

батьків. В той же час доцільно зауважити, що до неважливих цінностей респонденти додали такі як: суспільне визнання, новизна, лагідність, допитливість і впливовість.

З огляду на отримані данні та аналіз результатів опитувань, можна зробити висновок, що з кожним роком моральні принципи та просто людські відносини все більш відходять на другий план. Цьому сприяє багато факторів, основними з яких є низький рівень соціальної захищеності молоді. Невпевненість у майбутньому, через відсутність можливості працевлаштування за спеціальністю, високий рівень безробіття та несприятливі умови для створення сім'ї, а саме: відсутність доступного житла, не належна робота соціальних програм та служб. Усе це непомітно призводить до поступового знецінення моральних цінностей та зростанню загальному невдоволенню населення.

Література

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: http://librar.org.ua/sections_load.php?s=medicine&id
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://textbooks.net.ua>
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://textbooks.net.ua/content/view/5199/45/>
4. Кашкарьова Л.Р. Ставлення сучасної української солоді до «вічних» соціальних цінностей / Л.Р. Кашкарьова [Електронний ресурс]. – Режим доступу до файлу: <http://vuzlib.com/content/view/141/84/>
5. Крижко В.В. Антологія аксіологічної парадигми освіти: навч. посібник / В.В. Крижко. – К.: Освіта України, 2005. – 440 с.
6. Причепій Є.М., Черний А.М., Гвоздецький В.Д., Чекаль Л.А. Філософія / Є.М. Причепій, А.М. Черний, В.Д. Гвоздецький, Л.А. Чекаль. – К.: «Альма-матер», 2001. – С. 173-183
7. Скринько Н.В. Ціннісоорієнтований вибір напрямку фахового спрямування освітніх послуг / Н.В. Скринько, М.І. Іщенко, К.Р. Сич // Вісник Криворізького економічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 39.

330.874

*Хімченко А.М., к.е.н., доцент,
Донецький національний університет*

ГЕНЕЗА ТА СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПОНЯТЬ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ» ТА «КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Протягом останніх 50-ти років світова економічна думка зазнала фундаментальних змін: найефективнішою моделлю світового господарства став капіталізм, який в умовах розвитку економіки набув нової форми морального капіталізму. За даної форми розвитку економіки передовими стають ідеї розвитку суспільства та процвітання нації, що призводить до зміни ролі бізнесу в даному процесі. Із початку ХХІ століття почався новий етап розвитку економіки, в якому панують мережеві структури (зв'язки та взаємозалежності суб'єктів функціонування постіндустріального суспільства) та нові управлінські проблеми, що постають перед компаніями незалежно від їх розміру та географічного положення.

Зазначені мережеві структури, як відзначає провідний російський соціолог Г. Пирогов, мають ряд особливостей серед яких: підвищений рівень екстернальності, висока здатність до передачі коливань, високий рівень монополії та олігополії, високий рівень впливу на економіку та життя суспільства в цілому, потреба в стабільності навколишнього, економічного, соціального та політичного середовища для нормального та довготривалого функціонування, необхідність підтримання стабільного, висококваліфікованого та постійного лояльного кадрового складу, підвищення вимог до безпеки, як наслідок схильності до техногенних та екологічних катастроф [1].

Отже, наявність ряду особливостей вимагає інших підходів до управління, до найголовніших з яких можна віднести наступні: підвищення рівня централізованого управління та координації, недостатність застосування критеріїв прибутковості та ринкових сигналів щодо рівня цін в управлінні, необхідність розширення меж стратегічного планування функціонування та розвитку. Саме тому виникає необхідність дослідження витоків теорії соціальної відповідальності та структуривання понять соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності для становлення системи корпоративної соціальної відповідальності в умовах сучасної економіки України.

