

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій з дисципліни
для студентів спеціальностей 073 «Менеджмент»,
075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Розділ 1: СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Харків – 2021

1.1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Основними векторами сучасного цивілізаційного економічного зростання є процеси подолання глобальних кризових явищ та досягнення стійкості на основі соціальної відповідальності.

Протягом останніх 60 років концепції сталого розвитку та соціальної відповідальності є найбільш активно розвиваємими. Практичного становлення вони набували за результатами численних міжнародних самітів, конференцій зі сталого розвитку (Ріо-де-Жанейро – 1992, 2012 рр, Йоганнесбург – 2002 р.), Давоських економічних форумів, через розробку великої кількості міжнародних стандартів (Глобальний договір (ГД) ООН (Global Compact), GRI (Global Reporting Initiative), SA 8000 (Social Accountability International's), ISO (International Standards Organization) 14000, AA 1000 (AccountAbility) тощо), роботу міжнародних організацій (ООН, ГД ООН, МОП, ВООЗ та ін.), значної кількості міжнародних інститутів та національних науково-дослідних установ.

Теоретико-методичні основи формування механізму сталого розвитку розкрито у працях вітчизняних та зарубіжних вчених: Балацького О.В., Буркінського Б.В., Веклич О.О., Возняка В., Данілішина Б.М., Дорогунцова С.І., Ендерса А., Кена Й., Коммонера Б., Леві І., Маслоу А., Медоуза Д., Олдака П.Г., Форрестера Дж., Черняка В., Чухна А.А. та інших дослідників.

Але наразі більшість національних економік все ще намагаються подолати наслідки глобальних кризових явищ та зіштовхуються з новими ризиками. В таких умовах актуальною є проблема знаходження нової концепції відновлення глобального економічного процвітання, формування нового світового економічного порядку на основі сталого розвитку.

На початку ХХІ століття концепція сталого розвитку стала не тільки найпопулярнішою і найдосліджуваною новою теорією, а й найбільш практично застосовуваною: всі розвинені і більшість країн, що розвиваються (у тому числі Україна), висловили прагнення слідувати у напрямку до сталого розвитку. Майже всі офіційні державні та міжнародні документи за останні двадцять п'ять років в якості базової ідеології використовують поняття сталого розвитку. Вже до 1990 року існувало близько 60 визначень сталого розвитку. Основним можна вважати визначення Міжнародної комісії з проблем навколишнього середовища і розвитку, дане в 1987 році і представлене в доповіді, що була підготовлена під керівництвом прем'єр-міністра Норвегії Гру-Харлема Брутланда: «Сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби».

Історично світовий генезис концепції сталого розвитку має три основні етапи:

У 1992 році в Ріо-де-Жанейро за участі глав 179 держав відбулася перша міжнародна конференція, яка рекомендувала в якості основи для подальшого існування світового співтовариства концепцію сталого розвитку. Головний

документ Ріо – 1992 «Порядок денний на ХХІ століття» являв собою програму дій з метою зробити розвиток стійким із соціальної, екологічної та економічної точок зору. В тексті підкреслювалося, що не можна розглядати довкілля і соціально-економічний розвиток як ізольовані області. Дві мети, – висока якість навколишнього середовища і здорова економіка для всіх народів світу, – повинні розглядатися в єдності.

Всесвітні конференції зі сталого розвитку

4 вересня 2002 року в Йоганнесбурзі відбулась друга Всесвітня конференція зі сталого розвитку, що отримали назву «Саміт Землі» і зібрала понад 60 тисяч делегатів з 189 країн світу. Основними завданнями «Йоганнесбурга – 2002» були оцінка глобальних змін, які сталися після «Ріо-92», та узгодження «Плану зі сталого розвитку Землі до 2015 року». Проте, багато аналітиків відзначили провал форуму, так як новий «План дій» не містив конкретних заходів з надання допомоги країнам «третього світу», не дійшли згоди представники Євросоюзу та делегати від США й ОПЕК за конкретною датою переходу до виробництва 15 % електроенергії з альтернативних джерел і т.д. Крім того, через десять років можна було констатувати, що, незважаючи на ініціативи по досягненню сталого розвитку, що робилися урядами, міжнародними організаціями, діловими колами, групами громадянського суспільства та приватними особами, завдання, поставлені конференцією «Ріо-92», так і не були реалізовані.

