

УДК 338.22:316.334.3

Олена ПАНУХНИК, Уляна ПЛЕКАН

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

*Резюме.* Визначено соціальні аспекти функціонування бізнесу в сучасних умовах, розглянуто чинники та тенденції формування соціальної відповідальності вітчизняних підприємств. Проаналізовано особливості сприйняття українцями сутності, необхідності та важливості соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено стан впровадження заходів соціальної відповідальності бізнесу на українських підприємствах. Систематизовано основні мотиваційні фактори ведення соціально відповідальної діяльності українськими підприємствами. Зазначено складові соціальної відповідальності підприємств, бар'єри та перспективи їх розвитку. Окреслено проблеми соціальної відповідальності бізнесу. Виокремлено основні форми соціально відповідальної діяльності: класична форма, форма привілеїв, форма обов'язкової благодійності, містоутворююча форма. Акцентовано увагу на особливостях національної моделі соціальної відповідальності бізнесу та обґрунтовано важливість впровадження національної моделі соціальної відповідальності бізнесу.

*Ключові слова:* соціальна відповідальність, бізнес, стейкхолдери, міжнародна практика, заходи та програми СВЕ, соціалізація.

Olena PANUKHNYK, Uliana PLEKAN

## PECULIARITIES OF SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT IN UKRAINE AND PERSPECTIVE OF NATIONAL MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION

*Summary.* The article is devoted to the social aspects of business functioning in modern terms; factors and tendencies of forming of social responsibility of domestic enterprises are examined. The features of perception of essence, necessity and importance of social responsibility of Ukrainians business are analysed. The article deals with the implementation of the social business responsibility activities at Ukrainian enterprises. Main motivational factors of social responsibility activities implementation at Ukrainian enterprises are systematized. Constituents of social responsibility of enterprises, barriers and prospects of their development are investigated. The problems of social responsibility of business have been considered in the article. The main forms of socially responsible activities are singled out: classical form, special right form, the form of compulsory philanthropy, urban development form. Attention is focused on the features of the national model of corporate social responsibility and the importance of introducing the national model of corporate social responsibility is considered.

*Key words:* social responsibility, business, stakeholder, world practice, activities and programs of CSR, socialization.

**Постановка проблеми.** Розвиток світової економіки диктує нові вимоги до компаній як суспільних інститутів, покладаючи на них функцію підтримки соціальної сфери веденням соціально відповідального бізнесу. Останній є важливим зростаючим чинником у забезпеченні конкурентноздатності українських компаній на міжнародному рівні функціонування.

Зовнішні та внутрішні фактори обмежують можливість нашої держави в повному обсязі фінансувати соціальні потреби. Водночас, заміна державного директивного планування як головного методу управління соціальною сферою на ринкове саморегулювання має свої недоліки, оскільки саме держава забезпечує широкий спектр соціальних послуг, які ринок забезпечити не в змозі. Доцільним є таке поєднання державного регулювання і ринкового саморегулювання, за якого прибуткові компанії беруть на себе частку соціальних завдань в обмін на створення комфортних умов для

стабільного розвитку та їх подальшого функціонування. Яскравими представниками соціально відповідального бізнесу в Україні є: компанія мобільного зв'язку «Київстар» [1]; благодійний Фонд В. Пінчука [2]; компанія «Сандора» [3] та ін. Спостерігається тенденція до усвідомлення необхідності соціально відповідальної активності, зберігається традиція вести бізнес із турботою до громади, повагою до законів і відповідальністю перед стейкхолдерами.

Нові суспільні реалії уможливають формування національної моделі соціальної відповідальності бізнесу (надалі – СВБ), яка зараз перебуває на стадії становлення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В Україні активізувалися дискусії навколо проблематики соціальної відповідальності різних бизнес-структур. Дослідження тенденцій розвитку інституту соціальної відповідальності висвітлені у працях таких науковців, як З.С. Варналій, В.Є. Воротіна, В.М. Геєць, Е.М. Лібанова, С.В. Мельник, Ю.Н. Петрушенко, В.Л. Осецький та інших.