Висвітлення тематики корпоративної соціальної відповідальності знайшло своє відображення у роботах таких закордонних вчених: А. Баврнеа, Дж. Барні, Р. Бауера, Л. Бечетті, Ш.Боніні, Г.Боуена, С. Брауна, Дж. Варнера, С. Гамилтона, Т. Дональдсона, А. Керролла, Ф.Котлера Л. Престона, А. Рубіна, Е.

Фридмана, Ф.Фукуями, К.Фуслера та інших авторів.

У вітчизняній літературі дослідження генези соціальної відповідальності здійснюють багато науковців - А. Базилук, Г. Башнянін, Д. Баюра, О. Беляєв, Ю. Благов, Л. Безчасний, О. Білорус, Л. Будьонна, А. Грицин, Б. Данилишин, В. Єгорова, Б. Кваснюк, К. Кривенко, М. Кошуба, Н. Курінько, В. Куценко, В. Лагутін, І. Лукінов, Д. Лук'яненко, С. Мельник, Б. Панасюк, Ю. Рубченко, В. Савчук, О. Степанова та інші.

Історично багато понять, які висвітлюють проблеми відносин бізнесу і суспільства асоціюються із поняттям корпоративної соціальної відповідальності. Але при цьому поняття соціальна відповідальність та корпоративна соціальна відповідальність не структуровані. В економічній літературі не існує єдиної точки зору на ієрархічність понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність», що унеможливує розвиток теоретичних розробок щодо системи корпоративної соціальної відповідальності в умовах сучасної економіки України.

Метою дослідження є розгляд генези виникнення та розвитку понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» із структуризацією даних понять та встановленням їх ієрархії.

Перші наукові досягнення у дослідженні проблематики соціальної відповідальності мали місце ще на початку ХХст. Їх систематичний науковий аналіз розпочався з першої наукової праці Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953 р.), в якій було визначено рамкові умови та напрями подальшої дискусії на зазначену тему [2].

У працях вчених А. Керролла, Д. Віндзор, М. Ван Марревійка, Р.Штойера [3, 4, 5, 6] висвітлено більш повний аналіз становлення і розвитку аналогічних концепцій корпоративної соціальної відповідальності та підходів до їх систематизації. Зокрема, А. Керролл, усвідомлюючи складність і суперечність генези соціальної відповідальності бізнесу, простежив лише основні термінологічні зміни протягом ряду десятиріч. Так, 50-ті роки минулого століття були визначені ним як початок сучасної ери соціальної відповідальності, 60-ті роки - як період змістовного поглиблення дефініцій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, 70-ті роки – як поширення різноманітних дефініцій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу; 80-ті роки характеризуються зменшенням кількості дефініцій, зростанням досліджень і появою альтернативних існуючим (рис.1).

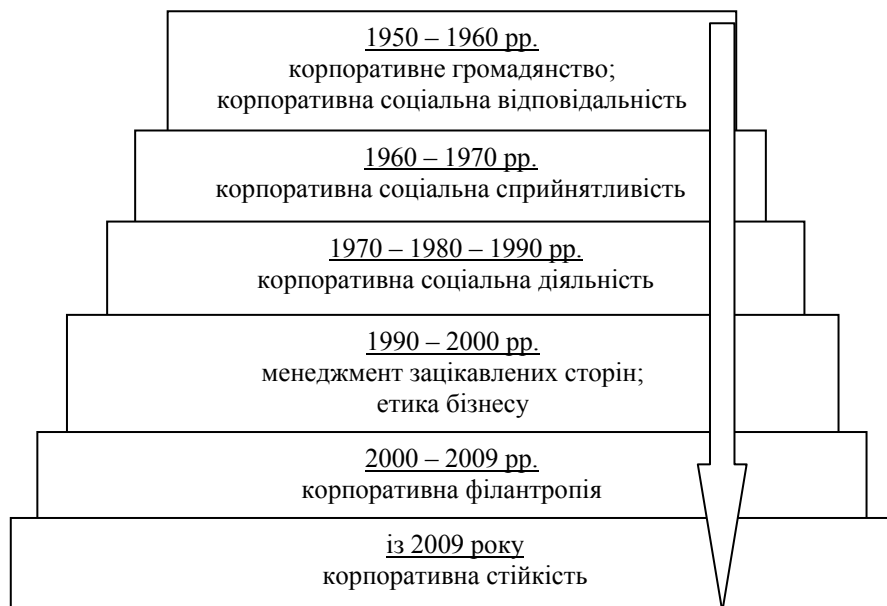


Рис. 1. Генеза соціальної відповідальності бізнесу (розроблено автором)

