

References

1. Zai'ka, O. O. (2013) Issues of competitiveness. *Ekonomika i menedzhment kul'tury*, 1, 81-84. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ekmk_2013_1_18.pdf (in Ukr.)
2. Pluta, V (1989) Comparative multivariate analysis in econometric modeling [translation from Polish. Ivanov, V.V] . — M.: Finance and Statistics, 175 (in Russ.)
3. Yankovyi, O.G. (2015) Latent signs in the economy: monograph. — Odesa: Atlant, 168 (in Ukr.)
4. Semenova, V.G. (2015) The use of economic and mathematical methods in the study of the efficiency of enterprise intellectual property management // *Problemy ekonomiky*, 3, 336-341. (in Ukr.)
5. Yankovyi, A.G. (2001) Multivariate analysis in STATISTICA system: monograph — Odesa: Optium, 2016 (in Russ.)
6. Repina, I.M. (2011) Taxonomic analysis of the efficiency of formation and use of assets // *Formuvannya rynkovoyi ekonomiky*. — K.: KNEU, 26.2, 440-457 (in Ukr.)

[Metadata, citation and similar](#)

Library of Vadym Hetman Kyiv National Economic University

УДК 338.222 : 330.16

I.I. Topishko, канд. екон. наук, доцент
кафедри економічної теорії,
менеджменту та маркетингу
Національного університету
«Острозька академія»

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

SOCIAL RESPONSIBILITY PROBLEMS OF BUSINESS IN THE INNOVATION ECONOMY

Ivan Topishko, PhD in Economics, Associate Professor
Department of Economic Theory,
Management and Marketing
National University «Ostroh Academy»

АНОТАЦІЯ. Розкрито сутність категорії «соціальна відповідальність бізнесу». Охарактеризовано особливості моделей соціальної відповідальності. Акцентовано увагу на пострадянській її модифікації. Зазначено здобутки і втрати, які бізнес має при дотриманні соціально відповідальної поведінки. Окреслено чинники впливу на формування системи соціальної

відповідальності учасників суспільних відносин. Підкреслено, що інноваційна модель економіки висуває нові підвищені вимоги до соціально відповідальної поведінки суб'єктів суспільних відносин. Особливо це стосується формату соціально-трудова відносин.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: соціальна відповідальність підприємства, соціальні програми, соціально-трудова відносини, інноваційна економіка.

ABSTRACT. The essence of the category of «social responsibility» was describe. The features of social responsibility models were characterized. Its post-soviet modification was in the centre of attention. Main gains and losses of business in case of socially responsible behavior were indicated. The factors that influence the formation of social responsibility system of participants in public relations were outlined. It was stressed that innovative model of economy brings new increased requirements for socially responsible behavior of participants in public relations. This is especially true for socio-labor relations.

KEY WORDS: social responsibility of enterprise, social programs, socio-labor relations, innovative economy.

Актуальність дослідження. Сучасні суспільні трансформації актуалізують проблему соціальної відповідальності суб'єктів економіки (підприємств, держави, особи). Вона відображає систему цінностей соціуму. До системи соціальної відповідальності учасників соціально-економічних відносин потрібно підходити як до важливого соціального інституту з багаторівневою системою управління на добровільному і довільному порядку дотримання суспільних норм.

За непростих умов буття українського соціуму механізм її формування, підтримки та удосконалення має здійснювати інтегральний соціальний та економічний вплив на його розвиток. Важливо стимулювати суспільство і бізнес до взаємної узгодженої співпраці в економічній, екологічній, соціальній сферах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів економіки є сферою наукового інтересу багатьох вчених. Фундаментальними у цій сфері вважаються напрацювання Р. Акермана, Р. Бауера, С. Вартіка, Д. Вотави, Д. Вуда, А. Керрола, Ф Кохрена, Д. Свансона, С. Сеті, В. Фредеріка та інших зарубіжних науковців. Серед українських дослідників цієї тематики зазначимо Ю. Благова [1], І. Ворончак [2], З. Галушку [3], І. Грановську [4], Н. Дієву [5], А. Колота [6], В. Крикуна [7], С. Левицьку [8]. У наукових роботах вітчизняних вчених узагальнено набутки світової теорії, методології та практики впровадження соціальної відповіда-

льності бізнесу, держави та особи. Акцентовано увагу на українських реаліях.

