

УДК: 316.354:351/354+334.72:3.085

Білоног Ю. С.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті розглянуто основні підходи до соціальної відповідальності. Послідовно висвітлено доробки західних, російських та вітчизняних вчених у цьому напрямку. Зроблено спробу систематизації та порівняння підходів, на основі яких формується національна модель корпоративної соціальної відповідальності. Доведено, що для адекватної реалізації корпоративної соціальної відповідальності в діяльності організацій необхідно дослідити вже накопичену теоретичну спадщину та практичний досвід і пристосувати їх під свої реалії.

Ключові слова: відповідальність, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, підхід.

В статье рассматриваются основные подходы к социальной ответственности. Последовательно представлено наработки западных, российских и отечественных ученых в этом направлении. Сделано попытку систематизировать и сравнить подходы, на основании которых формируется национальная модель корпоративной социальной ответственности. Доказано, что для адекватной реализации корпоративной социальной ответственности в деятельности организаций необходимо изучить уже накопленное теоретическое наследие и практический опыт и приспособить их под свои реалии.

Ключевые слова: ответственность, социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, подход.

The article considers the basic approaches to social responsibility. The achievements of Western, Russian, and domestic scientists in this field have been presented consistently. The attempt to systemize and compare approaches on the basis of forming the national model of corporate social responsibility has been made. It has been proved that for adequate implementation of corporate social responsibility in the activity of organizations it is necessary to study the accumulated theoretical and practical heritage and to adapt it to reality.

Key words: responsibility, social responsibility, corporate social responsibility, approach.

У сучасній Україні тема корпоративної соціальної відповідальності стає все більш популярною не тільки серед бізнесової спільноти, але й наукового співтовариства. Питанням корпоративної соціальної відповідальності присвячуються міжнародні форуми, конференції та семінари, компанії вже перестали лише декларувати її і перейшли до реалізації. Актуалізація теми корпоративної соціальної відповідальності пов'язана з певними чинниками, такими як зростання привабливості українського бізнесу для іноземних капіталів, вихід національних виробників

на міжнародні ринки (підвищення контролю), євроінтеграційні процеси, що відбуваються в Україні.

Останніми десятиріччями українські компанії намагалися сформувати власний підхід до соціальної відповідальності, усвідомлюючи при цьому свою належність до збереження оточуючого середовища, відповідальність за вирішення соціально-економічних проблем регіону, у якому функціонує організація, за підвищення якості життя місцевого товариства, за дотримання прав людини та за інші аспекти соціальної відповідальності. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність поступово стає своєрідною філософією ведення бізнесу, без якої важко уявити сучасну організацію.

Корпоративна соціальна відповідальність як практика ведення бізнесу може мати значні конкурентні переваги для організації, у якій вона застосовується. Поширення концепції корпоративної соціальної відповідальності сприяє підвищенню рівня обізнаності підприємств та суспільства в цілому через переосмислення ними підходів до ведення бізнесу. Прагнення національних компаній відповідати світовим тенденціям призводить до необхідності актуалізувати підходи до корпоративної соціальної відповідальності як одного з критеріїв відповідності. Тим не менше вивчати соціальну відповідальність як масштабне суспільне явище почали лише в середині ХХ століття, оскільки саме в цей період корпоративна соціальна відповідальність почала активно впроваджуватися в практику компаній Західної Європи, США.

Метою статті є систематизація та порівняння підходів до корпоративної соціальної відповідальності, що використовуються західними, російськими та вітчизняними вченими.

Огляд останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що науковці загострюють увагу на проблематиці соціальної відповідальності (корпоративної соціальної відповідальності) та її впровадженні в різні сфери життєдіяльності суспільства. Дослідженню особливостей концепції корпоративної соціальної відповідальності та практиці її реалізації присвячено праці зарубіжних та вітчизняних учених. Найбільш вагомий внесок у розробку цього напрямку було зроблено зарубіжними вченими, а саме: Ф. Котлером, Т. Вілсоном, А. Кероллом, Г. Боуеном, Дж. МакГуіром, Г. Йонаса та ін.