Провідним у розумінні сутності соціальної відповідальності бізнесу є підхід, запропонований К. Девісом, що містить у собі наступні положення:

1. Соціальна відповідальність продукується самою суспільною владою. При цьому органи влади повинні створювати умови і самі подавати приклад соціальної відповідальності.

2. Суб'єкти підприємництва повинні, з одного боку, мати ринкові мотиви діяльності, а з іншого – бути відкритими у своїх операціях для громадськості.

3. Соціальні витрати мають бути ретельно обчислені і розглянуті з точки зору правомірності їх віднесення до собівартості виготовлення продуктів чи надання послуг.

4. Соціальні витрати, навіть через розподіл за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, у кінцевому підсумку оплачуються споживачем.

5. Ділові установи та організації, як і громадяни, залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, у тому числі й тих, що перебувають за межами звичайних сфер їх діяльності [7, с. 76-80].

Аналізуючи роботу багатьох корпорацій, К. Девіс та інші дослідники дійшли висновку, що соціальна відповідальність бізнесу сприяє розвитку та підвищенню іміджу компаній, а її уникнення звує економічні можливості підприємств. Це дало змогу підтвердити, що в довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу в напрямі, який суспільство вважає відповідальним, має стійку тенденцію до втрати цієї влади [7, с. 76-80].

Початок 90-х років ХХст. продемонстрував збереження напрямів розвитку концепції соціальної відповідальності як теоретичної основи з поступовою трансформацією в альтернативні теорії. На необхідність узгодження соціальної відповідальності бізнесу з поняттям корпоративної стійкості звертають увагу М. Ван Марревік, Ф. Котлер, Л. Ненсі [4, с. 95-100]. Р. Штойер, М. Лангер, А. Конрадт, А. Мартінузі запропонували модель, яка пов'язує теоретичну концепцію соціальної відповідальності із концепціями «сталого розвитку», «корпоративної стійкості», «управління відносинами із зацікавленими сторонами» [5, с. 264-280]. Дана модель надала поштовх до структуризації соціальної відповідальності із виокремленням трьох її складових: проведення першочергових виплат та здійснення стратегічних завдань (базова складова), покращення умов праці та збільшення переліку гарантій робітникам та благодійність (рис. 2):