Серед наукових праць вітчизняних авторів проблемам методів упровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні та формам соціалізації бізнесу присвятили свої роботи Ю.К. Бегм, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько та інші.

Незважаючи на те, що у сучасній науковій літературі активно з'являються нові наукові праці з питань соціальної відповідальності, доцільно відзначити, що напрацювання щодо впровадження національної моделі соціальної відповідальності не знайшли достатньої уваги в наукових розробках, що зумовило актуальність дослідження.

Логічно є необхідність формулювання особливостей національної моделі СВБ.

**Мета статті** – дослідження особливостей розвитку інституту соціальної відповідальності в Україні та перспектив упровадження національної моделі СВБ.

**Виклад основного матеріалу.** Специфіка трактування поняття «соціальна відповідальність» в Україні диктує свої соціальні результати. Об'єднуючою думкою для дослідників СВБ є усвідомлення користі та ефективності від використання ринкових механізмів вирішення соціальних проблем у гармонійному поєднанні їх з державним регулюванням. Таким чином, активне й регулярне виконання компаніями соціально відповідальних заходів зменшить вплив сучасного державного інтервенціонізму. Поштовхом до розвитку соціальної відповідальності бізнесу стала об'єктивна потреба підприємств, які зацікавлені у співпраці зі стейкхолдерами, у роботі висококваліфікованих спеціалістів, підвищенні своєї конкурентноздатності та певному інтересі інвесторів і партнерів до проявів їх активності. Вихід на внутрішній ринок великих іноземних компаній дав новий поштовх до розвитку соціальної відповідальності, в результаті чого почав формуватися вітчизняний інститут соціальної відповідальності, про що активно обговорюють як у ділових колах, так і державні діячі.

Передумовами подальшого укорінення в Україні інституту соціальної відповідальності є:

- налагодження багатостороннього партнерського зв'язку між стейкхолдерами;
- законодавче закріплення та забезпечення державою, як суб'єкта делегування прав громадян, виконання законодавчих норм соціальної відповідальності;
- впевненість громадян у щирості та корисності соціальних проектів бізнесових кіл.

Без реалізації цих передумов спроби впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу на різних рівнях не будуть мати достатнього ефекту.

Засади СВБ в Україні формувалися протягом 1996 – 2005 рр., коли Українська асоціація якості разом із Українським союзом промисловців і підприємців України пропагували соціально активну позицію бізнесу.

До 2010 р. удосконалювалися системи поглядів соціальної відповідальності. У листопаді 2007 року Україна взяла участь у розробленні проекту міжнародного

стандарту ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», а у 2010 році – підтримала його прийняття. У 2008 році опубліковано соціальну звітність українських компаній, підготовлену згідно зі стандартами Глобальної ініціативи зі звітності (GRI).

