

УДК 334.78:338.45:303.01

М. Фурса

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ

Визначено теоретико-методологічні аспекти становлення соціальної відповідальності підприємств у сфері бізнесу як необхідної складової адаптації зарубіжного та вітчизняного досвіду для забезпечення сталого розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Проаналізовано взаємодію та зони відповідальності органів державного управління, бізнес-структур, профспілкових, громадських організацій та інших зацікавлених сторін. Окреслено актуальні теоретико-методологічні проблеми становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності в Україні.

Ключові слова: довіра, соціальна відповідальність підприємства, конкурентоспроможність підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, становлення соціальної відповідальності бізнесу, стандарт ISO 26 000: 2010 “Керівництво із соціальної відповідальності”, національна стратегія України з корпоративної соціальної відповідальності, організаційне управління, етика діяльності.

Одним із визначальних факторів сучасної як світової, так і української економічної дійсності став феномен довіри, який набув реального статусу ключової економічної категорії. Глобалізація економічних процесів, інтеграція національних бізнесів і економік у світову економічну систему, загострення конкуренції актуалізує питання довіри не тільки між суб'єктами економічної діяльності, але й іншими учасниками комплексу суспільних взаємодій, як то: органів публічної влади, інституцій громадянського суспільства та інших зацікавлених сторін. Засобом налагодження ефективних взаємодій між суспільними суб'єктами, механізмом формування довірливих відносин різними учасниками економічних, соціальних, гуманітарних процесів у теперішньому часі стає категорія соціальної відповідальності, яка набуває ознак системності, поступово вбудовуючись в усі суспільні процеси та визначаючи діяльність усіх суспільних суб'єктів.

Саме в такій площині доцільно проаналізувати процес становлення соціальної відповідальності бізнесу загалом та корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта економічної діяльності, зокрема як системної реальності, що інтегрована: в соціальну сферу суспільства та забезпечує реалізацію соціальних гарантій населення; в бізнес і сприяє набуттю суб'єктами економічної діяльності певних конкурентних переваг і позитивного іміджу; в сферу суспільних комунікацій, сприяючи налагодження зв'язків між органами публічної влади, бізнесовими підприємствами та інститутами громадянського суспільства. Власне в такій взаємодії та внаслідок тривалого, осмисленого культивування формується належне усвідомлене розуміння та практика відповідальності кожного суб'єкта за результати своєї діяльності як суспільно необхідної та корисної. Саме це актуалізує необхідність теоретико-методологічних рефлексій феномену соціальної відповідальності підприємства.

Від часу введення в науковий обіг понять “соціальна держава” (Л. Штайн) та “соціальна відповідальність” (А. Боен) вивченню проблеми теоретичних та історичних аспектів формування соціальної відповідальності значну увагу приділяли як зарубіжні (Х. Байєр, М. Вебер, Б. Венер, Ю. Габермас, Ф. Каухман, Т. Маршалл, Ф. Нойман, Ю. Офнер, Г. Ріттер, А. Сваан, Ф. Фабрициус, Ф. Фукуяма, О. Тофлер, Г. Хартвіг, К. Хессе, Е. Хубер), так і вітчизняні (В. Бабкін, В. Бакуменко, О. Берданова, В. Бульба, В. Гладких, С. Карпукін, А. Колодій, В. Корженко, В. Малиновський, В. Мельниченко, Н. Нижник, В. Нікітін, С. Околіта, А. Оріховський, А. Плахотний, Н. Плахотнюк, В. Погорілко, І Савченко, В. Соколов, О. Сушинський, С. Танчев, В. Ткаченко, Л. Хижняк, Ю. Чернецький, В. Шаповал, І. Яковюк) вчені. Але потребують ґрунтовного опрацювання теоретико-методологічні аспекти становлення соціальної відповідальності підприємств у сфері бізнесу для забезпечення швидких темпів розвитку в Україні практики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ, Corporate Social Responsibility, CSR) як одного із сучасних ефективних інструментів формування взаємодовіри у суспільстві та забезпечення ефективності діяльності бізнесових підприємств, органів публічної влади та інститутів громадянського суспільства.