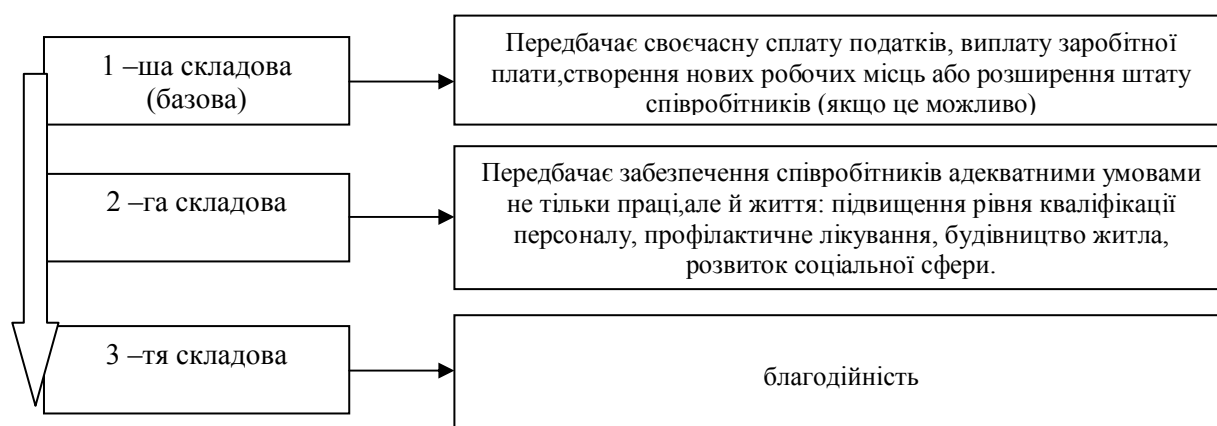


Рис. 2. Структуризація соціальної відповідальності бізнесу (розроблено автором)

В науковій літературі ототожнюють поняття «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» через непрофесійний переклад та трактування міжнародних документів з питань корпоративної соціальної відповідальності. Фахівець у сфері соціальної відповідальності компаній Х. Гордон Фітч стосовно терміну «соціальна відповідальність» в 70-х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність – це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частко воспричинені діяльністю компаній [8, с. 21].

Доказом того, що поняття «корпоративна соціальна відповідальність» є значно ширшим від поняття «соціальна відповідальність» є роботи А. Керролла (90-ті роки ХХ століття), в яких автор підійшов до питання корпоративної соціальної відповідальності як багаторівневої структури, яку можна уявити у формі піраміди з наступними видами відповідальності: економічної, правової, етичної та філантропічної. Пізніше, українськими науковцями М. Буткотою, М. Мурашко було удосконалено підходи А. Керролла та запропоновано власні погляди на рівні корпоративної соціальної відповідальності [7, с. 75-78].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність більш широке поняття ніж соціальна відповідальність (рис. 3):

Корпоративна соціальна відповідальність полягає у веденні бізнесу у соціально відповідальний спосіб. Світова Рада Компаній зі Сталого Розвитку вважає корпоративну соціальну відповідальність довгостроковим зобов'язанням компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, водночас

покращувати якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом [9, с. 94-95].



Рис. 3. Структуризація корпоративної соціальної відповідальності (авторська розробка)

Даний підхід до визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності не єдиний, через це ще досі ведуться дискусії щодо визначення даного поняття (табл.1) [10, с. 10-11].

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності корпоративної соціальної відповідальності міжнародними організаціями

Назва організації	Визначення
Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності	Це концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами (групами впливу) [10, с.10].
Міжнародна організація праці	Це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону [10, с.10].
Форум соціально-відповідального бізнесу (Україна)	Це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [10, с. 10].
Російська асоціація менеджерів	Це філософія поведінки та концепція, що вибудовується діловою спільнотою, компаніями та окремими представниками бізнесу відповідно до своєї діяльності. Метою цієї діяльності є сталий розвиток для майбутніх поколінь і відбувається вона, базуючись на наступних семи принципах: 1) виробництво якісної продукції та послуг для споживачів; 2) створення привабливих робочих місць, інвестицій у розвиток виробництва та людського потенціалу; 3) незаперечне виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного тощо; 4) побудова добросусідських і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами; 5) ефективне впровадження бізнесу, орієнтоване на створення додаткової економічної вартості, підвищення національної конкурентоспроможності в інтересах акціонерів і суспільства; 6) врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм у діловій практиці; 7) внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти суспільного розвитку [10, с. 11].

Причини виникнення корпоративної соціальної відповідальності пов'язані зі зміною суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками всебільшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній відіграють неекономічний рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки інтернатів, лікарень, шкіл, запровадження на підприємстві механізму контролю якості тощо.