Серед російських науковців варто відзначити В. Канке. Цікавими з даної теми є розробки регіональних та національних моделей корпоративної соціальної відповідальності, які містяться в працях С. Перегудова, Л. Бадалова. Російські вчені та експерти також розвивають корпоративну соціальну відповідальність у менеджменті, серед них варто відзначити Ю. Благова, С. Туркіна, Г. Тульчинського та ін. Крім того, слід зазначити, що окрема частина досліджень пов'язана з розробкою соціального аудита (О. Шулус, Ю. Попов, С. Туркін), що перетинається із концепцією корпоративної соціальної відповідальності.

Значний внесок у теоретико-методологічні дослідження соціальної відповідальності в період становлення незалежної України зробили

В. Бакіров, О. Безрукова, Л. Хижняк. Також варто відзначити праці В. Андрющенко, І. Рябець, І. Комарницького, З. Галушки, Ю. Бегми, О. Віннікова, О. Редько та інших. У їх працях дається аналіз форм прояву та практик соціалізації бізнесу, але не ставиться питання про можливість перетворення соціальної відповідальності в інструмент управління організацією.

Виклад основного матеріалу. Для реалізації поставленої мети необхідно поступово розглянути підходи західних, російських та українських учених. Серед західних науковців можна виокремити Ф. Котлера, на думку якого соціальна відповідальність бізнесу (корпоративна соціальна відповідальність) є вільним вибором корпорації в інтересах зобов'язання підвищувати добробут суспільства через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів. Ф. Котлер класифікує відповідальність у відповідності з ініціативами, що виконує корпорація [1, с. 25-26]:

- просування благодійності – компанія надає корпоративні ресурси для того, щоб привернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, залучити учасників та волонтерів;
- благодійний маркетинг – компанія зобов'язується робити внески або відраховувати відсотки від кількості продаж на благодійність;
- корпоративний соціальний маркетинг – компанія підтримує розробку та/або проведення кампаній за змінення типів поведінки (звичок) для того, щоб покращити суспільне здоров'я або безпеку, сприяти захисту оточуючого середовища або розвитку суспільства;
- корпоративна філантропія – компанія робить пожертви безпосередньо благодійній організації або проводить акції, частіше за все у формі грошових грантів, подарунків та/або товарів і послуг;
- волонтерська робота в інтересах суспільства – компанія підтримує та заохочує робітників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;
- соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу – компанія на свій розсуд упроваджує практику ведення бізнесу та робить інвестиції, котрі сприяють підвищенню добробуту в суспільстві та збереженню оточуючого середовища.

Перші спроби осмислення питань, що стосуються проблематики корпоративної соціальної відповідальності, мали місце ще на початку ХХ століття. На думку Д. Віндзора, серед лідерів бізнесу набули популярності ідеї соціальної відповідальності з 1920 рр. Ці практики відповідали трьом основним моделям: 1) «постділовій» філантропії; 2) «доділових» правових обмежень; 3) «ділової» моральної поведінки ресурсів [2]. Систематичний аналіз цих підходів почався з 1950 рр. Першою роботою в цьому напрямку стала «Соціальна відповідальність бізнесмена» Г. Боуена. У цьому виданні автором були визначені межі та зазначені напрямки дискусії про корпоративну соціальну відповідальність [3]. Його

підхід носить нормативний характер, оскільки бізнес повинен слугувати суспільству, а не навпаки. Таким чином, якщо ми сприймаємо бізнес як інститут, породжений суспільним очікуванням, то очевидно, що бізнес-організації повинні нести певну відповідальність перед суспільством.

Проблема змісту корпоративної соціальної відповідальності постійно цікавила західних дослідників. Дж. МакГуір зазначав, що корпорація має не тільки економічні та правові зобов'язання, але й відповідальність перед суспільством. У свою чергу С. Сеті, намагаючись конкретизувати зміст корпоративної соціальної відповідальності, вказує що вона передбачає виведення корпоративної поведінки на рівень соціальних норм, цінностей, очікувань [2].

