

УДК 330.8

Павликівська О.І.
кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

BASIC CONCEPTS AND PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF A SOCIALLY RESPONSIBLE ACTIVITY

АНОТАЦІЯ

Визначено головний аспект соціально відповідальної діяльності підприємств. Подано авторське розуміння поняття «соціально відповідальність». Досліджено структуру відповідальності (суб'єкт відповідальності, об'єкт відповідальності та інститут відповідальності). Виокремлено внутрішній і зовнішній складники соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено таксономію конкурентних переваг соціально відповідального підприємства.

Ключові слова: соціально відповідальність, взаємодія бізнесу та влади, фінансування суспільних потреб, соціальні інвестиції, механізми управління.

АННОТАЦІЯ

Определен главный аспект социальной ответственной деятельности предприятий. Представлено авторское понимание понятия «социальная ответственность». Исследована структура ответственности (субъект ответственности, объект ответственности и институт ответственности). Выделены внутренние и внешние составляющие социальной ответственности бизнеса. Осуществлена таксономия конкурентных преимуществ социально ответственного предприятия.

Ключевые слова: социальная ответственность, взаимодействие бизнеса и власти, финансирование общественных потребностей, социальные инвестиции, механизмы управления.

ANNOTATION

It is determined the main aspect of socially responsible business activities. It is presented the author's vision on the concept of «social responsibility». It is explored structure of the responsibility, in particular, the subject of responsibility, the object of responsibility and the institute of responsibility. It is identified internal and external components of a business social responsibility. The taxonomy of competitive advantages of a socially responsible enterprise is performed.

Keywords: social responsibility, interaction between business and government, financing of public needs, social investment, management mechanisms.

Постановка проблеми. Ринкові перетворення в Україні потребують вирішення гострих соціально-економічних проблем, більшість із яких нерозв'язані ні в теоретичній, ні в практичній площинах. Це вимагає залучення нових високоефективних інструментів у процес стратегічного управління суб'єктами господарювання. Вже апробованим на практиці інструментом є поширення концепції соціально відповідальної діяльності.

Актуальність дослідження визначається недостатнім вирішенням як наукових, так і практичних аспектів проблеми управління соціально відповідальною діяльністю в нашій країні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання соціальної відповідальності бізнесу

в різні часи досліджувалися в працях таких зарубіжних учених, як Г. Боуен, М. Вебер, К. Девіс, В. Зомбарт, М. Кейнс, А. Керол, Р. Оуен, С. Сеті, Е. Фрімен. Комплекс питань, пов'язаних із вирішенням основних завдань соціально відповідальної діяльності бізнесу, висвітлений у працях О. Амоші, Е. Лібанової, А. Колота, В. Куценко, М. Новикової, Г. Хоружого, А. Кузнецової.

Вивчаючи спеціальну літературу із досліджуваного питання, приходимо до розуміння основного його питання: чи можуть бізнесові структури бути відповідальними в принципі та у якій формі вона може проявлятися? Шукаючи відповідь, наштовхуємось на поліваріативність цього питання. Скажімо, існує думка, яка взагалі заперечує існування феномену «відповідальність бізнесу». На противагу їй має місце твердження, що бізнес є відповідальним за наслідки суспільного розвитку. Інші вчені вважають, що відповідальність нав'язується суспільством або реалізується автоматично незалежно від волі людей, або ж взагалі має Божественне начало. Проте фактично всі погляди так чи інакше зводяться до соціального складника досліджуваного поняття. Тому що вивести його за межі відповідальності перед суспільством означає продукувати соціальні конфлікти. У більшості досліджень наскрізною думкою є адресат відповідальності: людина, держава, споживач, Бог, безпосередньо сам об'єкт відповідальності. Тобто персоніфікація має великий діапазон: від жорсткої постановки людської волі на передній план до неможливості людиною відповідати за свої вчинки через Божі заборони. Такі різнопланові категорії не дають повною мірою використовувати на практиці всі елементи системи відповідальності.

З огляду на вищезазначене ми переконані, що домінантою тут є відповідальність окремої господарської одиниці перед суспільством, яка конкретизується через взаємозв'язки з кожною конкретною сукупністю суб'єктів відповідальності.

Мета статті – дослідження основних понять та принципів організації соціально відповідальної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Категорія соціальної відповідальності є бага-

торівневою, умовно її можна поділити на такі рівні, як базовий, основний, надрівень або вищий рівень. Характеристика зазначених рівнів наведена на рисунку 1.