Тому третій міжнародний Форум ООН зі сталого розвитку «Майбутнє, якого ми хочемо» традиційно відбувся ще через десять років – 20-22 червня 2012 року в Ріо-де-Жанейро («Ріо + 20»), де 45 тисяч учасників зі 188 країн проголосили перехід від незаподіяння шкоди до створення позитивного соціального впливу: «Визнаючи, що досягнення сталого розвитку є занадто великим завданням для будь-якого суспільного сектора, будь то уряд, міжнародні організації або громадянське суспільство, Глобальний договір ООН закликає ділове співтовариство, – двигун створення робочих місць, інновацій, капіталу та інвестицій, – вжити заходів до здійснення цілей ООН, включаючи мир і безпеку, цілі розвитку тисячоліття, права людини, права дітей, гендерну рівність, охорону здоров'я, освіту, гуманітарну допомогу, зайнятість і гідні умови праці, а також боротьбу з корупцією. Компанії можуть вишукувати можливості для внесення вкладу в сталий розвиток у рамках основної діяльності, соціальних інвестицій та благодійництва та (або) участі в розробці публічних політик сприянням сталому розвитку».

Теоретичний фундамент сталого розвитку був закладений в усі сучасні економічні, соціальні та екологічні міжнародні стандарти: Глобальний договір (ГД) ООН (Global Compact), Керівництво по звітності в галузі сталого розвитку Глобальної ініціативи зі звітності – GRI (Global Reporting Initiative), SA 8000 «Соціальна відповідальність» (Social Accountability International's), AA 1000 (Account Ability), серії стандартів екологічного менеджменту ISO 14000 – 14001, ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» та інші.

Але сьогодні можна констатувати, що, незважаючи на ініціативи по досягненню сталого розвитку (збереження довкілля, викорінення бідності тощо), які робилися урядами, міжнародними організаціями, діловими колами, групами громадянського суспільства та приватними особами, існуючі умови забезпечення економічного, соціального та екологічного благополуччя для нинішнього і майбутнього поколінь погіршуються. Ось лише деякі факти:

- нестримний розвиток техногенного типу світової економіки призвів до виникнення глобальних екологічних проблем (опустелювання та збезліснення, парниковий ефект і руйнування озонового шару, кислотні дощі та забруднення світового океану, дефіцит прісної води та зникнення багатьох видів тварин і рослин та т.і.), кожна з яких здатна привести до деградації людської цивілізації;
- у зв'язку з перенаселенням, найбільш серйозні глобальні проблеми: безробіття і брак природних ресурсів. При чисельності населення планети майже 7,3 млрд людей (2015 рік) існує катастрофічна нестача природних (сировинних) ресурсів Землі, яких за прогнозом ООН вистачить лише на 60 років;
- глобальна економіка, перебуваючи у стагнації, в рамках існуючої бізнес-моделі, досягла своїх меж економічного зростання. Виявився непотрібним головний продуктивний ресурс – праця. Вже через місяць після фінансової кризи 2008 року Міжнародна Організація Праці (МОП) повідомила про втрату 50 мільйонів робочих місць. Країни, що розвиваються відчули удар внаслідок масових звільнень в офіційному секторі і зниження доходів у неформальній економіці. При цьому самою незахищеною групою населення є люди молодше 24 років: більше 25% молодих людей у світі є безробітними. За даними МОП чисельність безробітних у світі досягла рекордних показників – більше 200 млн чол;
- домінуюча модель ринково-капіталістичного зростання абсолютно відвернута від реальних потреб суб'єкта, заради якого, власне, і відбувається еволюція людства і розвиток економіки, – населення. Так, близько 2 млрд чол у світі намагаються вижити менш ніж на два долари в день, не маючи доступу до продовольства, воді, охорони здоров'я, енергії і всього самого необхідного. Навіть у найбільш успішному Євросоюзі близько 84 млн чол (майже 17% від усього населення країн-членів ЄС) живуть за межею бідності;
- стали критичними розшарування доходів різних соціальних верств і, як наслідок, соціальна нерівність. 61 млн чол у світі отримують дохід такий же, як і 3,5 млрд чол з найбільш низькими доходами: тобто, на кожен долар, одержуваний найбільш заможними людьми світу, найбільш бідні отримують 1,7 цента. За підрахунками відомої агенції Oxfam (Велика Британія) для викорінення убогості в усьому світі вистачило би 25% доходів 2012 року топ-100 супербагатих людей. «Бідна» половина світового населення володіє всього 1% благ, тоді як найбагатший 1% населення володіє майже половиною всіх активів. При цьому 70% світового багатства зосереджено в руках 10% населення і на цей «золотий мільярд» припадає 400 млн т електронних

відходів з більш високою концентрацією металу, ніж у витягнутих з надр землі рудах.