У 1970 рр. А. Керолл запропонував своє трактування корпоративної соціальної відповідальності, під якою розуміється багаторівнева відповідальність економічним, правовим, етичним та дискреційним очікуванням, що висуваються суспільством до організації у певний період. Пізніше дослідник розвинув цей підхід та акцентував увагу на тому, що корпоративна соціальна відповідальність є багаторівневою відповідальністю. Рівні відповідальності А. Керолл представляв так: економічна відповідальність, котра є основою для інших шаблів піраміди; наступний рівень – правова відповідальність – законслухняність бізнесу в умовах ринкової економіки; етична відповідальність ведення бізнесу у відповідності з очікуваннями суспільства; філантропічна відповідальність – дії фірми, спрямовані на підтримку та розвиток добробуту суспільства через добровільну участь та реалізацію соціальних програм. Таким чином, А. Керолл у своїй моделі представив не тільки впорядкований зміст корпоративної соціальної відповідальності, але й систематизував рівні нормативності відповідальності корпорацій.

Одним із представників соціально-економічної відповідальності є Г. Йонас. Розглянувши перший імператив Г. Йонаса, варто зазначити три важливі наслідки для формування сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності:

1) за результати діяльності підприємства у глобальному розумінні відповідають не тільки конкретні компанії, а й техноструктура всього суспільства;

2) етика – це не тільки певний аспект соціально-економічних відносин, вона також розповсюджується на зовнішнє середовище;

3) на думку Г. Йонаса, біосфера – це об'єкт корпоративної соціальної відповідальності.

Автор стверджує, що перед загрозою зростаючої технічної могутності людства й глобальних катастроф, які ставлять під сумнів саме виживання людської цивілізації, традиційна етика вичерпала себе, отже, виникає необхідність у новій етиці. Г. Йонас визначає соціальну відповідальність як відповідальність державних установ за результатами державно-управлінського регулювання економічних, технологічних, екологічних процесів на Землі [4].

Отже, можна дійти висновку, що західні вчені розвивали комплексний підхід до корпоративної соціальної відповідальності, розглядаючи її не тільки як відрахування коштів, а й як усвідомлену правову та соціальну діяльність.

Далі розглянемо підходи російських учених. У даний час світова, наукова та бізнес-спільноти роблять перші кроки з визначення соціальної відповідальності не тільки в комерційних організаціях, а й у всіх інших організаціях, що функціонують у суспільстві й тим самим не можуть не впливати на процеси, що відбуваються в ньому.

На думку В. Канке, відповідальність людини формується на основі етики та філософії моралі. Якщо людина відповідальна, то це її якість, риса характеру, але не цінність [5]. Отже, як бачимо, відповідальність – це не цінність, а головний принцип етичної теорії.

Крім того, російські вчені займаються розробкою регіональних та національних моделей корпоративної соціальної відповідальності, зокрема, вони мають місце в роботах С. Перегудова, котрий зазначає, що соціальна відповідальність стає «важливим суспільним запитом» та «новим орієнтиром оцінки діяльності успішної компанії» [6, с. 32]. Можна погодитися із С. Перегудовим, що, розвиваючи співробітництво на національному рівні, державна влада в демократичних країнах починала все активніше впливати на промислову політику, бізнес, добиваючись забезпечення максимальної зайнятості, стимулюючи економічне зростання, прагнула створити умови для підвищення життєвого рівня населення, його соціального забезпечення, розвивала системи охорони здоров'я, освіти, соціального страхування.

Особливістю концепції та практики корпоративної соціальної відповідальності є те, що вони спрямовані не просто на реалізацію закладених у них принципів і установок, але й на пошук оптимальних рішень, покликаних мінімізувати ризики бізнесу та суттєво підвищити його суспільну віддачу [7].

Значний внесок у розвиток теорії соціальної відповідальності зробив Ю. Благов. Він акцентує свою увагу на розгляді концепції корпоративної соціальної відповідальності у взаємозв'язку з теорією та практикою стратегічного управління, говорячи про те, що сучасні трактовки корпоративної соціальної відповідальності не тільки підкреслюють стратегічний характер цього поняття, але й дозволяють розглядати її як важливий елемент стратегічного управління компанією [8]. Ю. Благов звертає увагу на те, що на відміну від західної практики впровадження корпоративної соціальної відповідальності, у російських реаліях до цієї концепції ставляться обережно як теоретики, так і практики. Це пояснюється тим, що концепція корпоративної соціальної відповідальності – не набір абстракцій, а завжди прив'язана до специфіки конкретного регіону, суспільства модель. Отже, російська спільнота ще знаходиться на шляху формування свого підходу до корпоративної соціальної відповідальності.