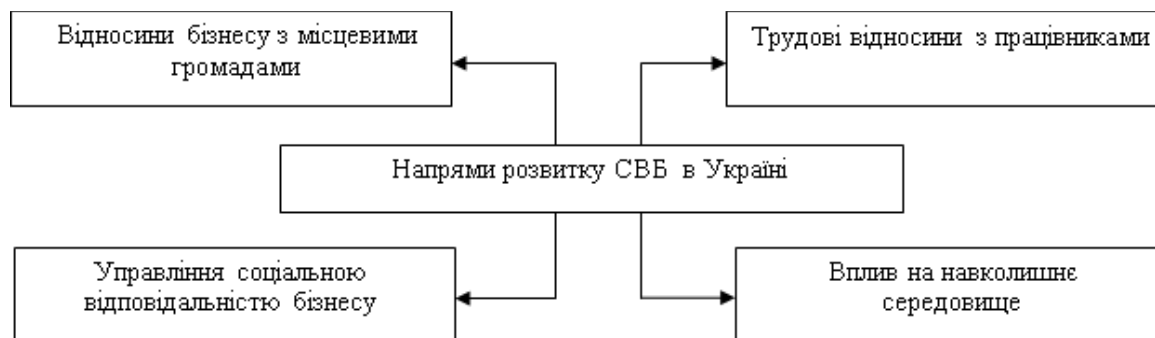
Починаючи з 2006 року в Україні функціонує локальна мережа Глобального договору ООН (далі – ГДООН). У 2008 році створено Раду Глобального договору, до якої входять представники зацікавлених груп. Компанії-учасники договору зобов'язані надавати річні звіти про впровадження принципів ГДООН у практику діяльності. У 2014 році 2423 українські компанії відзвітували про просування власної соціальної відповідальності. Разом з тим, на початку того ж року ГДООН виключив сім компаній за відмову звітувати за два попередніх роки [4]. Дана подія свідчить, що компанії не завжди беруть на себе соціальну відповідальність, єдиною метою підписання договору для них є поліпшення репутації. Зазначені факти доводять, що в українських компаній сформувалося різне ставлення до СВБ. Для великих компаній турбота про інфраструктуру є традицією, яка перейшла до них під час приватизації своїх виробничих потужностей. У стратегічних планах транснаціональних компаній, які мають представництва в Україні, прописані заходи для стійкого розвитку. Однак часто зустрічаються транснаціональні компанії, які в розвинених країнах проявляють більшу соціально відповідальну активність, ніж в менш розвинених. Протилежне ставлення до СВБ демонструють вітчизняні компанії, які прагнуть вести свій бізнес на Заході. Останні усвідомлюють важливу роль СВБ для утримання ринкових позицій у довготерміновому періоді, тому розробляють стратегію соціальної відповідальності та удосконалюють механізм управління соціально відповідальною діяльністю. В контексті зазначених питань, вітчизняний бізнес розділився на кілька угруповань. Зокрема, опортуністська група бізнесменів вважає СВБ частиною PR-стратегії, засобом покращення репутації. Представники іншої групи вбачають в інституті соціальної відповідальності можливість долучитися до розвитку України, що можна вважати волонтаристським вибором, утвореним високоморальними цінностями власників та управлінців компаній. Часто зустрічаються компанії, які ототожнюють соціально відповідальну поведінку з дотриманням норм права та відхиляють глибоке її сприйняття з різноманітністю форм соціально відповідальних ініціатив [5].

На наше переконання, всі українські компанії можна поділити на 3 типи за ставленням до СВБ:

1. Соціально відповідальна діяльність стає обов'язковою компонентою здійснення бізнесу та певними заходами підтверджується її користь для суспільства, регіону й власної конкурентоспроможності.
2. Соціалізація обмежується правовою відповідальністю у зв'язку з відносною закритістю до зовнішнього середовища.
3. Поняття СВБ залишається невідомим або незрозумілим, тому його прояви у бізнес-діяльності повністю відсутні.

Процес формування інституту соціальної відповідальності вніс корективи у прояви соціальної відповідальності бізнесу. Традиційно виділяють 4 напрями розвитку СВБ, які чітко виражені на вітчизняних теренах та відображені на рисунку 1.

**Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах**



**Рисунок 1.** Напрями здійснення соціально відповідальних ініціатив в Україні

**Figure 1.** Directions of social responsibility initiatives realization in Ukraine

*Примітка:* сформовано на основі джерела [6]

Варто відзначити, що деякі традиційні для розвинених країн форми соціальної відповідальності не часто використовуються національними компаніями, зокрема:

- поділ споживачів за культурною специфікою;
- соціальне маркування продукції;
- повне інформування про якість та безпеку продукції;
- оцінювання життєвого циклу продукту.

При цьому низка мотиваційних факторів ведення СВБ все ж притаманна для українських підприємств, що відображено у таблиці 1.

**Таблиця 1**

Мотиваційні фактори ведення соціально відповідальної діяльності українськими підприємствами

**Table 1**

Motivational factors of social responsibility activities implementation on Ukrainian enterprises

№ з/п	Назва фактора	Зміст фактора
1	Позитивна репутація	Створення іміджу відповідальної компанії (важливо для підприємств, які виходять на міжнародні ринки), маркетингові переваги
2	Власні переконання	Соціальні ініціативи, сформовані морально-етичними якостями власників, головних акціонерів
3	Розширення ринків	Вихід на ринки, які закриті для компаній без власної стратегії СВБ
4	Доступ до дешевих кредитних ресурсів	Міжнародні фінансові організації видають кредити тільки соціально відповідальним компаніям для розвитку бізнесу
5	Зростання капіталізації	Соціально відповідальна діяльність робить компанію привабливішою для інвесторів

*Примітка:* сформовано автором на основі джерела [7]

## Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах

Різноманіття причин здійснення соціально відповідальних ініціатив українськими компаніями групують соціально відповідальну діяльність у чотири форми, що відображено на рисунку 2.