Глобальні ризики

Темпи сучасного світового розвитку та трансформаційні зрушення виявляють все нові глобальні кризові процеси. Ще в 2012 році Всесвітній економічний форум (ВЕФ), – Давос-2012, – пророкував десятиліття потрясінь і важких випробувань для всього світу. Основними глобальними ризиками – 2012 за ступенем впливу та ймовірності були названі: фінансові, бюджетний дисбаланс, кібер-атаки, нерівність доходів, криза водопостачання, зростання шкідливих викидів, нестача продовольства, нестабільність цін на продукти та енергоносії.

Давос-2013 визначив наступні глобальні ризики за ступенем впливу та ймовірності: хронічні фінансові дисбаланси, велика системна фінансова криза, розповсюдження зброї масового ураження, значна нерівність у доходах, збільшення викидів парникових газів, криза водопостачання, помилки в пенсійному забезпеченні, нестача продуктів харчування.

У доповіді Світового економічного форуму 2014 року (Давос-2014), на основі аналізу опитування більш ніж 700 світових політичних і бізнес лідерів, було вибрано основні глобальні ризики (31), згруповані за п'ятьма категоріями: економіка, навколишнє природне середовище, світова політика, суспільство і технології. Топ-10 найбільш руйнівних глобальних ризиків – 2014 виглядали наступним чином:

1. Фіскальні кризи в ключових економіках.
2. Високе структурне безробіття і неповна зайнятість.
3. Водні кризи.
4. Нерівність доходів.
5. Помилки в боротьбі із змінами клімату.
6. Почастішання повеней, штормів, пожеж та інших екстремальних погодних явищ.
7. Помилки глобального управління.
8. Продовольча криза.
9. Крах великого інституту чи фінансового механізму.
10. Посилення політичної та соціальної нестабільності.

У новій доповіді ВЕФ (Давос-2015) на думку 900 експертів виділено 28 глобальних ризиків на тимчасовому обрії в 10 років. Ризики також групувалися за п'ятьма категоріями: економіка, навколишнє природне середовище, світова політика, суспільство і технології.

П'ять провідних глобальних ризиків – 2015 з точки зору ймовірності:

1. Міждержавні конфлікти з регіональними наслідками (геополітичні ризики).
2. Екстремальні погодні явища (екологічні ризики).
3. Проблеми державного управління (геополітичні ризики).
4. Розпад державності і криза державних інститутів (геополітичні ризики).

5. Високий рівень структурного безробіття або неповної зайнятості (економічні ризики).

П'ять провідних глобальних ризиків – 2015 з точки зору впливу:

1. Кризи, пов'язані із дефіцитом водних ресурсів (соціальні ризики).

2. Масове поширення інфекційних захворювань, глобальні епідемії (соціальні ризики).

3. Поширення зброї масового знищення та терористичні атаки (геополітичні ризики).

4. Міждержавні конфлікти з регіональними наслідками (геополітичні ризики).

5. Проблеми адаптації до зміни клімату (екологічні ризики).

Як показали результати дослідження, у 2015 році геополітичні, соціальні та екологічні ризики є головними небезпеками для світу в найближчі роки. При чому головними викликами для глобального світу стануть геополітичні ризики: зокрема, події в Україні, Сирії та Іраку. Автори дослідження зазначили, що в попередні роки, особливо після глобальної економічної кризи, геополітичні ризики практично не загрожували світопорядку, але через 25 років після закінчення Холодної війни геополітика знову постала у центрі глобального порядку денного.