Головний аспект соціально відповідальної діяльності промислових підприємств – це надійність і передбачення результатів своєї діяльності, відповідальність за реалізацію принципу безперервності здійснення господарської діяльності, оскільки тільки за цих умов зберігається впевненість трудових колективів у своїй соціальній захищеності, а у держави і громадських організацій з'являється можливість планувати соціальні програми за участю бізнесу.

У процесі еволюції суспільства трансформувалося уявлення про соціальну відповідальність

бізнесу, а також змінювалися терміни, що позначали цей феномен. Так, у великому економічному словнику під ред. А.Н. Азріліяна поняття «відповідальність» визначається як «необхідність, обов'язок відповідати за свої вчинки і дії» та поділяється на юридичну, дисциплінарну, матеріальну, кримінальну та моральну відповідальність. При цьому термін «соціальний» (від лат. Socialis) визначається як «громадський, пов'язаний з життям і відносинами людей у суспільстві» [1, с. 1128] і розглядається, як «обов'язок бізнесменів і менеджерів дотримуватися законів центральних і місцевих органів влади, виконувати умови контрактів», відповідаючи «перед Радою директорів, перед клієнтами, перед власним персоналом» [1, с. 721].

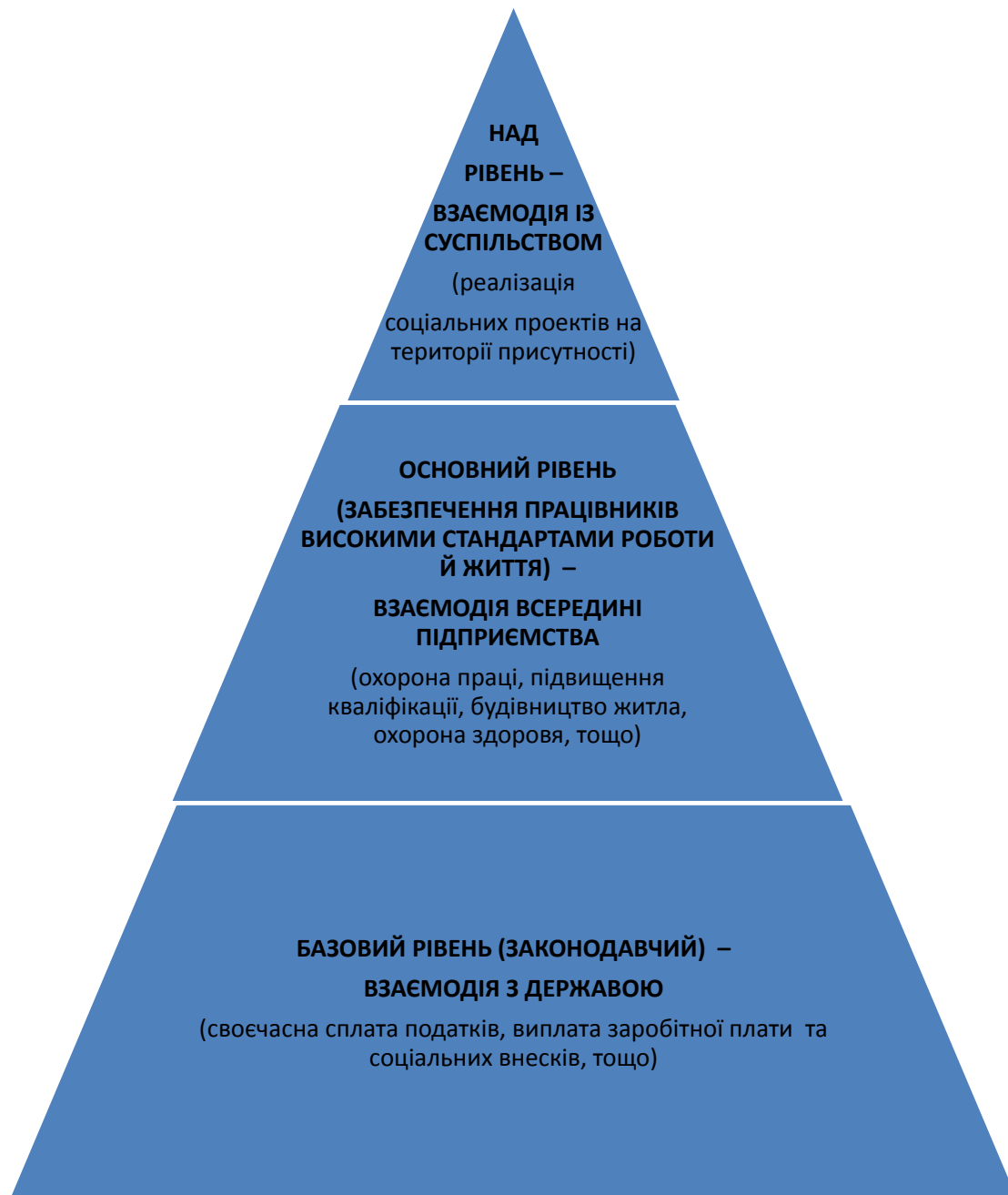


Рис. 1. Структура соціальної відповідальності за ознакою виконання функцій

Слід зазначити, що термін «відповідальність» правомірно застосовувати в поєднанні з поняттями «бізнес» і «організація» (промислові підприємства), оскільки господарюючий суб'єкт має низку зобов'язань, закріплених законодавчо або договірними відносинами (перед державою, бізнес-партнерами, персоналом, навколишнім середовищем та ін.), у тому числі і за подання звіту про свою діяльність. При цьому соціальна відповідальність бізнесу повинна проявлятися у формі підзвітності економічних суб'єктів перед суспільством.

Авторське розуміння цього поняття є таким: соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, яка базується на специфіці суб'єкта господарювання та залежить від його рівня розвитку; добровільні зобов'язання, спрямовані на реалізацію важливих внутрішніх та зовнішніх соціальних проектів, результати яких сприятимуть довготривалому та сталому розвитку.

Звичайно ж, поняття соціальної відповідальності бізнесу розглянуте й проаналізоване з різних позицій стейкхолдерів, проте й досі залишається спірною концепцією. Дебати в спеціалізованій літературі щодо цього поняття зводяться до того, що термін погано визначений, наділений емоційними інтерпретаціями, йому не вистачає теоретичних розробок. Попри неоднозначність у формулюваннях більшість дослідників погоджуються з тим, що «соціальна відповідальність» – це:

а) відповідальність – обов'язок суб'єктів господарювання (бізнесу, корпорацій, інших інституцій);