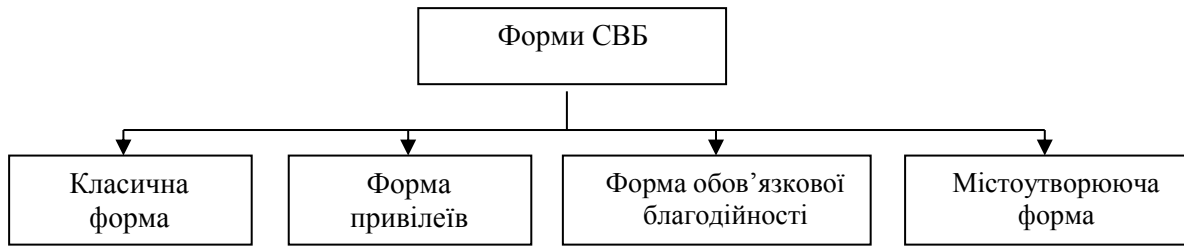


Рисунок 2. Форми соціально відповідальної діяльності

Figure 2. Forms of social responsibility activities

Примітка: сформовано на основі джерела [8]

**Перша форма** – класична, орієнтована на соціальне партнерство. Класична форма властива переважно міжнародним компаніям, які не обмежені українським ринком. Відповідно до закордонних критеріїв, дотримання соціально відповідальної політики є важливою умовою успішного ведення бізнесу.

**Друга форма** – отримання преференцій. Йдеться про отримання від держави привілеїв (отримання вигідних державних замовлень, державних субсидій, податкових пільг). Це неформальні угоди з владою про обмін соціальною відповідальністю на доступ до інфраструктури, фінансів. Важливий ефект від такої форми – прихильність органів влади.

**Третя форма** – обов'язкова благодійність, що не є добровільною за своїм характером. Органи влади змушують компанії здійснювати соціально відповідальні дії для втримання своєї легітимності. Соціальна відповідальність у цій формі, як і в попередній, є частиною неформальних домовленостей з органами влади про співпрацю для зниження соціальної напруги регіону. Підприємці стають управлінською елітою свого регіону або країни, вирішуючи соціальні проблеми.

**Четверта форма** – містоутворююча. Соціально відповідальна діяльність містоутворюючих компаній спрямована на комплексний розвиток території бізнесу для досягнення довготривалої стабільності. Підприємства мають розширене розуміння своєї соціальної відповідальності, яка характеризується організованістю та системністю.

Обмеженість ресурсів, а часто і відсутність бажання, сповільнюють становлення інституту соціальної відповідальності українського бізнесу. Великою перешкодою на шляху до гармонійного розвитку системи соціальної відповідальності є залишки радянської системи соціального забезпечення, які вже давно є нежиттєздатними та не задовольняють ринкові відносини [9, с. 98].

Результати соціологічних досліджень [10] виокремлюють бар'єри утвердження інституту соціальної відповідальності в діяльності українських компаній:

- незавершеність нормативно-правової бази регулювання СВБ;
- відсутність незалежного оцінювання результатів здійснення соціальних заходів;
- відсутність стандартів якості підготовки фахівців з соціальної відповідальності і, як наслідок, недостатня кількість кваліфікованих фахівців;
- недосконалість системи морального та економічного заохочення;
- модифікація умов ведення бізнесу, що знижує активність підприємницької діяльності;
- нестача фінансових ресурсів.