Широке коло питань теорії, методології та методики впровадження концепції соціальної відповідальності в органах публічної влади висвітлені у наукових публікаціях Н. Закерничної, Л. Корчевної, В. Новикова, О. Никитюка, Т. Маматової, О. Россошанського, А. Стеценка та інших. Проблеми соціальної відповідальності бізнесу або корпоративної соціальної відповідальності з позиції використання її бізнес-організаціями для забезпечення собі конкурентних переваг, зокрема в сучасних кризових економічних умовах, досліджують: В. Банцер, Д. Баюра, Л. Грачева, В. Гришкін, О. Денис., О. Заярна, І. Иванова, Р. Колишко, Ф. Котлер, Р. Краплич, А. Кузнецова, Д. Кулібаба, О. Лазоренко, Н. Мачуга, І. Репіна, В. Рубан, О. Петров, М. Саприкіна, О. Соляник, Н. Супрун, А. Сучков, Ю. Щербініна.

Недостатня вивченість теоретико-методологічних аспектів становлення соціальної відповідальності підприємств у сфері бізнесу як необхідної складової адаптації зарубіжного та вітчизняного досвіду для забезпечення сталого розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні обумовила предмет цієї статті, яка має на меті визначення саме таких засад, які інтегрують взаємодію структур публічної влади, бізнесу та організацій громадянського суспільства.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення таких завдань: визначити сутність та проаналізувати основні аспекти соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільної діяльності, зокрема бізнесових; проаналізувати взаємодію та зони відповідальності органів влади, бізнес-структур, профспілкових, громадських організацій та інших зацікавлених сторін у процесі становлення в Україні соціально відповідального бізнесу; обґрунтувати необхідність розробки та реалізації національної стратегії України з корпоративної соціальної відповідальності.

Засадничим принципом дослідження феномену соціальної відповідальності має бути розуміння її як форми осмислення суб'єктом його суспільної сутності та адекватної цьому своєї свідомої діяльності. Соціальну відповідальність можна розглядати у двох вимірах:

1. Соціальна відповідальність як обов'язок особистості, менеджменту, організації, державної структури приймати рішення і робити дії, які підвищують рівень добробуту, відповідають інтересам як суспільства, компанії, громади, так і

кожної окремої людини, що відображає етико-моральний аспект суспільних відносин. Визнання та прийняття соціальної відповідальності є для організації добровільними і пов'язані з її бажанням внести свою децимію у розвиток суспільства, до чого її не зобов'язують ні економічні мотиви, ні юридичні закони. Це дії, вчинки та заходи філантропічного спрямування, яких ніхто не вимагає і які не надають організації відчутної користі чи прибутку. У цьому сенсі соціальна відповідальність розглядається як різновид суспільної, поряд із економічною (яка зводиться до максимізації вигоди, коли діяльність компанії підпорядковується лише зростанню прибутку до тієї межі, доки дії організації не виходять за рамки закону) та юридичною (яка передбачає виконання конкретних законів і норм державного та міждержавного регулювання).

2. Соціальна відповідальність як універсальна форма зв'язку та взаємозалежності особистості, держави та суспільства, їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для сталого суспільного розвитку “відображає ціннісно-правовий аспект суспільних відносин. Актуалізація цієї ідеї переносить наголос з відповідальності людини перед суспільством і державою на соціальну відповідальність держави перед суспільством і людиною” [1]. Соціальна відповідальність як оптимальний варіант взаємоузгодженості інтересів, прав та обов'язків суспільних суб'єктів є своєрідним способом взаємного обмеження їх дій щодо природних, економічних, соціальних та культурних реалій. Таким чином, відносини між державою, бізнесом, громадою і особистістю мають формуватися на основі взаємної відповідальності. Це виявляється у прийнятті та дотриманні кожним із зазначених суб'єктів конкретних зобов'язань щодо інших, зокрема щодо “відповідальності державних органів та посадових осіб за невиконання їх обов'язків перед суспільством і особистістю, ... а від кожної людини – додержання своїх обов'язків перед суспільством і державою” [2].