б) соціальна – зачіпає соціальну сферу як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі суб'єктів.

Актуальність теми дослідження зумовлена і тим, що більшість попередніх досліджень базувалася на етичному боці відповідальності, нехтуючи при цьому її економічний складник. Також важливими проблемами є дослідження структури відповідальності (зокрема, суб'єкта відповідальності, об'єкта відповідальності та інституту відповідальності) в розумінні органу чи об'єднання громадян, які контролюють та оцінюють відповідальність.

Під суб'єктом відповідальності розуміється суб'єкт такої діяльності, тобто той, хто відповідає (окрема людина або група людей) або чий дії наповнені відповідальним змістом щодо об'єкта. На думку І. Кона, формування суб'єкта відповідальності є неможливим без: 1) я відповідаю тільки за те, в чому приймаю участь; 2) саме моя участь означає відповідальність [2, с. 47].

Стосовно об'єкта відповідальності, то це те, за що відповідає суб'єкт. Іноді його називають предметом відповідальності, тобто це є предмет свідомої діяльності суб'єкта.

Під інститутом розуміють соціальну спільноту, яка дає оцінку соціально відповідальності діяльності економічного суб'єкта. Вони можуть бути формальними та неформальними.

Перша група – це державні органи та громадські організації, друга – різні об'єднання та групи людей.

Таке розмежування складників відповідальності є дещо умовним, оскільки соціальна відповідальність індивідуума – це вираження духовного світу та його життєвого досвіду в поєднанні, а соціальна відповідальність бізнесу – це вираження концепції бізнесу, його мети, що проявляється в щоденних бізнес-процесах.

Отже, з нашої позиції, елементами структури соціальної відповідальності бізнесу є суб'єкт відповідальності, об'єкт відповідальності, контроль та оцінка відповідальності. У цій структурі суб'єктом відповідальності є безпосередньо саме підприємство, об'єктом – усі види діяльності економічного суб'єкта, контроль та оцінка виражається процесом реагування навколишнього середовища на соціально значущі дії бізнесу. Цей підхід дає змогу встановлювати взаємозв'язок елементів соціальної відповідальності.

З метою упорядкування використовуваних понять і термінів виокремимо внутрішній і зовнішній складники соціальної відповідальності бізнесу. Їх характеристика наведена на рисунку 1.

Зовнішній блок програм визначається, як правило, наявними у країні традиціями і відповідає сучасним уявленням про соціальну відповідальність бізнесу; він спрямований на зовнішнє щодо підприємства середовище. У внутрішньому блоці зосереджені всі корпоративні програми, які використовуються для мотивації власних кадрів (різні соціальні допомоги; пільги; пенсії; система позик для співробітників, компенсації та інші аналогічні виплати).