Напрямок та швидкість становлення інституту соціальної відповідальності вітчизняних компаній залежать від ряду факторів: «тіньової» зайнятості, прибутковості бізнесу, думки громадськості та органів влади, досвіду соціалізації бізнесу, приховування реальних прибутків, соціально-економічного стану країни, відсутності інституційної підтримки, моральних переконань представників бізнесу, наявності історичної та культурної спадщини.

Зазначені фактори у поєднанні з проблемами розвитку СВБ формують національні відмінності соціально відповідальних ініціатив бізнесу. Особливості соціальної відповідальності бізнесу в Україні описані, зокрема, у працях І.Ф. Комарницького та З.І. Галушки [11]:

1. Комплекс роздержавлених споруд соціальної інфраструктури: дитячі садочки, будинки відпочинку тощо, які не використовувалися за призначенням, знаходяться в поганому стані, потребують реконструкції і, відповідно, фінансування.

2. Здійснення соціально відповідальної діяльності стикається з проблемою обмеженості коштів на її реалізацію. Збитковість чи низька прибутковість є непереможною причиною економії на соціальних програмах, які в короткотривалому періоді є витратними.

3. Найвища ефективність від СВБ досягається виваженими управлінськими рішеннями та державним регулюванням. Україна на її сучасному етапі розвитку вражає своєю нединамічністю та стихійністю розвитку СВБ.

Інтерес суспільства до виокремлення національних ознак СВБ вже сформувався, однак українська економіка ще не досягла рівня розвитку, за якого першочергове значення мають принципи соціальної відповідальності бізнесу.

Вважаємо, що для подальшого гармонійного розвитку СВБ на макрорівні необхідно:

- впровадити та дотримуватися Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності;
- здійснювати просвітницькі заходи для підвищення обізнаності бізнесових кіл щодо питань соціальної відповідальності;
- розповсюджувати інформацію, що спонукатиме до ведення відповідального бізнесу.

На мікрорівні потрібно:

- пропонувати введення посади спеціаліста з СВБ;
- виділяти кошти на соціально відповідальні заходи.

На сучасному етапі в Україні відсутня національна модель здійснення соціальної відповідальності. Проте останніми роками науковці все більше наголошують на необхідності її розроблення та запровадження в Україні, що покращить міжнародний імідж Української держави, підтвердить прагнення відповідати актуальним світовим тенденціям, залучатися до вирішення проблем суспільства та довкілля. Це узгодить інтереси влади і компаній, їх діалог відбуватиметься на засадах стратегічного партнерства, а СВБ проводитиметься в рамках стратегії компанії.

Не потребує додаткових доказів твердження, що розробити уніфіковану модель соціальної відповідальності, яка б відповідала особливостям та потребам усіх типів компаній, дуже складно. На концепцію соціальної відповідальності окремо взятої компанії впливають вид діяльності, місце розташування, фінансовий стан, моральні якості керівництва тощо.

Логічним є переймання досвіду розвинених країн, закладеного у міжнародних стандартах соціальної відповідальності. Подібна практика дозволяє оцінити стан організацій на зовнішньому ринку. Інститут соціальної відповідальності має свої характерні риси у різних країнах світу. Саме тому, поряд з використанням зарубіжного

**Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах**

досвіду, необхідно враховувати особливості української економіки, оскільки кожна з відомих людству моделей СВБ в їх чистому вигляді не підходить для української економіки.

СВБ залежить від державної політики держави та очікувань громадськості, сформованих національними історико-культурними надбаннями. В основі світових моделей СВБ лежить варіація точок зору щодо реалізації принципів СВБ. Сьогодні найвідомішими світовій спільноті моделями СВБ є американська, європейська або континентальна, японська (азійська) та змішана модель (корпоративна). Всі моделі, а також національна модель, повною мірою відображають суспільно-економічний устрій країни-представника, що наведено у таблиці 2.