Для кожної країни притаманна певна специфіка механізму формування соціальної відповідальності між роботодавцями і працівниками, корпораціями і владними структурами. В Україні в умовах трансформаційного періоду, під час/після етапу «дикого капіталізму», послаблення керуючої ролі держави, правового нігілізму досить важко проходить процес налагодження діалогу сторін соціально-економічних відносин. Важливо стимулювати зацікавленість управлінців цією тематикою, налагоджувати діалог між сторонами соціального партнерства щодо питань соціальної відповідальності, покращувати системність у звітуванні підприємств. Потрібно вивчати вимоги міжнародних інституцій щодо критеріїв ведення соціально відповідального бізнесу, здійснювати активну організаційну і пропагандистську роботу щодо їх дотримання в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження моделей соціальної відповідальності бізнесу, аналіз проблем її підтримання в умовах становлення інноваційної економіки і глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Створення і підтримання узгодженості інтересів соціуму і бізнесу, балансу в реалізації принципів економічної ефективності та соціальної справедливості, досягнення соціального компромісу стає домінантою у поступі сучасного суспільства. Загострюють ці проблеми виклики НТР і глобалізації, нагальна необхідність реалізації цілей сталого розвитку стосовно збалансованості соціально-економічних, демографічних та екологічних підходів.

У розвинутих країнах світу здійснюється перехід до V укладу (високотехнологічні галузі) та VI («ультраукладу», який ґрунтується на біотехнологіях, аерокосмічній промисловості, нових матеріалах тощо) [9, с. 39]. Формування інноваційної економіки інтенсифікує усі процеси, висуває нові вимоги до якості людського капіталу і швидко його знецінює, посилює асиметричність у соціально-трудовах відносинах, зумовлює радикальні зрушення в соціальній структурі суспільства. Змінюються кількісні характеристики макроекономічної структури зайнятості.

У пошуках ефективних стратегій розвитку і конкуренції в умовах глобалізаційних викликів компанії спираються на розробку нових технологій виробництва, залучення і підготовку персоналу високого рівня професіоналізму, нові методи управління та управлінські рішення, новітні технології виходу на ринок [10, с. 75]. Інформатизація суспільства, модернізація виробництва, струк-

турна перебудова економіки актуалізує проблему конкурентоспроможності робочих місць. Становлення інноваційної економіки загострює суперечності розподілу тягаря пристосування суб'єктів суспільних відносин до змін у зовнішньому середовищі. Різноманітні аспекти їх соціальної відповідальності набувають нового формату.

В якості засадничої умови функціонування макросистеми «людина-держава-суспільство», зазначають О.О. Охріменко та Т.В. Іванова, соціальна відповідальність є «соціальним явищем, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин приписів, соціальних норм, а у випадку їх порушення — застосування до порушників заходів впливу [11, с. 9]. Зміст категорії «соціальна відповідальність» розширено характеризують як сукупність різних діалектично взаємопов'язаних видів відповідальності (правової, моральної, економічної, політичної, професійної тощо). З філософських позицій це категорія етики, що ґрунтується на моральних вимогах. Юридичні аспекти пов'язані з правовою регламентацією виконання обов'язків і накладання санкцій за недотримання встановлених законів, норм, правил як системоутворювальних чинників [12]. Політологи акцентують увагу на соціальній відповідальності держави, економісти — на соціальній відповідальності бізнесу [13, с. 133].

За звуженого розуміння її сутності враховується міра, ступінь прийняття соціальним суб'єктом або групою соціально значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав та обов'язків у процесі сумісної діяльності з метою не нанесення збитку усталеному розвитку суспільства в цілому та окремих спільнот. Соціальна відповідальність слугує механізмом взаємозалежності соціальних суб'єктів, що займають різні статусні позиції в соціальній ієрархії [13, с. 134]. Вона виступає як мотиваційний та обмежувальний чинник їх діяльності. Мета її регулювання полягає у забезпеченні стабільності середовища життєдіяльності.