Соціально відповідальне підприємство за стратегічного підходу до ведення бізнесу має істотні конкурентні переваги порівняно з іншими суб'єктами господарювання (таблиця 2).

Серед принципів соціальної відповідальності бізнесу можна виокремити його економічну ефективність. Широке розповсюдження цього явища спричинило появу постраціональної економіки – економіки, що не стільки базуватиметься на прагненні максимізувати прибуток, скільки намагатиметься збільшити зовнішні позитивні фактори своєї діяльності за збереження незмінно високої прибутковості та капіталізації. Тобто вектор тяжіння зміщуватиметься від так званого егоцентризму в бік соціоцентризму, що незмінно набирає обертів у європейських країнах.

Таким чином, ми переконані, що соціальна відповідальність бізнесу є інтеграцією елементів політики, практики та різноманітних програм фінансово-господарської діяльності підприємств, засобів прийняття рішень на всіх рівнях управління та їх можливого впливу на зовнішнє середовище.

Корисною тут є думка, офіційно висловлена об'єднанням корпорацій США під назвою «Біз-

нес за соціальну відповідальність», щодо корпоративної соціальної відповідальності, визначивши її як «досягнення комерційного успіху шляхами, які засновані на етичних нормах і повазі до людей, співтовариства, навколишнього середовища» [3].

Більшість країн ЄС визначає корпоративну відповідальність як «концепцію, в межах якої компанії на добровільній основі інтегрують

соціальну й екологічну політику в бізнес-операції та їх взаємини з усім колом пов'язаних із компанією організацій і людей» (Green paper ЄС) [4, с. 22].

Ми переконані, що в результаті соціальна відповідальність вигідна для бізнесу, оскільки дає змогу:

– підвищувати капіталізацію фірми через ріст іміджу та репутації;