**Таблиця 2**

Характеристика світових та національної моделей СВБ

**Table 2**

Characteristics of world and national models of business social responsibility

№ з/п	Назва моделі СВБ	Характеристика моделі
1	<b>Американська модель</b>	Високий ступінь співробітництва з державою; розвинена філантропія, використання принципів прецедентного права; низька роль держави в регулюванні процесів КСВ (компанія самостійно визначає рівень впливу на вирішення суспільних проблем); етичність відносин зі стейкхолдерами як засіб задоволення інтересів власників, повна добровільність впровадження КСВ
2	<b>Європейська модель</b>	Низький ступінь співробітництва з державою; КСВ формалізується у вигляді стратегії; сфера застосування обмежується цінностями та стратегією; значне державне регулювання впровадження СВ, перелік соціальних програм закріплений на законодавчому рівні; однакове ставлення до всіх зацікавлених осіб; обов'язковість ведення соціальної звітності; участь у ГД ООН
3	<b>Азійська (японська) модель</b>	Низький ступінь співробітництва з державою; орієнтація на культурні традиції; регулюється внутрішніми корпоративними директивами; всі працівники утворюють «виробничу сім'ю»; компанія підтримує їх на всьому життєвому шляху; колективний вид відповідальності; значне державне регулювання впровадження СВ; участь у ГД ООН
4	<b>Національна модель</b>	Низький ступінь співробітництва з державою; повна добровільність упровадження КСВ; індивідуальний вид відповідальності; низький рівень впровадження; тісний зв'язок із соціальними проектами; добровільність ведення соціальної звітності; участь у ГД ООН

*Примітка:* сформовано на основі джерела [12]

Обираючи риси моделей соціальної відповідальності, які варто використати при формуванні національної моделі СВБ, необхідно виходити з подібності сучасної економічної ситуації в Україні до становища в країнах, в яких дані моделі функціонують.

Сформуванню національної моделі можна лише у випадку, якщо вдало скомбінувати переваги найбільш адаптованих до українського суспільства світових моделей СВБ.

Проаналізувавши міжнародний досвід ведення СВБ та співпрацю органів влади із українськими компаніями, особливостями національної моделі СВБ вважаємо такі:

1. Велика роль держави у формуванні й розвитку системи соціальної відповідальності (спадок з радянських часів).
2. Примусовість здійснення бізнесом соціально відповідальних дій.
3. Відсутність чітких принципів та процедур внутрішньої та зовнішньої соціальної політики.
4. Коригування форм соціально відповідальної діяльності відповідно до особистих інтересів керівника, що закріплює його роль у громаді.
5. Висока залежність форм соціальної відповідальності від ефективності та крайньої необхідності такої діяльності.
6. Готовність компаній дотримуватися чітких поведінкових рамок стосовно соціальної відповідальності, що диктовані державою.
7. Завищена роль особистості керівника та власника, суб'єктивна залежність персоналу від управлінців.

**Висновки.** Поширення в країні СВБ залежить від стратегічного розуміння учасниками соціального процесу взаємозалежності економічної та соціальної політики.

Мотиваційні фактори ведення СВБ мають тенденцію до зростання, тож можна стверджувати, що рівень реалізації заходів з соціальної відповідальності в Україні буде зростати й надалі. Подальше утвердження інституту соціальної відповідальності є невідкладним завданням на шляху до сталого розвитку України і, як наслідок, до формування вітчизняної моделі СВБ.

При цьому впровадження моделі СВБ відбувається в особливих умовах, тому копіювання та повне наслідування досвіду розвинених країн приречене на невдачу.

На наше глибоке переконання, українська модель соціальної відповідальності повинна формуватися на основі трьох складових: 1) культурно-історичної спадщини; 2) соціально-економічного та політичного стану країни; 3) потреб усіх зацікавлених сторін.

**Conclusions.** The spread of SRB within a country depends on strategic understanding of interdependence of economic and social policy by the participants of social process.

Motivational factors of SRB have tended to increase, so it can be affirmed that the level of social responsibility activities implementation in Ukraine will continue to grow.

The further strengthening of the Institute of social responsibility is imperative towards to sustainable development of Ukraine and as a result the formation of national model of SRB.

SRB model implementation occurs in special conditions, that's why copying and complete imitation of developed countries' experience is doomed to failure of.

We are convinced that Ukrainian model of social responsibility should be formed and based on three components: 1) cultural and historical heritage; 2) social, economic and political situation in the country; 3) needs of all stakeholders.