Ступінь «включення» в соціально-економічні процеси і взаємовідносини в суспільстві впливає на зміст і рівні відповідальності. З позицій особи — це усвідомлення наслідків власних дій (ставлення до праці та своїх обов'язків, сплата податків, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня, турбота про власне здоров'я, участь у громадському житті тощо). Бізнес відповідає за управлінські рішення та їх соціально-економічні результати для трудового колективу і суспільства, культуру організації. Держава — за регулювання умов життєдіяльності та її наслідки

для соціуму, виконання міжнародних обов'язків, забезпечення пріоритетності національних інтересів і досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку тощо. Соціальна відповідальність держави (органів державної влади різного рівня та органів місцевого самоврядування) є одним з механізмів забезпечення якості та ефективності державного управління.

Соціальна відповідальність підприємств має прояв у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Як правило, внутрішня складова залежить від ефективності діяльності та масштабів підприємства. Її скеровано на створення належних умов функціонування організації (оплата, умови, безпека праці працівників; здійснення соціальних програм; виробництво якісної продукції; сплата податків та організація господарської діяльності тощо). Зовнішню її складову скеровано на дотримання соціально-етичних принципів ведення бізнесу; благодійні справи (збір коштів і допомога); благодійний маркетинг (внески і відрахування відсотків від продажу товарів на благодійність); корпоративний соціальний маркетинг (підтримання здоров'я, захист навколишнього середовища), корпоративна філантропія (гранти благодійній організації, подарунки), волонтерська діяльність.

Вчені підкреслюють, що «соціальна відповідальність бізнесу є досить егоїстичною та існує лише в межах вигоди підприємства» [14, с. 3]. Внаслідок такої діяльності формується позитивна репутація компанії, безпечне середовище її діяльності, зростає довіра зацікавлених сторін (стейкхолдерів — співробітників, акціонерів, контрагентів, кредиторів та ін.).

Однак компанія часто несе втрати від соціальної активності. Це відмова від всемірної максимізації прибутку, розмивання основних цілей бізнесу, втрати ресурсів на непрофільні цілі. Соціальна активність організації відвертає увагу топ-менеджерів, персоналу, а також кошти від виконання основних функцій та знижує конкурентоздатність бізнесових структур [6, с. 16].

Політика соціальної відповідальності суб'єктів економіки формується під впливом багатьох факторів, зокрема:

- рівня соціально-економічного розвитку країни, якості інституціонального середовища та системи правозастосування;
- специфіки ділового і соціального середовища функціонування компанії, її масштабу та галузевої належності, рівня конкуренції та участі в міжнародному бізнесі;
- диференційованого характеру зв'язку різних напрямів соціальної відповідальності підприємства із параметрами його економічної діяльності;

- сили впливу соціальної діяльності підприємства на фінансово-економічні результати в коротко- і довгостроковому періодах;
- ціннісних орієнтирів власників компанії і топ-менеджерів;
- рівня доходів та інформованості споживачів [6, с. 15—16].

Зважаючи на історичні та економічні особливості розвитку соціально-економічних систем, у трактуванні закордонними та українськими вченими сутності соціальної відповідальності є певні розбіжності [16, с. 281—282]. Її концепції відображають особливості культурних парадигм суспільств, роль держави в економіці, домінуючий тип власності, механізм взаємодії суб'єктів соціально-економічних відносин.