Слід зазначити, що особливістю глобальних ризиків і криз є їхній тісний взаємозв'язок: вони впливають один з одного і виникнення одних призводить до виникнення або загострення інших. Так, найближчим часом глобальні ризики навколишнього середовища, на думку світових експертів, впливатимуть на топ-5 соціально-економічних глобальних проблем, а саме: продовольча криза, пандемії, хронічні захворювання від стійких до антибіотиків бактерій, безгосподарна урбанізація, техногенні екологічні катастрофи, що в кінцевому рахунку призводитиме до політичної та соціальної нестабільності. Геополітика все більше впливає на економічні процеси по всьому світу, оскільки економічні інструменти все частіше застосовуються для вирішення геополітичних завдань: з одного боку, держави намагаються розширити геополітичний вплив через політику міжрегіональної економічної інтеграції та створення торговельних союзів, з іншого – використовують в якості засобів впливу такі інструменти, як протекціонізм або економічні санкції.

Глибокі багаторічні деструктивні наслідки глобальних ризиків і криз, нездатність їх передбачити, неспроможність існуючих систем глобального управління (держав та міжнародних інститутів) гнучко реагувати на них, сучасні геополітичні загрози принципам глобального економічного співробітництва, стагнаційна техногенна світова економіка свідчать про необхідність зміни глобальної економічної моделі. Останнім все більше переймається прогресивна світова спільнота.

1.2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідивши закономірності подальшого світового розвитку і основні глобальні ризики, Група високого рівня з метою «...повністю звести нанівець крайню убогість в будь-яких її проявах» представила рекомендації (30.05.2013 р) за загальносвітовим розвитком після 2015 року, що має включати п'ять великих перетворень: Рекомендації міжнародних експертів Групи високого рівня (30 травня 2013 р.) з п'яти великих перетворень загальносвітового розвитку після 2015 року: 1) викорінення убогості в будь-яких її проявах; 2) стійкий розвиток; 3) перетворення економік для створення нових робочих місць та сприяння всеосяжному економічному зростанню; 4) створення чесних і ефективних, відкритих і відповідальних інститутів для всіх; 5) формування нового глобального партнерства на основі нового духу солідарності, співробітництва і взаємної відповідальності.

Вищезазначене підтверджує, що ключ до сучасного вирішення проблеми світового та національного сталого розвитку, на нашу думку, знаходиться у переході до моделі соціально відповідальної економіки. Соціальна відповідальність розуміється нами як економічна, екологічна, соціальна, етична відповідальність господарюючих суб'єктів, – лідерів бізнесу, держави, міжнародних співтовариств, а й від окремих індивідів, профспілок і НКО, чиновників усіх рівнів, освітніх установ і науково-дослідних організацій, інших представників громадянського суспільства, окремих індивідів, – за вплив їхньої діяльності на суспільство, навколишнє природне середовище, задоволення потреб різних зацікавлених сторін, з метою створення умов для сталого розвитку.

Економічне, соціальне та екологічне і, як показали міжнародні події 2014-2015 рр, геополітичне й протистоять один одному, й одночасно складають єдність, тому не повинно бути вибору «або – або». Фундаментальною передумовою нового бачення глобальних екологічних, економічних і соціальних проблем, на нашу думку, є те, що ні навколишнє природне середовище, ні економіка, ні соціум не можуть далі розглядатися як ізольовані одна від одної системи. В ході дедалі більшої тристоронньої взаємодії економіки, соціуму та природи формується єдиний суспільний простір, в межах котрого будь-яке економічне рішення буде супроводжуватися екологічними і соціальними наслідками, а зміни в навколишньому середовищі набувають соціального значення та економічного вимірювання і прийняття адекватних управлінських рішень. Тому помилковим представляється акцентування уваги на крайнощах. Продуктивніше виглядає виділення в надрах ринкового постринкового, знаходження форм і механізмів його існування і розвитку, реалізація діалектичного руху від вільно-ринкового до свідомо-ринкового на основі глобальної соціальної відповідальності.

Таким чином, курс на сталий розвиток на основі соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів – запорука вирішення глобальних проблем сучасності та поліпшення якості життя людини XXI століття, а перехід

до моделі соціально відповідальної економіки – об'єктивна закономірність сталого глобального і національного розвитку.