Проте Ю. Благов наголошує на тому, що корпоративна соціальна відповідальність передбачає систему багатосторонніх відносин, у якій

очікування та види відповідальності мають взаємний характер. Важливу роль відіграє рівень соціальної відповідальності держави, для якої бізнес виступає зацікавленою стороною. Таким чином, без відповідних зусиль із розвитку середовища для ведення бізнесу з боку держави можливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності обмежуються.

Проблемою корпоративної соціальної відповідальності в менеджменті займається С. Туркін, який звертає увагу на те, що на сьогоднішній день стає дедалі більше транснаціональних компаній, які виробляють близько чверті світового продукту. І нові компанії, котрі також прагнуть вийти на цей рівень, повинні «грати» за вже встановленими правилами. Таким чином, для стабільності компанії на світовому ринку необхідно приділяти увагу не тільки матеріальним активам, а й нематеріальним, оскільки останні формують репутацію компанії на основі соціально-відповідальної поведінки організації. Важливо зазначити, що соціальні показники в порівнянні з економічними більше впливають на репутацію фірми. Стосовно менеджменту корпоративної соціальної відповідальності важливим стає формування образу майбутнього, передбачення, формування команди менеджерів та вирішення соціальних проблем. На думку С. Туркіна, сучасний менеджмент переходить від концепції тотального управління якістю до соціально-орієнтованої концепції управління, яка передбачає підвищення уваги до вимог різних зацікавлених сторін, під впливом котрих знаходиться компанія [9].

Серед досліджень українських учених актуальними є теоретико-методологічні дослідження соціальної відповідальності. Зокрема В. Андрющенко, В. Бакіров та інші зазначають, що соціальна відповідальність входить до соціологічного дискурсу, як міра відповідальності дій соціальних суб'єктів взаємним вимогам, діючим правовим та іншим суб'єктивним нормам, загальним інтересам. Таким чином, автори зазначають, що соціальна відповідальність є засобом підтримання цілісності суспільства, суспільної злагоди, соціальної справедливості, удосконалення суспільних відносин. Також зазначається, що міра соціальної відповідальності зростає відповідно до розвитку демократії, культури суспільства та можливості їх самореалізації, активності у вирішенні суспільних проблем [10, с. 141-142]. Важливим у цьому трактуванні соціальної відповідальності є акцентуація уваги не тільки на теоретизуванні соціальної відповідальності, а й на практичному застосуванні цієї теорії.

Л. Хижняк розглядає соціальну відповідальність влади для характеристики якості життя населення, а для владних структур соціальна відповідальність стає іміджевою характеристикою влади. Соціальна відповідальність влади оцінюється за численністю вирішених соціальних проблем та за тим, чи вдалося підвищити рівень та якість життя, крім того, варто враховувати оцінку та рівень довіри до представників влади з боку населення [11].

О. Безрукова розглядає відповідальність як властивість особистості та суспільства. Автор зауважує, що необхідно розрізняти соціальну

відповідальність та відповідальність соціуму [12, с. 294]. Різниця між цими поняттями полягає в тому, що суб'єктом соціальної відповідальності виступає організація, а предметом – соціальні потреби (проблеми соціуму). Відповідальність соціуму побудована навпаки – суб'єктом відповідальності є соціум, котрий несе відповідальність за людину. Хоча, навіть указуючи на відмінності між соціальною відповідальністю та відповідальністю соціуму, О. Безрукова говорить про те, що ці розбіжності незначні, і так чи інакше можна говорити про соціальну відповідальність.

А. Андрющенко та І. Рябець приділяють увагу формуванню та розвитку соціальної відповідальності держави, бізнесу та громадянського суспільства. На думку авторів, із соціологічної точки зору соціальна відповідальність – певні специфічні характеристики, які віддзеркалюють міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціально-значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою ненанесення збитку усталеному розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям [13]. Отже, соціальну відповідальність А. Андрющенко та І. Рябець пропонують розглядати як механізм, що показує взаємозалежність зацікавлених сторін (соціальних суб'єктів), котрі займають різні статусні позиції.