Концептуальні засади соціальної відповідальності бізнесу досить розроблені західними вченими. Етапи її формування відображають розвиток країн-лідерів у другій половині ХХ ст.:

- 1950—1970 рр. Розробка базової концепції корпоративної соціальної відповідальності (Corporate Social Responsibility). Її фундаторами були Г. Боуен, К. Девіс, А. Керролл, М.Шварц;

- 1970—1990 рр. Розвиток концепції корпоративної соціальної сприйнятливості (Corporate Social Responsiveness) у працях Р. Акермана, Р. Бауера, Д. Вотава, С. Сеті, А. Керролла, В. Фредерік;

- 1980—2000-ні рр. Обґрунтування концепції корпоративної соціальної діяльності (Corporate Social Performance — CSP). Вагомим внеском стали дослідження С. Сеті, А. Керролла, С. Вартіка, Ф. Кохрена, Д. Вуда, Д. Свансона та ін. [6].

Подальший розвиток ці теорії отримали в концепціях «корпоративного альтруїзму» і «корпоративного громадянства» (Комітет з економічного розвитку США); «відповіді на вимоги суспільства» (Мак Вільямс, Сігель); «соціального статусу» (Дж. Галаскевич); «зацікавлених сторін» (Блум, Гундлах); «потрійної результативної діяльності» (Дж. Елкінгтон); «етична концепція» (Е. Фрімен); «концепція обов'язків» (А. Керролл) [17, с. 368—369].

Концепції соціальної відповідальності є основою її моделей. Вони різняться за роллю учасників (особи, держави, бізнесу), механізмом взаємодії між ними, умовами соціально-економічного розвитку країни. Виділяють основні чотири її моделі: американську, європейську (континентальну), японську, британську [18], а також пострадянську [19].

Американська модель ґрунтується на принципах лібералізму, мінімізації втручання держави в економіку, максимізації прибутковості корпорацій. Поширена у США, Канаді, англомовних державах Африки та Латинської Америки. Соціальна відпові-

дальність ґрунтується на добровільних ініціативах. Реалізується переважно у формі благодійництва, меценатства, волонтерства. Заохочується урядом у формі зниження податків. Підтримується суспільством. У своїй діяльності американські корпорації, підкреслює У. Волинець, більшу увагу надають зовнішній складовій соціальної відповідальності (поведінці підприємства на ринку, розбудові позитивних її відносин з регіональною і місцевою владою, охороні навколишнього середовища) [20, с. 3].

У Європі соціально відповідальна поведінка компаній інтегрована в громадську політику і регулюється державою. Підтримуючи прибутковість корпорацій, у той же час вона орієнтує їх на підвищення відповідальності за умови праці найманої робочої сили, рівень заробітної плати, випуск якісної продукції, реалізацію соціальних проектів населення [20, с. 4]. Британська її версія поєднує елементи європейської моделі щодо державної підтримки бізнесу та американської щодо добровільності та активності організацій у сфері соціальних проектів. В японській моделі увагу скеровано на внутрішнє середовище компаній, більшість з яких реалізує проекти «довічного найму». Роль держави значна. Проводиться політика вирівнювання доходів населення. Вирішенню соціально-економічних проблем притаманний високий рівень колективізму.

Пострадянська модель характеризується тим, що трансформаційні процеси щодо розбудови ринкової економіки відбувалися в умовах «прихватизації» та первісного нагромадження капіталу. Більшість підприємств ліквідовано і зруйновано їх соціальну базу (дитячі табори, будинки відпочинку тощо). Економіка України прямує у бік слабозвинутих країн сировинної орієнтації. Розвинуті соціальні програми можуть здійснювати переважно експортноорієнтовані великі вітчизняні корпорації та транснаціональні корпорації. Діяльність решти суб'єктів економічної діяльності спрямовано на виживання, проведення обмежених соціальних програм. Соціальна відповідальність бізнесу здійснюється в межах «соціального партнерства», «благодійності», «соціального діалогу». Держава надає пільги при оподаткуванні прибутку в разі скерування коштів на добродійні заходи. Однак наявна пасивність бізнесу, громадськості, людей щодо пошуку шляхів встановлення взаєморозуміння у даній сфері та недовіра до соціальних проектів бізнесу. А. Колот підкреслює також слабкість суспільного контролю, брак навичок вирішення соціальних завдань і широкої суспільної підтримки [6, с. 6].