Соціальна відповідальність базується на пошані інтересів не тільки своєї фірми, але і партнерів, клієнтів і суспільства в цілому. Дане правило розповсюджується також на конкурентів — забороняється завдавати їм збитку прийомами, що виходять за рамки конкурентної боротьби. Етика виступає за отримання благ максимальним числом учасників ринку і рівні можливості доступу до них.

Порушення прав власності, привласнення закритої інформації, недостовірна реклама, тиск свободи споживацького вибору, комерційне шпигунство викликають деформацію ринкових відносин, підвищують ризики і транзакційні витрати. Нечесна інформація відштовхує покупців, дискримінація по непрофесійних ознаках і "переманювання мізків" спотворюють відносини на ринку праці. Отримання вигідних замовлень не на конкурсній основі, а по блату, за хабар або за допомогою шантажу і загроз також руйнує ринок.

Основа сучасної соціальної відповідальності – соціальний контракт (неформальна угода компанії і її зовнішнього оточення про єдині норми поведінки) і соціальна відповідальність фірми (максимальне використання її переваг і зведення до мінімуму недоліків, які зачіпають як учасників бізнесу, так і суспільство в цілому).

Не дивлячись на інтенсивний розвиток соціальної відповідальності, в науковій літературі поки немає їй однозначного визначення. Найчастіше вона виражається через такі категорії, як соціальні зобов'язання, соціальна взаємодія і соціальна чуйність.

Соціальне зобов'язання виявляється у тому, що, по-перше, менеджмент і бізнес беруть на себе відповідальність перед працівниками, акціонерами і державою за прибуткове ведення справи; по-друге, менеджмент і бізнес беруть участь в різного роду соціальних програмах.

Соціальна взаємодія виявляється через реакцію менеджменту і бізнесу на існуючі соціальні норми і цінності. Організації, як мінімум, повинні враховувати і відшкодовувати суспільству екологічні і соціальні витрати своєї діяльності. Як максимум, вони повинні добровільно брати на себе рішення суспільних проблем, навіть якщо це не наказано законом. Соціальна взаємодія вдягається в правові норми (наприклад, організації одержують податкові пільги, коли роблять внески до добродійних фондів).

Соціальна чуйність виражається у пошуках рішення соціальних проблем — від будівництва будинків відпочинку для своїх працівників до допомоги місцевим школам або малому бізнесу.

При узгодженні вибраної філософії соціальної відповідальності з планами дії фірми менеджер має нагоду розглянути соціальну відповідальність в просторі від якнайповнішого до мінімального виконання соціальних зобов'язань. При цьому він аналізує обов'язкові різновиди соціальної відповідальності (економічну, правову, етичну). Економічна відповідальність — самий основний соціальний обов'язок фірми, вона відображає зобов'язання фірми працювати прибутково і витратити прибуток на розширене відтворення

капіталу і найманої робочої сили. Правова відповідальність відображає зобов'язання фірми підкорятися законам. Етична відповідальність полягає в правильній або пристойній поведінці компаній. Етична відповідальність — відображає зобов'язання, масштаб яких ширший правовій відповідальності фірми, але вони не є обов'язковими.

Три рівні соціальної відповідальності не можна розглядати ізольовано. Вони частково співпадають не тільки один з одним, але також і з іншими елементами виробничого оточення. Менеджери, що мають справу з питаннями соціальної відповідальності, повинні мати на увазі: соціальне зобов'язання виявляється у тому, що, по-перше, менеджмент і бізнес відповідальні перед своїми працівниками, акціонерами і державою за прибуткове ведення справи; по-друге, вони беруть участь в соціальному забезпеченні населення і інших соціальних програмах.

Етична дилема соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність діє на трьох супідрядних ієрархічних рівнях.

1. Світовий рівень (гіпернорми). Ці норми засновані на загальнолюдських цінностях і зафіксовані в "Принципах міжнародного бізнесу" — всесвітньому етичному кодексі, прийнятому в 1994 р. в Швейцарії представниками провідних компаній і консультантами бізнесу із США, Західної Європи і Японії. У стислому вигляді вони зводяться до соціальної відповідальності бізнесу (створення суспільних благ, робочих місць, підвищення рівня життя клієнтів, що служать і акціонерів, а також населення в цілому); модернізації технологій, методів виробництва, маркетингу і комунікацій; підвищенню довіри до бізнесу; пошані правових норм і забезпеченню рівних можливостей в конкуренції; визнанню верховенства етичних норм (деякі операції, дозволені законом, можуть бути неприйнятні з погляду моралі); сприянь свободі багатобічної торгівлі; поважному відношенню до навколишнього середовища; відмові від протизаконних дій (хабарництва, відмивання грошей, продажу зброї терористам, наркоторгівлі).