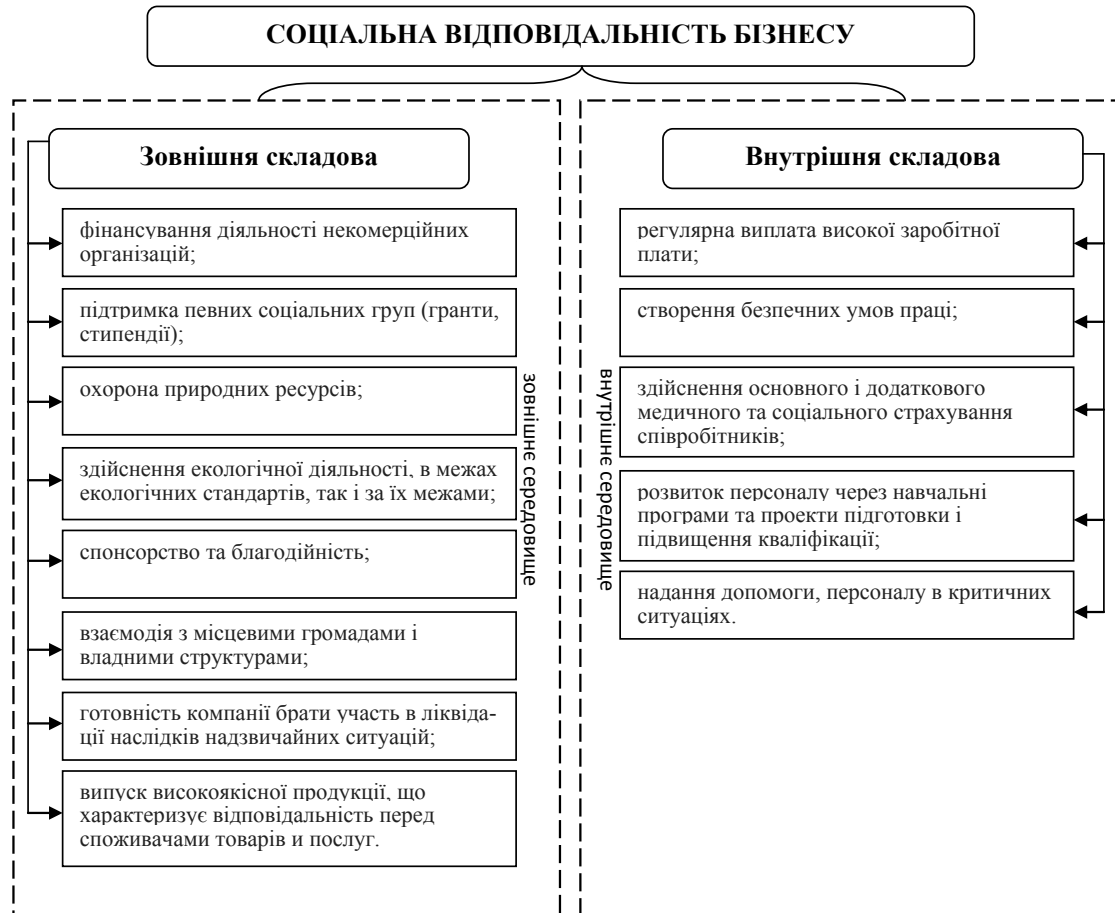


Рис. 1. Складники соціальної відповідальності бізнесу

Таблиця 2

Таксономія конкурентних переваг соціально відповідального підприємства

Зміст переваги	Характерні особливості
Вдосконалення кадрової політики	розвиток та вдосконалення власного персоналу дає змогу не тільки уникати високої плінності кадрів, а й залучати кращих фахівців на ринку;
Ріст мотивації праці	завдяки соціальній програмі підвищує задоволення співробітників своїм матеріальним і соціальним статусом, що неминуче підвищує мотивацію праці та певною мірою забезпечує зростання його продуктивності;
Покращення ділової репутації фірми	імідж соціально відповідального бізнесу сприяє поліпшенню статусу підприємства і, в кінцевому підсумку, розширенню його діяльності можливістю нарощення прибутку;
Збереження соціальної стабільності суспільства	здійснення соціальних інвестицій, що сприяє забезпеченню збереження соціальної стабільності в суспільстві загалом;
Стійкість компанії в довгостроковій перспективі	розвиток об'єктів соціальної сфери забезпечує додаткову стабільність і стійкість компанії в довгостроковій перспективі;
Можливість залучення додаткового інвестиційного капіталу	завдяки високому рівню довіри як до соціально відповідального партнера з'являється велика ймовірність залучення інвестиційного капіталу порівняно з іншими підприємствами.

– збільшувати рівень продуктивності праці через розвиток та удосконалення власного персоналу і залучення фахівців із зовнішнього середовища;

– забезпечувати високу ефективність процесів через мотиваційні інструменти в раціоналізації кругообігу капіталу: засобів праці, предметів праці та безпосередньо самої праці;

– висвітлювати сукупну діяльність підприємства в ЗМІ та рекламувати товари чи послуги, а не лише той її вид, який залучений в соціальні проекти;

– залучати більшу масу інвестиційного капіталу через ріст капіталізації;

– здійснювати заходи з охорони та збереження навколишнього природного середовища шляхом дотримання екологічних стандартів;

– забезпечувати стабільність у суспільстві через здійснення соціально значущих проектів на території розміщення;

– досягати за рахунок синергії застосованих заходів стійкого розвитку підприємства в середньостроковій та довгостроковій перспективі.

Основними принципами прийняття соціально відповідальних рішень є прагматичність дій (отримання стабільно високого доходу і прибутку); дотримання прав людини (на здоров'я, освіти та праці) та соціальна справедливість (справедливий розподіл благ і відповідальність перед суспільством).

Висновки. Таким чином, явище, яке дістало масове розповсюдження в країнах Європи та США, все активніше з'являється в терміноло-

гії вітчизняного бізнесу. На зміну «випадковому підходу» (дій на вимогу профспілок та місцевої влади) життєво необхідними є корпоративні стандарти відносин бізнесу з працівниками, суспільством та державою. Незважаючи на мінімум досвіду в реалізації принципу відповідальності у вітчизняних суб'єктів господарювання, незаперечним є факт їх наростаючої соціальної активності (в певних ситуаціях це ще й закрита від громадськості інформація). Водночас вітчизняний бізнес спроможний брати участь у соціальних програмах та на цій основі формувати соціальну звітність на публічному рівні у разі регламентації та визначення на юридичному рівні такої діяльності з боку держави. Ми припускаємо, що бізнес, зацікавлений у збільшенні своєї капіталізації на світовому ринку, активніше реалізовуватиме соціальні проекти та пред'являтиме всім користувачам нефінансову звітність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
2. Кон И.С. Личность как субъект общественных отношений / И.С. Кон. – М.: Знание, 1966. – С. 47.
3. Business for Social Responsibility // www.bsr.com.
4. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации) / Г.Л. Тульчинский. – СПб.: «Справочники Петербурга», 2006. – 104 с.