Разом з тим, зазначає Н.М. Градюк, український бізнес (особливо великий) уже на добровільних засадах відроджує традиції соціальної відповідальності (розвиває соціальну інфраструктуру підприємств; впроваджує спеціальні програми, у т.ч. підвищення кваліфікації персоналу; бере активну участь у благодійних акціях, екологічних заходах) [19].

Інноваційна модель економіки (яка ґрунтується на зростанні частки наукомісткого сектора виробництва, енергоощадливості, інформації, нових технологій, високотехнологічних робочих місцях, розвитку людського капіталу, загостренні конкуренції) висуває підвищені вимоги до соціально відповідальної поведінки суб'єктів суспільних відносин. Формуються нові соціальні ризики. Особливо це стосується формату соціально-трудова відносин. Структурна перебудова економіки супроводжується скороченням низькопродуктивних і надлишкових робочих місць. Як слушно зауважує О. Герасименко, в Україні дія цих чинників на фоні прогресуючого морального старіння виробничого обладнання промисловості «створює ризики зниження продуктивності праці та руйнує основу зростання конкурентоспроможності національної економіки» [9, с. 41]. Загострюється проблема соціальної відповідальності щодо професійного майбутнього вивільнених працівників [9, с. 45; 21]. Нові умови підвищують вимоги до дотримання корпораціями соціально відповідальної поведінки у внутрішньому її середовищі (створення умов належної безпеки, розширення можливостей для підвищення професійного рівня, достатність доходу).

Висновки. Структурні зрушення в економіці, що відбуваються під впливом НТР і глобалізації, формують виклики для суспільства. Соціально-економічні процеси набувають нестійкого характеру. Соціальні ризики зростають, посилюються і поглиблюються. Сучасні проблеми не можна вирішити лише на основі механізмів ринку. Важливо забезпечити урегульованість суспільних процесів через узгодження інтересів суб'єктів господарювання і соціуму, збалансування соціальних пропорцій і досягнення визначених пріоритетів з метою запобігання нагромадженню соціальних деформацій.

Список літератури

1. *Благов Ю.* Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции / Ю. Благов. — М.: Высшая школа экономики, 2010. — 272 с.

2. *Ворончак І.О., Демачкович Л.М.* Стратегія формування організаційної культури вітчизняних підприємств на засадах соціальної відповідальності бізнесу: регіональний аспект / І.О. Ворончак, Л.М. Демачкович // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. — 2016. — № 4 (04). — С. 265—270.

3. *Галушка З.І.* Інституалізація соціальної відповідальності бізнесу : механізм становлення / З.І. Галушка / Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. — 2014. — № 1. — С. 90-98.

4. *Грановська І.В.* Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу / І.В. Грановська // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/old_jm/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf

5. *Деева Н.М.* Науково-методичні основи щодо надання змін соціальної відповідальності суб'єктів економіки керованого характеру / Н. М. Деева // Економічний вісник Національного гірничого університету. — 2015. — № 2 (50). — С. 68-79.

6. *Колот А.* Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. Колот // Україна: аспекти праці. — 2013. — № 8. — С. 3-17.

7. *Крикун В.А.* Сутність та еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу / В.А. Крикун // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». — 2014. — Випуск 6. Ч. 1. — С. 91-94.

8. *Левицька С.О.* Соціальна складова підприємницької діяльності як об'єкт обліку / С.О. Левицька // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». — Острог: Видавництво НУ «Острозька академія», 2014. — Випуск 26. — С. 114-118.

9. *Герасименко О.* Соціально-трудові домінанти інноваційної економіки: сучасний стан та тенденції розвитку в Україні / О. Герасименко // Україна: аспекти праці. — 2014. — № 6. — С. 38-45.

10. *Куцик П.О., Ковтун О.І., Башнянин Г.І.* Джерела і стратегії розвитку та забезпечення конкурентного лідерства сучасних корпорацій у глобальній економіці / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин // Економіка України. — 2015. — № 7 (644). — С. 72-86.

11. *Охріменко О.О., Іванова Т.В.* Соціальна відповідальність [навч. посіб.]. — К.: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». — 2015. — 180 с.