Особливо виділяються моральні зобов'язання компаній і підприємців по відношенню до наступних категорій осіб:

- покупцям (висока якість товарів і послуг, чесність в рекламі, пошана людської гідності);
- працівникам (гідна оплата і умови праці, охорона здоров'я і працездатності, рівні права і можливості трудовлаштування);
- власникам і інвесторам (гарантування справедливого прибутку на вкладений капітал, вільний доступ до інформації, обмежений лише рамками закону і умовами конкуренції);
- постачальникам (справедливі і чесні відносини з ними, включаючи ціноутворення, ліцензування, відсутність примушення і зайвих судових розглядів, обмін інформацією і залучення до участі в процесі планування, своєчасна оплата поставок і ін.);

- конкурентам (взаємна пошана, розвиток відкритих ринків товарів і капіталів, відмова від використання сумнівних засобів досягнення конкурентних переваг, пошана прав власності);

- місцевому населенню (дотримання прав людини, пошана культурної цілісності, спонсорські акції, участь компаній в цивільному житті).

Гіпернорми є очолюючими по відношенню до національних і корпоративних етичних кодексів і правил.

2. Макрорівень (у масштабі галузі або національної економіки). Це гіпернорми і близькі до них етичні постулати, реалізовані в галузевих або національних кодексах етики бізнесу (наприклад, "Дванадцять принципів ведення подів в Росії"). Йдеться про пошану приватної власності і ринкової конкуренції, достовірності інформації, відсутність несправедливої дискримінації на ринку праці. Соціальні контракти полягають на макро- і мікрорівнях.

3. Мікрорівень (у масштабі окремої фірми і її клієнтів). Це принципи довіри і відсутності дискримінації у відносинах між постачальниками і покупцями, персоналом і адміністрацією, менеджерами і акціонерами і т.д. Їх порушення вабить різні втрати (зростання накладних витрат, конфліктні ситуації і ін.). На даному рівні розв'язуються і постійно виникаючі (особливо у сфері управління людьми) приватні етичні проблеми.

Як зробити ці принципи працюючими? Не секрет, що менеджери, звиклі до кількісних критеріїв ефективності і випробовуючі брак часу, нерідко прагнуть нехтувати етичними рішеннями, що представляють для них відомі труднощі. Дуже непросто також оперувати різними рівнями етичних норм. Гіпернорми можуть суперечити мікрорівневим нормам і іншим конкретним задачам бізнесу. Допомогти тут (хоча і в обмеженому ступені) можуть стандартні прийоми і деякі нові рекомендації фахівців з введення етичних рішень в практику управління.

Як будь-яке суспільне явище соціальна відповідальність має свої обмеження, тому менеджери повинні мати уявлення про аргументи як в користь, так і проти дотримання принципу соціальної відповідальності. На користь дотримання принципу соціальної відповідальності говорить, по-перше, те, що у соціально відповідальних організацій складаються сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи; по-друге, надання допомоги в рішенні соціальних проблем не завжди вимагає значних витрат, але формує перевагу громадськості до фірми і її товарів, створює позитивний імідж підприємству; по-третє, впорядкованість і законність в суспільстві, формовані за рахунок соціально відповідальної поведінки підприємств, підсилюють стабільність середовища функціонування бізнесу.

Проти дотримання принципів соціальної відповідальності говорять такі аргументи: по-перше, напрям частини засобів на соціальні потреби зменшує прибуток і підвищує ціни, що може позначитися на зниженні конкурентоспроможності товарів; по-друге, у підприємства не завжди є можливість і засоби інформувати громадськість про свої соціальні дії; по-третє, вітчизняні підприємства не мають досвіду вирішення соціальних проблем.

Тому має сенс аналізувати ефективність своїх соціально відповідальних дій в наступних сферах:

1. Економічна функція. Дуже важливо оцінити економічний внесок, який вносить компанія в процвітання суспільства тим, що створює професії, нові робочі місця, виробляє товари і послуги, платить фіксовану заробітну платню і гарантує робітникам безпеку.