Через це корпоративна соціальна відповідальність має складну структуру і складається з понять соціальна відповідальність сучасного менеджменту, соціальна відповідальність підприємства, соціальна відповідальність людини, особистості, індивіда та соціальної відповідальності підприємництва (рис. 4):

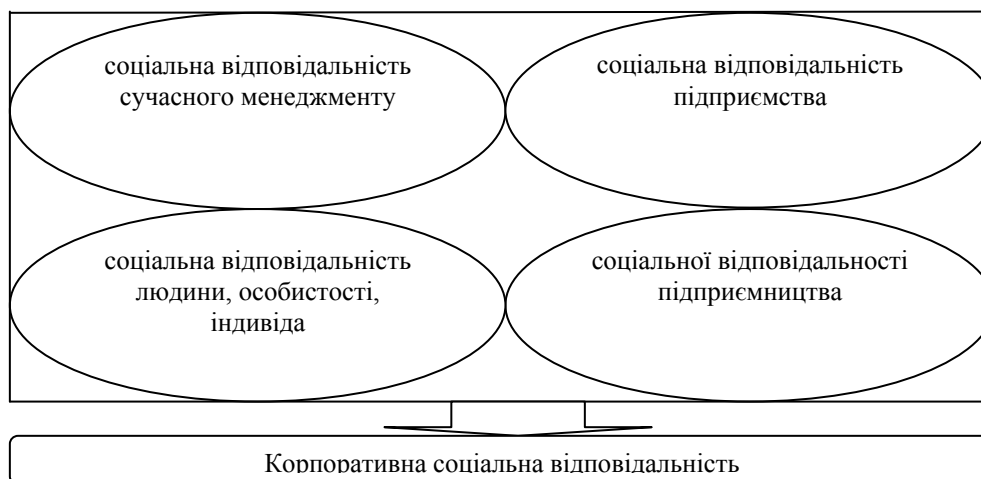


Рис. 4. Структуризація корпоративної соціальної відповідальності

При розгляданні кожної складової корпоративної соціальної відповідальності бізнесу необхідно враховувати комплексний підхід до основної визначеної проблеми – корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Питанням соціальної відповідальності менеджменту присвячено роботи Тіда Ордуея – американського дослідника бізнесу, економіки і соціальних проблем. У своїй першій книзі «Інстинкти на виробництві: вивчення психології робочого класу» [11].

Т. Ордуей досліджував найбільш істотні, на його думку, інстинкти, властиві всім людським істотам, в їх зв'язку з темами психології праці і лідерства У своїй головній роботі «Мистецтво адміністрування» [12] він виклав свої погляди на менеджмент і соціальну філософію.

Однак в Америці в 50-і рр. минулого століття ці погляди виявилися передчасними через те, що максимізація прибутку було головною ідеєю менеджерів. Відношення менеджерів до відповідальності і цінностей в наші дні викликає різку критику, тому менеджмент повинен виконувати нову соціальну функцію, й ефективність роботи менеджерів не може визначатися тільки прибутком. Місце, яке підприємство посідає на ринку, новаторство, продуктивність, зростання і розвиток персоналу, якість продукції, фінансові результати – все це є мірилом ефективної діяльності менеджерів. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні повинна стати об'єктивною реальністю [13, с. 112].

Це можливо через формування на підприємствах елементів реалізації соціально відповідального менеджменту (табл. 2) [14].

Орієнтація на ці елементи дозволяє підприємству реалізовувати ділову стратегію з організаційного розвитку, освоєння нових сегментів ринку, реалізації різного роду нововведень.

Питанням соціальної відповідальності підприємства приділяється серйозна увага. Соціальну відповідальність різні представники менеджменту трактують по-різному. Всі дослідники, що піднімали так чи інакше це питання, намагалися зв'язати відповідальність, що історично виникла в рамках так званої «західної» цивілізації, з тими елементами, які, на їх думку, визначали суть цієї цивілізації і її унікальність. Р. Маккїон співвідносив відповідальність з демократією, К. Мітчем і Х. Ленк – з технікою, Х. Йонас – з наукою, П. Друкер – з ринком [14].

