

СЕКЦІЯ 4

Економіка сучасної України: проблеми соціальної відповідальності.

Артёмова Т.І., д-р. екон. наук, доц.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ФІРМА ЯК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ СУБ'ЄКТ

Ринкова трансформація системи суспільного господарства України в контексті європейської інтеграції передбачає становлення відповідної сучасним вимогам сукупності інститутів і досягнення певних соціально-економічних стандартів. Однією з найважливіших міжнародних ініціатив у сфері гармонізації функціонування сучасного громадянського суспільства є концепція соціальної відповідальності організації. У сучасному економіко-правовому лексиконі поняття «соціальна відповідальність організації» отожднюється переважно з соціальною відповідальністю бізнесу; а основним суб'єктом бізнесу є фірма. Тобто, саме фірма є ключовим соціально відповідальним суб'єктом на макрорівні господарювання, зумовлюючи соціалізацію економічних відносин у межах усього суспільства.

Тим часом, у науковій літературі поняття фірми сьогодні залишається невизначеним, а її природа малодослідженою. Системний аналіз соціально-економічної природи фірми, розпочатий представниками неокласичного і не-оінституціонального напрямів в економічній науці, не завершений. Такий стан справ зумовлює не просто методологічні перешкоди для формування загальної теорії фірми, але ускладнює процес прийняття ефективних і соціально відповідальних управлінських рішень в економіці. У контексті нормативно-правових відносин й регулювання в Україні суб'єктом господарювання до сих пір залишається не фірма, а підприємство, що стримує становлення тут моделі ефективної і соціально відповідальної ринкової економіки. Вищесказане зумовлює актуальність дослідження природи фірми як соціально відповідального економічного суб'єкта.

Поняття «фірма» є збірним, міжнародним; воно веде своє походження від німецького слова *firma* – підприємство; від латинських слів *firmus* – міцний, сильний і *firmare* – зовнішній вигляд (форма), прикриття, привід для чого-небудь; від італійського слова *firmare* – підписувати, закріплювати (підтверджувати) підписом. В цілому фірма, з одного боку, виступає різновидом підприємства (об'єднання підприємств), з іншого – його ім'ям (фірмовим найменуванням) як ділового суб'єкта власності. Багатомисленою є і категорія природи. Розрізняють природу в первинному, власному розумінні – ество,

фізичну природу і природу як створену людиною сукупність умов власного існування. Друга – етична (від грецької: *норов*, характер, звичка) – природа («звичка – друга натура») нерозривно пов’язана з культурними, моральними цінностями, які відображають благоспрямованість господарського буття. За своєю суттю вона є трансформуючою, або інститутом.

Крім того, фірма в класичному її розумінні є не просто економічною організацією (хоча це найважливіша її сутнісна характеристика), але інституціональним суб’єктом. У цьому контексті положення фірми виявляється двоїстим. З одного боку, вона як господарююча організація, що спроможна впізнати себе, здатна сформувати сукупність нормативних цінностей для утворюючих її суб’єктів і транслювати ці ціннісні настанови в навколишнє буття, на макро- і, навіть на глобальний, рівні господарювання. З іншого боку, фірма схильна змінюватися під впливом суспільних правил і норм, трансформуючи їх в систему корпоративних цінностей і адаптуючи до умов реалізації власних цілей. Тому фірму можна трактувати як економічно і юридично автономного інституційного суб’єкта, що здійснює господарську діяльність на основі внутрішніх самоочевидних етичних принципів, на відміну від гетерогенного підприємства як майнового комплексу, що має технологічну і виробничу завершеність, але підкорюється у своїй діяльності зовнішнім, чужим йому законам і правилам.

Як організаційно-економічне утворення фірма демонструє особливе переплетення ринкових і контрактних засад, сукупність неринкових відносин в ринковій економіці та ринкових відносин всередині планової системи, щільну взаємодію між суб’єктами, наділеними (і розділеними) різними повноваженнями.

Таким чином, фірма є інституційним суб’єктом, економічно і юридично самостійною господарюючою одиницею, яка під своїм ім’ям об’єднує сукупність функціонально орієнтованих індивідів, що управляється спільними угодами або ієрархічною системою менеджменту. Як автономний інституційний суб’єкт фірма схильна до самоідентифікації і упізнання власної місії; наділена двоїстою (економічною і соціальною) природою і здатна здійснити її модифікацію; є відкритою економічною системою. Здійснюючи інституційну модифікацію власної природи, фірма прагне гармонійно пов’язати відносини економічної ефективності і соціальної відповідальності і транслює зазначену гармонію на макрорівень економіки, в буття інституційної архітекτονіки, тобто є джерелом благоспрямованої господарської діяльності.

Таке бачення фірми сполучається з традиціями класичної школи, свого часу успадкованими і проясненими А. Маршаллом. Відповідно до його концепції, підприємець як суб’єкт ділової фірми закономірно наділений двома властивостями: з одного боку, він є одержувачем прибутку, з іншого – організатором і керівником колективу однодумців. При цьому подвійна природа підприємницької діяльності зумовлена двоїстим характером процесу госпо-

дарської діяльності взагалі. А саме: у той час як продуктивність природи в процесі виробництва виявляє тенденцію до спадання, діяльність людини обумовлює тенденцію зростання віддачі. Коли ж дія законів зростаючої та спадної віддачі врівноважується, виникає закон постійної віддачі, в силу якого збільшення обсягу витрат праці та інших витрат веде до пропорційного збільшення обсягу продукції. Пізнати й гармонізувати подвійність процесу господарювання на підприємницькому рівні здатний адекватний суб'єкт, а саме – фірма як ціннісно орієнтована інституційна організація.