2. Якість життя. Чи покращує компанія загальну якість життя суспільства. Виробництво високоякісних товарів і спроби уникнути забруднення навколишнього середовища — це два приклади дій компанії, направлених на поліпшення якості життя.

3. Соціальні інвестиції. Параметри цієї категорії показують розмір вкладень компанією грошових і трудових ресурсів в рішення соціальних проблем.

Відповідно до принципу етичного імперативу моральні рішення не повинні залежати від конкретного результату (будь-який хабар є зло, обман одного клієнта так само аморальний, як і багатьох).

Застосовувати на практиці обидва ці принципи достатньо складно. Виявити круг "зачеплених" рішенням осіб і організацій, прорахувати всі наслідки, а головне, визначити, чиїми інтересами поступитися, — трудомістка, а іноді нездійсненна задача.

Так, розширення кредиту вигідне споживачам, але чревате скороченням надходження прибутків, нанесенням збитку компанії і акціонерам. Успішний страйк важливий для робітників даного підприємства, але зазнає збитки працедавцям і клієнтам, не відповідає інтересам споживачів. Визначити, яке із злий "якнайменше", одним методом "віднімання" неможливо.

Хоча принципи утилітаризму і етичного імперативу застосовуються (у модифікованому вигляді) в сучасній етиці бізнесу, для вирішення ряду складних питань використовуються і інші методи.

При виникненні конфлікту між етичними нормами різних рівнів його рекомендується вирішувати за принципом пріоритетності. Такий конфлікт можливий при розміщенні філіалів компанії в країнах або регіонах з іншою культурою. Хоча гіпернорми і макронорми повинні домінувати, необхідно зважати і на мікронорми.

Так, якщо західна компанія створює підприємство в економічно відсталій країні, вона вводить прийняті на Заході правила техніки безпеки, забороняє несправедливу дискримінацію при наймі і використання дитячої праці. Вважається, що дані гіпернорми відповідають як інтересам цієї країни, так і її розвинених партнерів. Разом з тим оплата праці повинна відповідати місцевим стандартам, щоб не дестабілізувати економіку і витримати "принцип справедливості" відносно інших підприємств.

Сучасна етика бізнесу віддає пріоритет тим локальним нормам, які чітко формулюються, оскільки інакше їх важко використовувати для ухвалення рішень

Неоднозначний, зокрема, питання про зайнятість жінок на фізично важких роботах. У деяких країнах це широко практикується, тоді як на Заході

вважається неприпустимим. Конфлікт норм, таким чином, в наявності. Якщо навіть доводиться вирішувати подібне питання на основі місцевих звичаїв, моральні міркування не повинні повністю ігноруватися. Можна ввести спеціальні програми полегшення умов праці або систему компенсацій. Важливо в міру можливості забезпечити «пригонку» норм і їх логічний взаємозв'язок.

При розробці управлінських рішень доводиться розглядати і зважувати їх економічні, технологічні, політичні, соціальні і етичні аспекти. Якщо враховуються всі або більшість з них, рішення виявляється найбільш обґрунтованим. Самі обґрунтування або приймаються, або використовуються для вироблення альтернатив, або відкидаються.

Моральний аспект має багато рішень, що зачіпають інтереси інших людей або організацій, але правильний вибір не завжди лежить у області етики. Наприклад, для репутації фірми важливо з'ясувати, чи зменшать вигоду від реструктуризації моральні витрати, що виникають унаслідок скорочення штатів, або, навпаки, компанія швидше виграє, чим втратить, скажімо, в очах інвесторів, а, мабуть, скорочення штатів безальтернативне і не підлягає моральній оцінці.

Хоча для бізнесу економічне обґрунтування ухвалюваних рішень виконує провідну роль, це не значить, що етика поступається або перешкоджає економічній або іншій вигоді. Позиція менеджерів, що нерідко приписують етиці "антиприбуткову" спрямованість і що виключають її з розгляду, помилкова. При виробленні оптимального рішення важливо, щоб етичні міркування підсилювали дію економічного або інших чинників, а ті в свою чергу підсилювали дію етичного. Етика не претендує на роль "судді", вона швидша направлена на ухвалення обґрунтованого рішення, виправданого зі всіх точок зору.