Якщо ж розглядати вітчизняну дійсність, то доцільно зазначити, що соціальний аспект будь-якого процесу доволі часто українськими можновладцями, представниками бізнесу та громадських організацій виноситься на перше місце. Громадськість щиро бажає, щоб кожний представник влади служив народу і громаді, а представник бізнесу був відповідальний всіма своїми справами і активами перед суспільством, аргументуючи це тим, що вони існують для суспільства, що без останнього вони, як такі, неможливі, що людська спільнота уповноважує, надає їм право, а отже, покладає на них відповідальність. Але бачення, а надто дії чиновника чи підприємця, є дещо відмінними.

Щодо цієї суперечності нашої дійсності не час вести дискусії, необхідно приступати до реальних дій з перетворення соціальної відповідальності в інструмент ефективнішої побудови системи взаємодії державного управління, бізнесу, інституцій громадянського суспільства. Саме цьому може слугувати Міжнародний стандарт ISO 26 000:2010 “Керівництво з соціальної відповідальності”.

КСВ формується в сфері бізнесу наприкінці ХХ ст. “у благополучних країнах у благополучні часи” і як ідея “не розрахована на кризу” [3], а тому і як явище, і як поняття далеке від довершеності. У сфері бізнесу суть КСВ визначають як належне етичне ведення бізнесу стосовно власних працівників, держави, суспільства, навколишнього середовища та споживачів, виділяючи два рівні: вищий – безпосередня благодійність та меценатство; базовий – виконання законів і сплата податків [4].

Із огляду на те, що упродовж останнього десятиріччя одним із пріоритетних напрямків розвитку бізнесу є розбудова етичної поведінки, на початку 2003 р. Міжнародна організація із стандартизації (International Organization for Standardization, ISO) створила Стратегічну консультативну групу з питань соціальної відповідальності, яка у 2004 р. констатувала необхідність розробки стандарту серії ISO з соціальної відповідальності. Розробка проекту стандарту з соціальної відповідальності проходила від 2005 р. багатосторонньою Робочою групою ISO з соціальної відповідальності, яка включала в себе експертів і спостерігачів з 99 країн членів ISO. З листопада 2007 р., як член ISO, Держспоживстандарт України та група національних експертів приєдналися до процесу розробки проекту стандарту ISO 26 000. Упродовж трьох років українські експерти працювали над проектом зазначеного міжнародного стандарту і у 2010 р. Україна висловила за прийняття Міжнародного стандарту ISO 26 000:2010 “Керівництво з соціальної відповідальності”. Зараз продовжується робота над створенням сертифікаційного національного стандарту України “Системи управління в галузі соціальної відповідальності. Вимоги”.

Основними структурними елементами ISO 26000:2010 є передмова, вступ, галузь застосування, терміни та визначення, розуміння соціальної відповідальності, принципи соціальної відповідальності, визнання соціальної відповідальності та залучення зацікавлених сторін, посібник із соціальної відповідальності та керівництво з інтеграції соціальної відповідальності в рамках всієї організації [5].

Стандарт визначає відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на окрему людину, трудовий колектив, місцеву громаду, суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, відповідає сталому розвитку і добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін. КСВ містить, зокрема, такі компоненти, як захист прав людини, навколишнього природного середовища, безпеку праці, права споживачів та розвиток місцевих громад, а також організаційне управління та етику діяльності [6].

Стандарт ISO 26 000:2010 може застосовуватися для досягнення взаємної довіри із зацікавленими сторонами всіма типами організацій, зокрема урядовими і неурядовими організаціями, оскільки всі вони впливають на суспільне і природне довкілля.

Соціально відповідальна діяльність будь-якої організації єдино можлива лише за умови трьох видів узгоджень чи взаємозв'язків:

- між організацією і суспільством щодо їх очікувань та взаємного впливу їх рішень і дій (відповідальної поведінки);
- між організацією та її зацікавленими сторонами щодо етично відповідального потенційного чи реального впливу на приватних осіб і організацій;
- між зацікавленими сторонами та суспільством щодо узгодження, відповідності інтересів зацікавлених сторін, на які впливає організація, та очікуваннями суспільства, оскільки хоча зацікавлені сторони є частиною суспільства, вони можуть мати інтереси, які не відповідають очікуванням суспільства [7].

Хоча цей стандарт і не призначений для використання державними організаціями в процесах реалізації їх виконавчої, законодавчої та судової влади, але органи державної влади та місцевого самоврядування можуть застосовувати його (оскільки їх функції схожі з функціями інших організацій, що виробляють товари і послуги, наймають співробітників тощо) не тільки для інформування про їх політику

та результати щодо соціальної відповідальності, а і для регулювання системи відповідальності в суспільстві загалом.