12. *Каленіченко Л.І.* Дискусійні питання класифікації окремих видів соціальної відповідальності / Л.І. Каленіченко // Право і безпека. — 2015. — № 2. — С. 28-32.

13. *Андрющенко А.І., Рябець І.М.* Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу / А.І. Андрющенко, І.М. Рябець // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.readera.org/article/sotsialna-vidpovidalnist-teoretyeko-metodolohichniyi-aspekt-analizu-10157455.html> readera.org.

14. *Решновецький С.Л.* Сутність соціальної відповідальності як управлінської категорії / С.Л. Решновецький // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: file:///c:/users/user/downloads/kis_2013_1_38.pdf

15. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. Колот // Україна: аспекти праці. — 2013. — № 8. — С. 3-17.

16. Тлущкевич Н.В., Нечипорук В.В. Економічний зміст соціальної відповідальності / Н.В.Тлущкевич, В.В. Нечипорук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». — 2014. — Випуск 11 (41). — Ч. 1. — С. 279-284.

17. Градюк Н.М. Соціальна відповідальність підприємств: концептуалізація поняття / Н.М. Градюк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. — 2011. — Випуск 21.11. — С. 364-371.

18. Корпоративна соціальна відповідальність / За заг. ред. Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецової. — Вид. друге, виправл. і доповн. — К.: УБС НБУ, 2010. — 314 с.

19. Градюк Н.М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств / Н.М. Градюк // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_NNP_2011/Economics/10_91461.doc.htm

20. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності / У. Волинець // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20\(1\)_21.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20(1)_21.pdf)

21. Мортіков В. Соціально-трудова виграша та втрати організації в результаті змін у зовнішньому середовищі її функціонування / В. Мортіков // Україна: аспекти праці. — 2015. — № 1. — С. 17-21.

References

1. Blagov Yu. (2010). Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost. Evolyutsiya kontseptsii (Corporate Social Responsibility. Evolution of the concept) — М.: Vysshaya shkola ekonomiki. [in Russian].

2. Voronchak I.O., Demachkovy`ch L.M. (2016). Strategiya formuvannya organizacijnoyi kul`tury` vitchy`znyany`x pidpry`yemstv na zasadax social`noyi vidpovidal`nosti biznesu: regional`ny`j aspekt (The strategy of organizational culture of domestic enterprises on the basis of social responsibility: a regional perspective) — Sxidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya. [in Ukrainian]

3. Galushka Z.I. (2014). Insty`tualizaciya social`noyi vidpovidal`nosti biznesu :mexanizm stanovlennya (Institutionalization of CSR: mechanism of formation) — Nauchnyye trudy DonNTU. Seriya: ekonomicheskaya. [in Ukrainian].

4. Granovs`ka I.V. (2012). Mizhnarodni standarty` zvitnosti social`noyi vidpovidal`nosti biznesu (International accounting standards of CSR) — www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf [in Ukrainian].

5. Dieieva N.M. (2015).Naukovo-metodychni osnovy shchodo nadання zminam sotsialnoi vidpovidalnosti sub`iektiv ekonomiky kerovanoho

kharakteru (Scientific and methodical basis for the provision to controlled change of the social responsibility) Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu. [in Ukrainian].

6. Kolot A. (2013). Suchasna filozofia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv (Modern philosophy of corporate social responsibility: evolution of views) — Ukraina: aspekty pratsi. [in Ukrainian].

7. Krykun V.A. (2014). Sutnist ta evoliutsiia kontseptsii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu (The essence and evolution of corporate social responsibility) — Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky». [in Ukrainian].

8. Levytska S.O. (2014). Sotsialna skladova pidpriemnytskoi diialnosti yak ob'iekt obliku (The social component of business activities as an object of accounting) — Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriiia «Ekonomika». — Ostroh: Vydavnytstvo NU «Ostrozka akademiia». [in Ukrainian].

9. Herasyenko O. (2014). Sotsialno-trudovi dominanty innovatsiinoi ekonomiky: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku v Ukraini (Social and labor dominants of innovative economy: current situation and trends in Ukraine). — Ukraina: aspekty pratsi. [in Ukrainian].

