

СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 005.35:658.014.1

Кучмєєв О.О.*кандидат психологічних наук,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Інституту економіки та менеджменту**Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»*

СУТНІСТЬ І ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті узагальнено науковий досвід формування системи соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовано наукові підходи до розуміння соціальної відповідальності бізнесу, її види та рівні, прояв у бізнесі з урахуванням міжнародного досвіду. Доповнено та уточнено понятійний апарат з цієї тематики. Визначено пріоритетні напрямки розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, види, рівні, бізнес.

Кучмеев А.А. СУТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В статье обобщен научный опыт формирования системы социальной ответственности бизнеса. Проанализированы научные подходы к пониманию социальной ответственности бизнеса, ее виды и уровни, проявление в бизнесе с учетом международного опыта. Дополнен и уточнен понятийный аппарат по этой тематике. Определены приоритетные направления развития социальной ответственности бизнеса в Украине.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, виды, уровни, бизнес.

Kuchmyeyev O.O. NATURE AND CHARACTERISTICS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

The article summarizes the research experience of the formation of social responsibility. Analysis of scientific approaches to understanding of CSR, its types and levels of expression in the business of international experience. Supplemented and clarified the conceptual apparatus of the subject. Determined the priority directions of social responsibility in Ukraine.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility types, levels, business.

Постановка проблеми. Останнім часом в Україні серйозно заговорили про соціальну відповідальність бізнесу, тобто про політику участі бізнес-структур у житті суспільства, вирішенні соціальних проектів. Якщо в розвинених країнах уже давно активно здійснюється концепція соціальної відповідальності бізнесу, то в Україні в цьому напрямку робляться перші кроки. З огляду на те, що сьогодні експерти прогнозують, що посткризовий світ буде більшою мірою соціально відповідальним, спосіб подолання кризи з «орієнтацією на перспективу» можливий лише через подальшу соціалізацію бізнесу.

У зв'язку з цим дослідження питання щодо сутності та характеристики соціальної відповідальності бізнесу вважається винятково важливим, оскільки в Україні на відміну від економіки західних країн недостатньо розвинений інститут корпоративної і персональної відповідальності. Крім того, усебічне теоретичне обґрунтування та практичне застосування засад соціальної відповідальності бізнесу забезпечить сталий розвиток економіки країни із застосуванням принципово нових методів взаємодії бізнесу та соціуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти соціальної відповідальності бізнесу в Україні розглядали у своїх роботах такі вітчизняні учені: Амосов С.О. [1], Белявська К.С. [2], Дунаєв І.В. [6], Полякова О.М. [10], Стецик А.Р. [12] та ін. Значну увагу питанням соціальної відповідальності бізнесу приділяли зарубіжні вчені: Л. Майлс, Д. Ментл, Р. Мартін, Ф. Котлер, Р. Олсон та ін. У наукових роботах вітчизняних і зарубіжних дослідників визна-

чається, що соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У науковій літературі, присвяченій порушеній проблематиці, поряд з терміном «соціальна відповідальність бізнесу» вживаються також визначення «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна добросовісність», «корпоративна соціальна сприятливість», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство». Дані визначення відображають і стосуються різних рівнів соціальної відповідальності, характеризуючи еволюцію цього поняття та розширення його меж. Однак відсутність єдиного підходу до тлумачення сутності соціальної відповідальності бізнесу та її складових є однією з найсуттєвіших проблем, що перешкоджає ефективній імплантації її принципів у бізнес-практику підприємств.

Мета статті полягає в аналізі наукових підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу, її видів і рівнів з урахуванням міжнародного досвіду. Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення таких завдань:

- узагальнення наукового досвіду формування системи соціальної відповідальності бізнесу, доповнення та уточнення понятійного апарату з цієї тематики;

- обґрунтування сутності соціальної відповідальності бізнесу;
- обґрунтування рівнів соціальної відповідальності бізнесу;
- визначення пріоритетних напрямків розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У роботах [1; 3; 5] висловлюється думка, що соціальна відповідальність – це одна з основних частин механізму управління суспільними процесами, що характеризує взаємну відповідальність суб'єктів і об'єктів соціального управління. Не тільки індивіди й соціальні групи відповідають за власну діяльність перед суспільством, але й суспільство, держава несуть відповідальність за забезпечення нормальних умов, прав і свобод для життєдіяльності людей [3; 7; 8; 10].

Світові вчені під соціальною відповідальністю розуміють категорію, за допомогою якої оцінюється спосіб життя, дії людини, соціальної групи. Це відповідальність ретроспективна. Суб'єкт-особистість, група і навіть суспільство відповідають за власні дії (у тому числі за проступок). Відповідальність тут виявляється, по-перше, як система соціальної підзвітності, по-друге, як санкція за дії, що суперечать з інтересами спільноти. Санкція може бути економічною, правовою, моральною. Тобто можна говорити про такі підвиди соціальної відповідальності, як фінансова, адміністративно-дисциплінарна, матеріально-правова, цивільно-правова, кримінальна тощо.