В Україні, де бізнес лише виходить із періоду первісного накопичення капіталу і де влада та інституції громадянського суспільства перебувають у стадії становлення, є можливість через КСВ не тільки вибудувати систему взаємовідносин бізнесу, влади та громадянського суспільства, але й вирішити низку проблем модернізації України.

Зрозуміло, що суб'єкти підприємницької діяльності можуть мати потенційний зиск від імплементації КСВ у свою бізнес практику, який “зокрема, полягає в такому:

1. Поліпшення управління завдяки запобіганню ризикам різного гатунку.
2. Покращення репутаційного менеджменту.
3. Збільшення обсягу продажу та частки ринку.
4. Розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників компанії.
5. Оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат.
6. Покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів.
7. Налагодження та побудова дієвих відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями.
8. Поліпшення фінансових та економічних показників діяльності” [8].

Однак доцільно зауважити, що орієнтування бізнесу виключно з “позиції використання соціальної відповідальності бізнесу для створення конкурентних переваг для окремого підприємства, налагодження зв'язків з громадськістю та органами центральної і місцевої влади, підтримання позитивного іміджу компанії” [9], тобто зведення КСВ, власне, до “маркетингового заходу” – суперечить самій сутності соціальної відповідальності.

З іншого боку, зараз загалом форми взаємодії органів публічної влади та суб'єктів підприємницької діяльності щодо КСВ є обмеженими, а саме: на національному рівні зведені до “примушування”, коли “державні структури згадують КСВ коли необхідно взяти участь у національних чи регіональних благочинних проектах”; на регіональному рівні “органи державної влади втілюють такі компоненти соціальної відповідальності: організаційне управління; дотримання прав людини; дотримання екологічних питань; встановлення контролю якості товарів і практик чесного ведення бізнесу; надання адресної допомоги населенню” [10].

Упровадження політики соціальної відповідальності вимагає від організацій урахування інтересів усіх груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів), до яких належать: бізнес-організації, органи публічної влади, організації споживачів, профспілки, громадські організації, дослідницькі інституції [11]. Із-поміж них органам державного управління та місцевого самоврядування належить особлива роль у впровадженні принципів і системи соціальної відповідальності в Україні. Добровільність виконання принципів та вимог стандарту в діяльності суб'єктів, їх рівноправність та взаємне врахування інтересів кожного не урівнює їх ролі в процесах координації дій щодо імплементації принципів та практик соціальної відповідальності. І саме органам державної влади та місцевого самоврядування, з огляду на їх призначення, належить забезпечити системну реалізацію принципів соціальної відповідальності, оскільки “від парламентських ініціатив, активності чиновників міністерств, місцевого самоврядування в першу чергу залежить, яка

соціальна політика буде визначена в країні, які закони та правила в галузі соціальної відповідальності будуть встановлені та які стандарти праці і принципи соціальної відповідальності ми будемо мати на наших підприємствах” [12].

У площині державного управління доцільно розглядати соціальну відповідальність у трьох ракурсах:

- належної державної соціальної політики;
- відповідальності органів державної влади, місцевого самоврядування та посадових осіб за реалізацію функцій та посадових обов’язків;
- корпоративної соціальної відповідальності системи управління (менеджменту) всередині органів державної влади та місцевого самоврядування, побудованої на стандартах, принципах та правилах належної етичної діяльності.

Узгодженість зазначених аспектів соціальної відповідальності реалізується шляхом розробки національної стратегії з корпоративної соціальної відповідальності. Остання в Україні потребує змістовного, нормативно-правового та інституційного оформлення. Серед іншого, у національній стратегії з корпоративної соціальної відповідальності необхідно визначити:

- засади національної стратегії з КСВ;
- зміст, форми, механізми соціальної відповідальності держави (державного управління) і КСВ органів державної влади та місцевого самоврядування;
- урядовий орган зі сприяння розвитку КСВ та координації дій і заходів;
- основні проблеми, специфіку, особливості застосування та державного сприяння реалізації принципів КСВ у різних суспільних сферах;
- урядову політику у сфері соціальної відповідальності, зокрема щодо просування концепції КСВ та поширення інформації про ініціативи, впроваджені міжнародними організаціями у цій галузі; поширення інформації, що свідчить про зв’язок між застосуванням КСВ та підвищенням конкурентоспроможності компаній та їх авторитету на ринку; популяризації серед іноземних інвесторів результатів використання українськими підприємствами КСВ; заходи щодо сприяння застосуванню КСВ органами державного управління та місцевого самоврядування.