10. Kutsyk P.O., Kovtun O.I., Bashnianyn H.I. (2015). Dzherela i stratehii rozvytku ta zabezpechennia konkurentnoho liderstva suchasnykh korporatsii u hlobalnii ekonomitsi (Sources and development strategy, competitive leadership in modern global economy corporations) — Ekonomika Ukrainy. [in Ukrainian].

11. Okhrimenko O.O., Ivanova T.V. (2015). Sotsialna vidpovidalnist [navch. posib.] (Social responsibility). — Kyiv: Natsionalnyi tekhnichniy universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichniy instytut». [in Ukrainian].

12. Kalienichenko L.I. (2015). Dyskusiini pytannia klasyfikatsii okremykh vydiv sotsialnoi vidpovidalnosti (Debating the classification of certain types of social responsibility). — Pravo i bezpeka. [in Ukrainian].

13. Andriushchenko A.I. Riabets I.M. Sotsialna vidpovidalnist: teoretyko-metodolohichni aspekt analizu (Social responsibility: theoretical and methodological aspects of analysis) — <http://www.readera.org/article/sotsialna-vidpovidalnist-teoretyeko-metodolohichniyi-aspekt-analizu-10157455.html> readera.org. [in Ukrainian].

14. Reshnovetskyi S.L. (2013). Sutnist sotsialnoi vidpovidalnosti yak upravlinskoj katehorii (The essence of social responsibility as a management category). — file:///c:/users/user/downloads/kis_2013_1_38.pdf [in Ukrainian].

15. Kolot A. (2013). Suchasna filozofia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: evoliutsiia pohliadiv (Modern philosophy of corporate social responsibility: evolution of views). — Ukraina: aspekty pratsi. [in Ukrainian].

16. Tluchkevych N.V., Nechyporuk V.V. (2014). Ekonomichniy zmist sotsialnoi vidpovidalnosti (The economic content of social responsibility). — Ekonomichni nauky. Seriiia «Oblik i finansy». [in Ukrainian].

17. Hradiuk N.M. (2011). Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv: kontseptualizatsiia poniattia (The corporate social responsibility: concept

conceptualization). — Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy. [in Ukrainian].

18. Smovzhenko T. S., Kuznietsovoi A. Ia. (2010). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist (Corporate social responsibility). — K.: UBS NBU, [in Ukrainian].

19. Hradiuk N.M. (2011). Suchasni modeli sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv (Current models of corporate social responsibility) — http://www.rusnauka.com/25_NNP_2011/Economics/10_91461.doc.htm [in Ukrainian].

20. Volynets U. (2013). Modeli sotsialnoi vidpovidalnosti (The models of social responsibility) — [file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20\(1\)_21.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vlnau_econ_2013_20(1)_21.pdf) [in Ukrainian].

21. Mortikov V. (2015). Sotsialno-trudovi vyhrashi ta vtraty orhanizatsii v rezultati zmin u zovnishnomu seredovyshchi yii funktsionuvannia (Social and labor corporate gains and losses due to the changes in the external environment) — Ukraina: aspekty pratsi. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 16.11.2016 р.

УДК: 330.3, 06.001.32

Ходакевич Богдан,
аспірант кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЙ

ECONOMIC MODELLING OF IT-COMPANIES' DEVELOPMENT

Hodakevuch B., graduate student,
Chair of economy of enterprises,
Kyiv national economic university
named after Vadym Hetman

АНОТАЦІЯ: У роботі досліджено способи моделювання та аналізу розвитку компаній, які працюють у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг. Ключовим елементом дослідження є побудова та лінійна апроксимація функції ефективності компаній цієї сфери, на основі використання підходу Тейлора. Ефективність аналізується з позицій поточних, перспективних і непрямих ефектів від партнерства ІТ-компаній зі споживачами таких послуг. В якості результуючого економічного показника використано економічну додану вартість, яка розраховується традиційним способом, але аналізується відповідно до авторської логіки дослідження.