Існує погляд на цю проблему, відповідно до якого підприємство повинно забезпечувати ефективність використання своїх ресурсів, максимізувати прибуток, надавати суспільству необхідні

товари й послуги. Реалізуючи економічні цілі (даючи роботу людям, дивіденди – акціонерам, товари – суспільству), підприємство поводить відповідально [12, с. 304].

Таблиця 2

Складові соціально-відповідального менеджменту

Вид роботи	Характеристика
види діяльності	постійно вести пошук нових видів діяльності (на додаток до основного), що забезпечують стабільність, надійність функціонування підприємства
співробітництво	з повагою ставитися до ділових партнерів, активно працювати з ними, розширювати сфери ділових відносин
персонал	бути уважним і чуйним до його запитів і потреб, сприяти підвищенню віддачі праці
зовнішня обстановка (середовище)	усіляко сприяти формуванню стабільного в економічному й соціальному аспектах, екологічно безпечного зовнішнього середовища
суспільна орієнтація підприємства	формування клімату соціальної відповідальності підприємства перед суспільством і людьми: інтегрувати свої економічні інтереси з інтересами суспільства

Також підприємство – це складна частина зовнішнього середовища, від якого залежить існування підприємства. До складників цього оточення належать споживачі, постачальники, місцеве населення, засоби інформації та ін. Це суспільне середовище може сильно впливати на досягнення організацією своїх цілей, тому їй доводиться врівноважувати суто економічні цілі з економічними й соціальними інтересами цих складових середовища.

Таким чином, суспільству вдалося поставити підприємство на службу новим, більш складним цілям, й у зв'язку із цим воно перетворюється із суто економічних інститутів (основна соціальна відповідальність яких зводиться до одержання прибутку) у соціально-економічний інститут, у якому прагнення одержати прибуток доповнюють неекономічні цілі: підтримка зайнятості, задоволеність роботою, участь у процесі прийняття рішень, підтримка добробуту місцевих громад, відповідальність перед споживачем [12, с. 305].

Соціальна відповідальність людини на підприємстві визначається усвідомленням загальних цілей і завдань організації, але, у першу чергу, соціальним походженням працівника, його соціальною роллю, соціальними цілями й завданнями, їхньою відповідністю цілям і завданням підприємства. Можна буде говорити про стабільний соціальний клімат за умови, що всі працівники належать приблизно до однієї соціальної верстви й приймають, хоча б частково, установки інших своїх колег. Ця складова соціального клімату впливає на можливість людей працювати в команді й діяти узгоджено. Кожна людина, індивід, особистість повинні бути соціально відповідальними за ті дії, які вони роблять на підприємстві і за її межами.

Довгі роки у розвитку ринкової економіки підприємство було інструментом прогресу, і в цьому розумінні йому пропонувалася певна соціальна роль у таких напрямках: розвиток науково-технічного прогресу; оволодіння новими технологіями; виробництво нових товарів і послуг; створення нових робочих місць; підвищення вимог до якості праці; підвищення купівельної спроможності; забезпечення дивідендами акціонерів.

Але практика ринкової конкуренції продемонструвала й свої негативні сторони: поведінка підприємства у режимі вільного підприємництва, що не має жодних обмежень, породжує соціальну несправедливість, що призвело до того, що підприємництво, за словами П. Друкера, стало «жертвою власного успіху» [15, с. 184].

Такого роду тенденції призвели до загострення соціально-економічної обстановки в Україні, до криз, що частішають, масового безробіття. Нападки на свободу підприємництва підсилювалися з усіх боків. Сьогодні основними рисами сучасного бізнесу в Україні є зростання соціальної відповідальності перед суспільством і забезпечення конкретних соціальних потреб. Суспільство висуває до нього додаткові вимоги, зокрема забезпечення трудової зайнятості населення, охорони навколишнього середовища та ін.