Історично становлення феномена фірми як основного господарюючого суб'єкта економіки відбувається внаслідок поділу прав власності та управління на підприємстві, тобто одночасно із становленням інституту менеджменту. В результаті фабрика як об'єкт докладання капіталу трансформується в економічно ефективного і соціально відповідального автономного інституційного суб'єкта, який, в свою чергу, перетворює сукупність капіталістичних відносин в систему соціальної ринкової економіки.

Втім, вже в першій половині ХХ ст. економічна наука стала втрачати зв'язок з класичними традиціями, відновленими Маршаллом. У міру формування і зміцнення в західній економічній науці позицій моделі неокласичного синтезу теорія фірми зливалася з теорією ринків, ставала все більш формалізованою (математизованою). Вихолощування соціально-економічної природи фірми призвело до спрощеного трактування останньої як механічного прагматичного суб'єкта, який згодом і зовсім перетворився на юридичну фікцію, на монолітний об'єкт ринкового простору, що у своєму русі відтворює механізм виробничої функції. Характерно, що вихолощення організаційної складової теорії фірми в економічній науці відбувалося одночасно з відходом від теорії вартості, ігноруванням ціннісної платформи економічних відносин в цілому. Проте, саме ціннісна серцевина організаційно-економічних відносин перетворює фірму в інституційного суб'єкта, який активно і благоспрямовано перетворює дійсність.

Спробу розімкнути просторові межі фірми, окреслені теорією неокласичного синтезу, зробили представники інституціональних підходів в особі Р. Коуза, О. Уільямсона, Г. Демсеця та інших авторів. Втім, справжнього відновлення класичних витоків теорії фірми в концепціях нового інституціоналізму не відбулося. Предметом аналізу тут є переважно неекономічні чинники: контракти, ієрархія, управлінські та владні структури, які в сукупності утворюють внутрішнє фірмове інституційне середовище, що створює нову вартість. Крім того, ціннісна роз'єднаність інституційних програм породила величезне різноманіття підходів до вивчення фірми, а разом з тим і розмивання уявлень про загальний образ досліджуваного предмета.

Недостатня дослідницька потенція економічної науки на практиці зумовила посилення тенденцій економічної ефективності, кумулятивність процесів капіталізації за рахунок звуження сфери відносин соціальної відповіда-

льності та соціальної справедливості. Трансляція моделі поведінки економічних суб'єктів на макрорівень господарювання сприяла реставрації капіталістичних відносин, зумовила наростання диспропорцій в економіці. Розгортання глобальної фінансово-економічної кризи підтвердило, що надмірний крен в бік капіталізації робить господарську систему вкрай неврівноваженою, підриває засади довіри в економіці, формує пастку звуженого відтворення. Відновити втрачену економічну рівновагу як платформу розбудови гармонійної інституційної архітектоники можливо за допомогою прояснення соціально-економічної природи фірми як діяльного суб'єкта, здатного упізнати єдність відносин граничної корисності, вартості і ціни (економічної цінності), економічної ефективності і соціальної відповідальності і транслює її на всі рівні суспільного господарювання.

Література:

1. Артемова Т. И. *Стоимость и цена: логико-исторический процесс формирования* / Т. И. Артемова. – К. : Основа, 2006.
2. Артемова Т.И. *Социально-экономическая природа фирмы : сущность и условия модификации в информационном обществе* / Т.И. Артемова, О.Г. Морозова. – Херсон : Гринь Д.С., 2014.
3. Горняк О.В. *Концептуальні підходи до аналізу меж сучасної фірми* / О.В. Горняк, Л.Х. Доленко // *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*. – Т.13. – Вип.15. Економіка. – 2008. – С.10–20.
4. Дементьев В.Е. *Роль фирм разных размеров на отдельных фазах длинной волны* / В.Е. Дементьев // *Экономика и математические методы*. – 2012. – №4. – С. 33–46.
5. Маршалл А. *Принципы экономической науки : в 3-х т.* / А. Маршалл / Пер. с англ. – М. : Изд. группа «Прогресс», 1993.
6. *Природа фирмы* / О.И. Уильямсон, С.Дж. Уинтер (ред.) / Пер. с англ. – М. : Дело, 2001.
7. Розанова Н.М. *Экономическая теория фирмы* / Н.М. Розанова. – М. : Экономика, 2009.
8. Сторчевой М. *Экономическая теория фирмы : систематизация* / М. Сторчевой // *Вопросы экономики*. – 2012. – № 9. – С. 41–66.

Прямухіна Н.В., д-р. екон. наук, проф.
Вінницький національний аграрний університет

НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Розвиток аграрного підприємництва є одним із головних чинників ефективного інтегрування України до міжнародної економічної спільноти, яка нині функціонує в умовах відкритої трансформаційної економічної системи. Важливим є розвиток усіх типів і розмірів сільськогосподарських підприємств, хоча малому підприємству у розбудові вітчизняного аграрного сек-