Основними видами соціальної відповідальності можна назвати:

- відповідальність суспільства за створення умов для розвитку кожної людини, за те, щоб кожна особистість мала реальну можливість вільного вибору у всіх сферах своєї життєдіяльності;
- відповідальність тих чи інших соціальних підсистем, соціальних інститутів за стан і розвиток інших підсистем суспільства всіх соціальних верств і груп, індивідів, суспільства загалом;
- відповідальність у стосунках людей, зумовлена правилами людського співжиття, відповідальність за родину, за долю старших і молодших поколінь;
- відповідальність кожної людини і всіх соціальних груп за долю трудової організації, своєї країни, нації а за розвиток міжнаціональних відносин;
- відповідальність за майбутнє, за долю людства і реалізацію ідеалів суспільного прогресу.

Усвідомлення особистістю, соціальними групами, суспільством загалом відповідальності за майбутнє – необхідний етап у розвитку соціальних відносин. Є всі підстави стверджувати, що ступінь розвитку перерахованих видів соціальної відповідальності характеризує рівень цивілізованості суспільства, його здатність і готовність розвиватись у руслі світового глобалізаційного процесу.

У двох основних підсистем соціальної відповідальності є спільний елемент – особистісна соціальна відповідальність, що характеризує здатність людини передбачати результати своєї діяльності і відповідати за неї.

Відповідальність соціальної групи, трудової організації, різних соціальних спільнот суспільства залежить від того, наскільки розвинена соціальна відповідальність кожного (без винятку) громадянина, наскільки забезпечені його права і свободи

Для особистості соціальна відповідальність – це ступінь свободи і форма прояву необхідності. Немає свободи вибору, а отже, немає відповідальності за результати дії чи їх відсутність. Без вибору немає відповідальності, а без відповідальності немає свободи. У

зв'язку з цим особливою важливістю набуває проблема розвитку правової держави, розширення демократії, становлення громадянського суспільства [8].

Інформаційні джерела дають можливість говорити про зовнішній і внутрішній боки соціальної відповідальності бізнесу. Зовнішня (екзогенна) відповідальність виявляється у взаємних зобов'язаннях суспільства (держави) і бізнесу та у взаєминах конкретної бізнес-структури з іншими виробничими організаціями (комерційними і некомерційними). Внутрішня (ендогенна) відповідальність – це відповідальність роботодавців перед працівниками в питаннях дотримання режимів праці та відпочинку, своєчасній виплаті заробітної плати, надання пільг і компенсацій, розподілу прибутку, участі в управлінні тощо, а також відповідальність працівників за вирішення економічних проблем компанії і завдань, які вона зобов'язана виконувати в суспільстві [10].

Нині відомі три погляди на концепцію соціальної відповідальності бізнесу [1; 13]:

- теорія «корпоративного егоїзму» стверджує, що єдина відповідальність бізнесу – збільшення прибутків для своїх акціонерів;
- теорія «корпоративного альтруїзму» – протилежна попередній, визначаючи, що підприємство має робити внесок у покращання добробуту населення;
- теорія «розумного егоїзму» базується на тому, що бізнес, витрачаючи гроші на благодійність, забезпечує імідж компанії, а це сприяє її виживанню, безпеці, стійкості. Тим самим він створює сприятливе соціальне середовище і забезпечує стійкий прибуток.

Усі види соціальної відповідальності мають рівневу структуру, кожен рівень характеризується певним змістом. Вищий рівень зовнішньої і внутрішньої відповідальності розглядають як взаємні зобов'язання суб'єктів, засновані не тільки на правових та організаційних вимогах, але й на усвідомленні необхідності їх дотримання, відповідальному ставленні до своїх громадянських обов'язків. Необхідно підкреслити взаємозв'язок і взаємозалежність обох сторін відповідальності, їх видів і проявів, адже у суспільних відносинах не може бути односторонньої відповідальності.

Не можна говорити тільки про відповідальність бізнес-структур перед суспільством чи обмежитись вирішенням завдання виконання зобов'язань роботодавців перед працівниками, не порушуючи питання про відповідальне ставлення працівників до своїх обов'язків.

Існує декілька теорій щодо поділу соціальної відповідальності на рівні. Згідно з однією з них, соціальна відповідальність поділяється на три рівні:

- I рівень стосується взаємин з державою і проявляється у повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань;
- II рівень – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом;
- III рівень – взаємодія із суспільством.

Комплексність окресленої проблеми зумовлює безліч підходів до вирішення цього питання, але в них є спільна основа: соціальна відповідальність бізнесу передбачає те, як підприємства керують комерційною діяльністю для створення загального позитивного впливу на суспільство. За даними сучасних досліджень, українські бізнес-структури мають дотримуватись міжнародних норм (правових, суспільних, екологічних), що передбачає необхідність запровадження стандартів, які регулюють й питання впливу на екологію: ДСТУ ISO 9001-2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22000:2007 (Системи

управління безпекою продуктів харчування), ДСТУ ISO 14001:2006 (Системи екологічного управління), ДСТУ-П OHSAS 18001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці) [13].