Соціальна відповідальність при цьому поширюється не лише на своїх працівників, але й на всіх тих, чий інтерес так чи інакше зачіпається діяльністю фірми, а державна політика дозволяє ще більше розширити її межі. Прагнення одержати максимальний прибуток змушує підприємців будувати свою діяльність на твердій раціоналізації праці й підпорядкуванні її інтересам підприємства, підвищенню ефективності її функціонування й розвитку. Потреби соціальної сфери в нашій країні величезні, але вони

не покриваються ні діяльністю підприємств, ні державою. У результаті держава та підприємства не несуть відповідальності за свої дії, а часом виявляються на це й нездатними [12, с. 307].

Необхідність посилення соціальної відповідальності всіх суб'єктів суспільної взаємодії безсумнівна, на щов Україні є об'єктивні умови. Підприємництво неухильно набирає сили, спостерігається зростання чисельності підприємців і більше зосередження в їхніх руках матеріально-технічних і трудових ресурсів. Вони зацікавлені в найшвидшій стабілізації соціально-економічної ситуації в країні, тому що від цього залежить ефективність самого бізнесу.

Усе більше входять підприємницькі кола і до розв'язання проблем політичного характеру, включаючи участь у розробці державних програм суспільного розвитку. Все це зумовлює зростання фактора відповідальності в соціально-економічному житті країни й управління соціальними процесами як усередині підприємства, так і у всьому суспільстві.

Причини виникнення корпоративної соціальної відповідальності пов'язані зі зміною суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній відіграють неекономічні – рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки інтернатів, лікарень, шкіл, запровадження на підприємстві механізму контролю якості тощо.

Через це корпоративна соціальна відповідальність має складну структуру і складатися з понять соціальна відповідальність сучасного менеджменту, соціальна відповідальність підприємства, соціальна відповідальність людини, особистості, індивіда та соціальної відповідальності підприємництва.

Корпоративна соціальна відповідальність більш ширше поняття ніж соціальна відповідальність через ведення бізнесу у соціально відповідальний спосіб. При розгляданні кожної складової корпоративної соціальної відповідальності бізнесу необхідно враховувати комплексний підхід до основної визначеної проблеми – корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Процес розробки теорії корпоративної соціальної відповідальності триває, оскільки відбуваються зміни в самому підприємницькому середовищі в напрямі його демократизації.

Література

1. Пирогов Г.Г. Идеи и принципы коммунитаризма в конце XX – начале XXI века. / Г.Г. Пирогов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.netda.ru/belka/texty/pirog1.htm>.
2. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. N.Y., Harper & Row, 1953.
3. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. «Business and Society». – 1999, №38 (3). – P. 268-295.
4. Marrewijk M. Van. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion. «Journal of Business Ethics». – Vol. 44. – №2-3. – 2003. – P. 95-105.
5. Steurer R. Corporations, Stakeholders and Sustainable Development: A Theoretical Exploration of Business Society Relations. «Journal of Business Ethics». – Vol. 61. – №3. – 2005. – P. 263-281.
6. Windsor D. The Future of Corporate social responsibility. «The International Journal of Organizational Analysis». – Vol. 9. – №3. – 2001. – P. 225-256.
7. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Фінанси України. – 2008. – №8. – С.74-84.
8. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С.21.
9. Шаповал В.М. Інституціональна підтримка соціально відповідальної діяльності / В.М. Шаповал // Вісник Академії митної служби України. – 2008. – №4 (40). – С.92-98.

338.001.36

*Підпанок А.О.,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»
Криворізький економічний інститут*

ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВОЇ ДУМКИ ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ»

Виробнича потужність займає ключову позицію у широкому діапазоні економічних рішень, пов'язаних як з діагностикою сучасного економічного положення, так і глобальними напрямками майбутнього економічного розвитку, що в свою чергу, має принципове значення для подальшого вивчення проблеми зростання ефективності виробництва в сучасних умовах господарювання.