На підставі визначення сутнісних і системних особливостей та тенденцій і характеристик розвитку практики КСВ доцільно констатувати такі основні теоретико-методологічні проблеми становлення та розвитку соціальної відповідальності суб’єктів підприємницької діяльності в Україні:

- осмислення одиничними та колективними суб’єктами сутності соціальної відповідальності як реалії, що стосується кожного – відстороненість є нічим іншим як неусвідомленою чи раціонально обґрунтованою суспільною “непритомністю” суб’єктів;
- усвідомлення суспільної суті, сенсу та змісту своєї діяльності кожним учасником (суб’єктом) у системному процесі життєдіяльності соціуму та природного середовища;
- взаємоузгодження між суспільними суб’єктами розподілу функцій, предметів діяльності, сфер та типу соціальної відповідальності як міри належного забезпечення передбаченого (запланованого) результату;
- забезпечення синергетичного ефекту від взаємодії суб’єктів у забезпеченні соціальної відповідальності в суспільстві шляхом узгодження їх вихідного чи похідного, основного чи допоміжного статусу та ролі, генеруючого чи транслюючого, плануючо-контролюючого чи реалізуючого суспільний результат типу діяльності;

– розробка моделей забезпечення соціальної відповідальності, зокрема: плюралістичного типу, коли має місце спільна відповідальність всіх за розробку загальних параметрів діяльності (мети, завдань, механізмів реалізації) і за отриманий результат та персональна відповідальність кожного за результати в своєму сегменті; моністичного типу, коли суспільна відповідальність суб'єктів (учасників) стосується їх ділянок спільної справи, а координатора – за адекватність цілей, задач, механізмів, за злагодженість процесу та кінцевий результат.

Література

1. Савченко І. Г. Інституційна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави в Україні [Текст] : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. держ. упр. : спец. 25.00.01 “Теорія та історія державного управління” / І. Г. Савченко ; Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. — Х. : [б. в.], 2007. — С. 9.
2. Там само. — С. 9.
3. Хисамов И. Момент истины для КСО / И. Хисамов // Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине [Текст]. — К. : ТЭФ ОЛБИ, 2008. — С. 6, 7.
4. Там же. — С. 6.
5. ISO 26 000:2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://znaimo.com.ua/ISO_26000.
6. Там само.
7. Там само.
8. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / кол. авт. : Лазоренко О., Колишко Р. [та ін.]. — К. : Енергія, 2008. — 96 с.
9. Сучков А. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності / Сучков А. В. // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності [Текст]. — 2013. — Вип. 1. — Т. 3. — С. 187.
10. Сапрыкина М. Развитие КСО в Украине. Мнения основных групп стейкхолдеров / М. Сапрыкина // Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине [Текст]. — К. : ТЭФ ОЛБИ, 2008. — С. 80—86.
11. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект [Текст] / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. — К. : [б. в.], 2008. — С. 28.
12. Новий міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.bcdst.kiev.ua/index.php/news/1-latest-news/56>.

M. Fursa

SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ENTERPRISE: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PROBLEMS OF FORMATION

The theoretical and methodological aspects of formation of social responsibility of business enterprises are defined as a necessary component of

adaptation of the international and domestic experience for ensuring the sustainable development of corporate social responsibility in Ukraine. The interaction and zones of responsibility of public authorities, business structures, trade unions, non-profit organizations and other stakeholders, are analysed. The important theoretical and methodological problems of formation and development of corporate social responsibility of subjects of entrepreneurial activity in Ukraine are outlined.

Key words: trust, social responsibility of the enterprise, enterprise competitiveness, corporate social responsibility, formation of the social responsibility of business, standard ISO 26 000: 2010 “Guidance on social responsibility”, national strategy of Ukraine on corporate social responsibility, administration, ethics activity.