зосередити на розвитку персоналу. Дослідження показали, що працівники соціально відповідальних компаній є мотивованішими, що сприяє одержанню кращих фінансових результатів та зростанню їх продуктивності.

Корпоративна соціальна відповідальність формується внаслідок впливу цілої низки чинників, а саме, чинників дії та чинників забезпечення. Врахування суб’єктами господарювання у своїй діяльності зазначених чинників сприятиме збільшенню обсягу соціальних інвестицій, покращенню іміджу компаній, зростанню їх привабливості як учасників бізнес-середовища. Важливою умовою успішної реалізації соціальної відповідальності на кожному підприємстві є процес її фінансово-економічного забезпечення.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення системи показників оцінювання впливу факторів дії та факторів забезпечення на формування соціальної відповідальності підприємств, визначення тенденцій їх зміни в динаміці, розроблення відповідних інтегрованих показників з метою визначення їхнього сукупного впливу, що стане основою для підвищення рівня соціальної відповідальності бізнес-структур.

Список літератури

1. Бобко Л. О., Мазяр А. В. (2019). Проблеми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Ефективна економіка, № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043>.
2. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. (2020). Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр., № 1–2. С. 57–64. DOI: 10.31767/nasoa.1-2.2020.06.
3. Євтушенко В. А. (2013). Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. Вісник НТУ "ХПІ", № 46 (1019). С. 53–63.
4. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. (2012). Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. Проблеми економіки, № 3. С. 137–141.
5. Затейщикова О. О. (2014). Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу. Вісник соціально-економічних досліджень. № 2 (53). С. 189–194.
6. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. та ін. (2013). Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. Донецьк. 296 с.
7. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. (2019). Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. № 7. С. 13–16. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.7.13
8. Станасюк Н. С., Пасінович І. І., Мурза В. М. (2020). Тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності та методологічні аспекти її оцінювання. Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. Київ: КиМУ. Вип. 2 (12). С. 31–43.
9. Kayla O'Neill (2020). 16 CSR Facts You Need To Know. URL: <https://www.globalgiving.org/learn/listicle/csr-facts-you-need-to-know-2020>
10. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics, Harvard business school online. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>
11. Nafi Jannatun (2018). Different Types of Corporate Social Responsibility (CSR). URL: <https://www.transparenthands.org/different-types-of-corporate-social-responsibility-csr/>
12. Telford Nicola (2021). A List Of Statistics That Demonstrate The Importance Of CSR. URL: <https://viewsforchange.com/list-statistics-demonstrate-importance-csr/>
13. Pacific Oaks College publications (2021). Breaking down the 4 types of corporate social responsibility. URL: <https://www.pacificoaks.edu/voices/business/breaking-down-the-4-types-of-corporate-social-responsibility/>
14. Indeed Editorial Team (2021). What Is Social Responsibility? Types and Examples. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>
15. Chastity Heyward (2020). Forbes Councils Member Forbes Business Council The Growing Importance Of Social Responsibility In Business. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=471b52162283>

References

1. Bobko L. O., Mazyar A. V. (2019). Problems of corporate social responsibility in Ukraine. *Efficient economy*. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043>.
2. Bondaruk T. G., Bondaruk I. S. (2020). The economic nature of the organizational and economic mechanism of social responsibility of business. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing: Coll. Science*, 57–64. doi: 10.31767 / nasoa.1-2.2020.06.
3. Yevtushenko V. A. (2013) Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, indicators. *Bulletin of NTU KhPI*, 53–63.
4. Kussyk N. L., Kovalevskaaya A. V. (2012) Methodical approach to assessing the effectiveness of socially responsible activities of the enterprise. *Problems of the economy*, 137–141.

5. Zateyshchikova O. O. (2014). Analysis of approaches to assessing corporate social responsibility. *Bulletin of socio-economic research*, 189–194.
6. Novikova O. F., Deich M. E., Pankova, O. V. and others (2013). *Diagnosis of the state and prospects of social responsibility in Ukraine (expert assessments): monograph*, 296.
7. Seliverstova L. S., Losovskaya N. V. (2019). Approaches to the formation of organizational and economic mechanism for managing corporate social responsibility. *Economy and state*, 13–16. DOI: 10.32702 / 2306-6806.2019.7.13
8. Stanasyuk N. S., Pasinovich I. I., Murza V. M. (2020). Tendencies of development of corporate social responsibility and methodological aspects of its estimation. *Modern questions of economy and law: coll. Science. wash. Kyiv: Kyiv National Medical University*, 31–43.
9. O'Neill Kayla (2020). 16 CSR Facts You Need To Know. Retrieved from: <https://www.globalgiving.org/learn/listicle/csr-facts-you-need-to-know-2020>
10. Stobierski Tim (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics. *Harvard business school online*. Retrieved from: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics>
11. Nafi Jannatun (2018). Different Types of Corporate Social Responsibility (CSR). Retrieved from: <https://www.transparenthands.org/different-types-of-corporate-social-responsibility-csr/>
12. Telford Nicola (2021). A List Of Statistics That Demonstrate The Importance Of CSR. Retrieved from: <https://viewsforchange.com/list-statistics-demonstrate-importance-csr/>
13. Pacific Oaks College publications (2021). Breaking down the 4 types of corporate social responsibility. Retrieved from: <https://www.pacificoaks.edu/voices/business/breaking-down-the-4-types-of-corporate-social-responsibility/>
14. Indeed Editorial Team (2021). What Is Social Responsibility? Types and Examples. Retrieved from: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>
15. Chastity Heyward (2020). Forbes Councils Member Forbes Business Council The Growing Importance Of Social Responsibility In Business. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=471b52162283>

O. Ye. Kuzmin, N. S. Stanasyuk, O. Z. Ugol'kova
Lviv Polytechnic National University
ORCID ID 0000-0002-6014-6437

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: CONCEPTS, TYPOLOGY AND FORMATION FACTORS

© Kuzmin O. Ye., Stanasyuk N. S., Ugol'kova O. Z., 2021

In the article the authors analyze the approaches to the definition of “social responsibility”. The paper substantiates the relevance of implementing the principles of corporate social responsibility. The authors study the types of social responsibility and its manifestations. It is concluded that corporate social responsibility initiatives are based on four different categories, namely ethical responsibility, philanthropic responsibility, environmental responsibility and economic responsibility. The implementation of the principles of economic responsibility is extremely important, because in this case, economic decisions are made, taking into account their overall impact on both society and business. Thus, economic responsibility can improve business operations by engaging in sustainable practices. It is proposed to divide all factors influencing the formation and development of social responsibility of the company into two groups: factors of action (tax system and public administration systems; government surcharges, subsidies, rewards, etc.; creation of special funds, savings, etc.; volunteering and private initiative; other factors) and factors of provision (development of investment activity; formation of mechanisms of motivation and stimulation of involvement in the decision of social problems; construction of effective management systems; introduction of public-private partnership). The group of factors of action influences both at the national and local levels. Provision factors are based on the intensification of investment activities, which is the basis for innovation, which in turn will provide additional cash flow and create a strong financial and economic base for the formation of social responsibility systems. The article describes one of the possible options for the process of financial and economic support of social responsibility. It is substantiated that the consideration of these factors by business entities in their activities will help increase social investment, improve the image of companies, increase their attractiveness as participants in the business environment.

Key words: social responsibility; business; enterprises; factors; process.