#### **Використана література**

1. Социальная ответственность: Отчёт за 2010 год: программы и направления развития корпоративной социальной ответственности «Киевстар», цифры и факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.kyivstar.ua/ru/press\\_center/responsibility](http://www.kyivstar.ua/ru/press_center/responsibility)
2. Наше бачення майбутнього: Фонд Віктора Пінчука [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pinchukfund.org/ua/about\\_fund/activity/?clear\\_cache=Y](http://pinchukfund.org/ua/about_fund/activity/?clear_cache=Y)
3. О компании «Сандора»: Социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sandora.ua/index.php?id=26>
4. Міжнародний сайт ГД ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unglobalcompact.org./participants/search>



5. Практики КСВ в Україні 2012 [Текст] / за ред. М.А. Саприкіної; Центр «Розвиток КСВ». – К., 2012. – 126 с.
6. Петрушенко, Ю.Н. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності [Текст] / Ю.Н. Петрушенко, О.В. Дудкін // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 37 – 3. – С. 25 – 30.
7. Сайт Спільноти СВБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svb.org.ua>
8. Головінов, О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми [Електронний ресурс] / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2. – С. 187 – 192. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd\\_2014\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2014_2_29)
9. Петрушенко, Ю.Н. Особенности реализации концепции социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве Украины [Текст] / Ю.Н. Петрушенко // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2013. – № 1, Т. 5. – С. 92 – 107.
10. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь [Текст] / за загальною редакцією В.М. Гейця, А.І. Даниленка, М.Г. Жулинського, Е.М. Лібанової, О.С. Онищенко. – К.: НВЦ НБУВ. – 2009. – 687 с.
11. Комарницький, І.Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством [Електронний ресурс] / І.Ф. Комарницький, З.І. Галушка. – Режим доступу: [http://zbirduk.bukuniver.edu.ua/ed\\_work/n\\_6/7.pdf](http://zbirduk.bukuniver.edu.ua/ed_work/n_6/7.pdf).
12. Ласукова, А.С. Порівняльний аналіз моделей корпоративної соціальної відповідальності в банках світу [Текст] / А.С. Ласукова // Вісник Запорізького нац. університету: Економічні науки. – 2012. – № 3 (15). – С. 181 – 188.

Отримано 22.07.2016

**УДК 331.5**

**Людмила АРТЕМЕНКО**

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: НАУКОВІ ПІДХОДИ ТА СТАН ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ**

***Резюме.** Світові зміни в інформаційно-інноваційних процесах та інтелектуалізація праці внесли корективи в структурні елементи та механізм відтворення людського капіталу, що зумовило необхідність формування нової парадигми розвитку. В сучасній економічній літературі людський капітал розглядається як фундаментальна категорія, основна рушійна сила розвитку суспільства, а визначальним критерієм його ефективності стає спроможність генерувати нові знання. Також він має двоїсту природу: розглядається як об'єкт інвестування з відповідними результатами віддачі на капітал, і як ресурс із комплексом фізіологічних, психологічних та соціальних властивостей. Це зумовлює ключові особливості людського капіталу. Тому трансформація суспільства передбачає раціональне формування та управління цим активом, де висококваліфікована праця буде стратегічним напрямом національної економіки і забезпечить вищі щаблі соціально-економічного розвитку.*

***Ключові слова:** людський капітал, структурні елементи, рівні інвестування у людський капітал, здібності людини, негативні тенденції у відтворенні людського капіталу.*

**Liudmyla ARTEMENKO**

## **HUMAN CAPITAL: SCIENTIFIC APPROACHES AND STATUS OF FORMATION IN UKRAINE**

***Summary.** Global changes in the informational and innovational processes, as well as intellectualization of labor, brought about changes to structural elements and ways that the human capital reproduces. It introduced urgency to form new development paradigm. Modern economic literature considers human capital as a fundamental category, the major moving force of society development and key criteria of its efficiency are the ability to generate new knowledge. It also has bilateral nature – on one hand, it is seen as an object for investment with specific returns on capital, on the contrary – resource with the combination of physiological,*