Узагальнююча характеристика рівнів має, на нашу думку, наступний вигляд:

- базовий рівень соціальної відповідальності – концепція економічної відповідальності, або економічно-правова відповідальність;

- середній рівень – концепція стейкхолдерів (зацікавлених сторін), або етична відповідальність;

- високий рівень – концепція обов'язків А. Керола, або філантропічна відповідальність [3].

Крім того, сучасні дослідження вказують, що соціальна відповідальність підприємства відображає соціальний характер взаємовідносин між підприємством і його групами впливу і проявляється в балансі соціальних інтересів сторін.

Отже, необхідність створення взаємодії бізнесу та суспільства і поширення ідей соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлює низка причин:

- загальне скорочення тривалості життя населення та його старіння;

- великий обсяг від'їзду кваліфікованих кадрів за межі країни;

- надмірна диференціація доходів, майнове розшарування та зубожіння значної частки населення;

- повільне вирішення проблеми бідності населення;

- високий рівень «тінізації» економіки та ринку праці;

- нерозвинена нормативно-законодавча база щодо благодійності, меценатства і спонсорства;

- недостатня участь бізнесу у вирішенні соціально значущих питань [12].

Ураховуючи вищевказане, можна порекомендувати підприємцю діяти як добропорядному «корпоративному громадянину» і водночас як моральній особистості, яка не примушена до етично орієнтованого способу життя винятково вимогами закону або ж міркуваннями здорового глузду.

Висновки. Майбутнє соціальної відповідальності бізнесу в Україні залежить від важливості соціальних питань для компаній. Посилення ролі держави в інноваційній сфері української економіки повинне бути націлене на підвищення ефективності державної інвестиційної політики при стимулюванні корпоративних інвестицій. Тільки за рахунок використання потужностей, що сьогодні простоюють, можна забезпечити зростання промислово-технічного виробництва.

Крім того, нам потрібно брати до уваги досвід від іноземних компаній, проте не забувати й про власні історичні традиції з метою підвищення ефективності програм і процесів усередині підприємства. Саме тоді, коли корпоративна соціальна відповідальність знайде позитивний відгук серед великих підприємств, можна буде говорити про поступовий розвиток концепції соціальної відповідальності у вітчизняних реаліях і розглядати цей процес механізмів як становлення національної інноваційної моделі економіки, яка б забезпечувала врахування та реалізацію інтересів великих корпоративно-відповідальних структур, держави та споживачів.

На сучасному етапі можна порекомендувати

перейти від колишньої монополії держави у сфері соціальної відповідальності до розподілу соціальної відповідальності між державою, власниками підприємств, компаній і корпорацій, організаціями працівників (профспілками) і різними неурядовими організаціями. Також поряд із зовнішньою соціальною відповідальністю необхідно формувати внутрішню соціальну відповідальність вітчизняного бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амосов С.О. Проблеми розвитку соціально-відповідального бізнесу / С.О. Амосов // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу : мат. II Міжнародної науково-практичної конференції (25 листопада 2014 р.) ; за заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х. : Магістр, 2014. – С. 120–122.
2. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісн. Хмельницьк. нац. ун-ту. – 2013. – № 1. – С. 228–233.
3. Вергун Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобальної фінансово-економічної кризи / Л.І. Вергун // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – 2013. – Вип. 23. – С. 165–170.
4. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н.Ю. Волосковець // Наук. праці КНТУ. Економічні науки. – 2013. – Вип. 17. – С. 125–131 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html.
5. Грицина Л.А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами» / Л.А. Грицина ; Хмельницьк. нац. ун-т. – Хмельницький, 2012. – 20 с.
6. Дунаєв І.В. Мотиваційні аспекти становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / І.В. Дунаєв, Н.І. Лелеха // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу : мат. II Міжнародної науково-практичної конференції (25 листопада 2010 р.) ; за заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х. : Магістр, 2014. – С. 144–146.
7. Єфіменко Т.І. Методичні підходи до формування системи показників соціальної відповідальності / Т.І. Єфіменко // Вісн. економіки і пром-ті. – 2012. – № 26. – С. 226–228.
8. Коваленко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки / О.В. Коваленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155>.
9. Мельник С.В. Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу / С.В. Мельник, Т.А. Тресвятська, Л.В. Будьонні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lir.lg.ua/shlahi.doc.
10. Полякова О.М. Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні / О.М. Полякова, П.Ю. Кас // Вісн. економіки трансп. і пром-ті. – 2014. – № 32. – С. 284–289.
11. Самофалова Т.О. Соціальна відповідальність бізнесу як об'єктивна категорія соціально-економічної системи / Т.О. Самофалова // Теорія та практ. держ. управління : зб. наук. праць. – Х. : Магістр, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kbuara.kharkov.ua/ebook/tpdu/2011-2/doc/2/11.pdf
12. Стецик А.Р. Теоретико-методологічні засади управління соціальною відповідальністю підприємництва в ринкових умовах / А.Р. Стецик // Наук. вісн. НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ, 2014. – Вип. 21.18. – С. 260–266.
13. Ткаченко Л.Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості / Л.Г. Ткаченко // Соціальна перспектива і регіональний розвиток: філософія, політика, соціологія : зб. наук. праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – № 1. – С. 64–70.