І. Комарницький, З. Галушка у своїх роботах розглядають особливості формування системи соціальної відповідальності в управлінні, загострюючи увагу на можливості її перетворення на інструмент управління організацією [14]. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в сучасному менеджменті пов'язаний з довгостроковою стратегією розвитку організації, оскільки ґрунтується на місії організації та розробці пріоритетів. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність поступово передворюється на управлінську правктику.

Таким чином, на основі викладеного матеріалу можна порівняти розуміння соціальної відповідальності західними, російськими та українськими вченими. Зазначимо, що підходи російських та українських учених базуються на дослідженнях західних колег, проте з урахуванням національної специфіки. Для західних учених характерне розуміння корпоративної соціальної відповідальності як економічної складової діяльності організації. Російські та вітчизняні вчені приділяють увагу тристоронній взаємодії бізнесу, суспільства та держави як основних зацікавлених сторін. Головна відмінність полягає в концентрації уваги на певну складову соціальної відповідальності: західні науковці приділяють увагу користі, яку можна отримати від упровадження соціальної відповідальності, російські вчені акцентують увагу на регіональних особливостях застосування соціальної відповідальності, вітчизняних дослідників цікавить не тільки теорія, але й практичне застосування її в діяльності організацій. Західні вчені зазначають, що соціальна відповідальність повинна бути унормованою, поетапно впроваджуватися і все далі розширюватися в діяльності організації, російські вчені більше уваги

приділяють унормованості соціальної відповідальності з боку держави, оскільки саме вона повинна регулювати цю діяльність, вітчизняні науковці акцентують увагу на вимірі показників соціальної відповідальності.

Для адекватної реалізації корпоративної соціальної відповідальності в діяльності організацій необхідно дослідити вже накопичену теоретичну спадщину та практичний досвід та пристосувувати їх під свої реалії. Таким чином, проведений аналіз дає змогу розглянути та порівняти різні підходи до розуміння соціальної відповідальності та вдосконалювати власні напрацювання у цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Н. Лі; пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Благов Ю. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Ю. Благов. – Режим доступа: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/253.pdf>
3. Meehan J. Corporate social responsibility: the 3C-SR model [Электронный ресурс] / J. Meehan, K. Meehan, A. Richards. – Режим доступа: <http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Companies/w124.pdf>
4. Йонас Г. Принцип ответственности. Опыт этики для технологической цивилизации [Электронный ресурс] / Г. Йонас. – Режим доступа: http://makhankov.ucoz.ru/load/tekst_russkogo_perevoda_knigi_gansa_jonasa_quot_princip_otvetstvennostiquot/1-1-0-15 Текстовая копия 293 с.
5. Канке В. А. Миропонимание и этика ответственности: учеб. пособ. для уч. ст. классов ср. шк. / В. А. Канке. – Калуга: Гриф, 2004. – 149 с.
6. Перегудов С. П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реали. / С. П. Перегудов, И. С. Семенов. – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 448 с.
7. Перегудов С. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность [Электронный ресурс] / С. Перегудов. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/gtmarket/2007/616>
8. Благов Ю. Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление [Электронный ресурс] / Ю. Е. Благов. – Режим доступа: http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2004/3/blagov_the_corporate_social_responsibility_concept_strategic_management.pdf.
9. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность [Электронный ресурс] / С. Туркин. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/16.shtml>
10. Філософський словник соціальних термінів. – 3-тє вид., доп. / В.П. Андрющенко (кер.), В. С. Бакіров, М. І. Бойченко та ін. – Харків: Р.И.Ф., 2005. – 670 с.

11. Якість життя населення пострадянських країн у соціологічному вимірі: Колективна монографія / за ред. В. С. Бакірова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. – 216 с.

12. Відповідальність в сучасному світі: моральні та соціальні підстави соціологічної інтерпретації: монографія / О. А. Безрукова. – Запоріжжя: ЗНТУ, Видавництво Хортицького національного навчально-реабілітаційного багатопрофільного центру, 2012. – 324 с.

13. Андрющенко А. І. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу [Електронний ресурс] / А. І. Андрющенко, І. М. Рябець. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_dos/2009_844/articles/Andruwenko_Rjabec.pdf

14. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством [Електронний ресурс] / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/7_Social.pdf