Можна, скажімо, підкріпити технологічне рішення, ясне тільки фахівцям, моральними аргументами, зрозумілими співробітникам фірми і прийнятими в її організаційній культурі. Рішення виділити асигнування для спонсорської діяльності або на нові очисні фільтри неможливе аргументувати економічними міркуваннями, але тут "спрацює" етика, що враховує соціальні пріоритети. Продаж спиртного неповнолітнім збільшує прибуток, але не допустима з етичної, правової, соціальної точок зору, і їх сукупність переважає економічні доводи. Якщо з економічних або технологічних причин не можна підвищити якість продукції, етичні вимоги до неї не зникають, а зводяться до мінімально прийнятого рівня (нешкідливість товару, невелике число реклаमाцій).

Необхідність етичного обґрунтування ухвалюваного рішення з'являється в тих випадках, коли у керівництва виникає відчуття, що можуть бути порушені стандарти ділової моралі. При цьому беруться до уваги корпоративні етичні кодекси, а при виникненні нестандартної ситуації головну роль виконують етичні погляди керівництва або групи менеджерів рівного службового статусу.

Сама гострота етичного аспекту, тобто явна необхідність на нього зважати, визначається рядом прогнозованих чинників. Йдеться про

масштаб моральних наслідків, як позитивних, так і негативних; соціальному консенсусі — ступені морального схвалення або засудження суспільством, клієнтами і (або) колективом організації рішення або дії; вірогідність збитку або користі від ухвалюваного рішення для зацікавлених груп; швидкості прояву наслідків; величині дистанції (психологічної, культурної, службової) між особами, що ухвалюють рішення, і тими, кого ці рішення зачіпають (якщо дистанція мала, то наслідки виявляться швидко, а якщо велика, то вони дійдуть поволі, в ослабленому вигляді або не виявляться взагалі); концентрації наслідків, тобто відсотку осіб, на яких розповсюджуються наслідки ухваленого рішення.

Визначення гостроти етичного аспекту — складний процес, залежний від моралі ухвалюючих рішення менеджерів і їх положення в ієрархії.

Звичайно рішення ухвалюються тоді, коли їх ефективність вище мінімально прийнятної рівня, і відкидаються інакше.

Наприклад, економічне рішення відкидається, якщо норма прибутку на інвестиції буде нижче заданою величини. З погляду етики рішення неприйнятне, якщо воно створює конфлікт інтересів. Мінімально прийнятна ініціатива схвалюється, якщо інші рішення підкріплюють її і в сукупності дають вигоду (метод сукупної вигоди).

Нарешті, крупні хабарі, обман і дискримінація при трудовлаштуванні створюють гострі негативні етичні проблеми, чреваті фінансовими втратами.

Гнучке застосування ділової етики дозволяє провідним західним фірмам максимально використовувати потенціал етичного чинника, не створюючи конфлікту з рештою компонентів.

Що стосується українських компаній, то ще кілька років тому існувала можливість швидкого успіху тільки завдяки відсутності конкуренції, відмиванню грошей, отриманню пільг, обдурю вкладників, ухиленню від сплати податків. Сьогодні ситуація міняється, і важливою умовою швидкого розвитку бізнесу стають засвоєння і дотримання прийнятих в світовій практиці етичних норм, а також прийомів їх використання. У цих умовах велике значення матимуть вітчизняні розробки, пов'язані з етичним обґрунтуванням управлінських рішень.

Проблеми моралі, що виникають в господарській діяльності, завжди привертала до себе увагу і в тому або іншому ступені розглядалися в загальному контексті етичних проблем, але до недавнього часу вони не мали самостійного значення і бізнес "відчував себе" вільним від "моральних комплексів". Але ситуація кардинальним чином змінилася в кінці 1960-х рр. В результаті післявоєнного економічного зростання в капіталістичних країнах відбулося помітне збільшення багатства і могутності крупного бізнесу. На тлі цього процесу особливо зухвало виглядали зловживання, що допускаються крупними корпораціями: хабарництво, фальсифікація звітності, випуск недоброякісної продукції, забруднення навколишнього середовища і ін. В кінці 1960-х – на початку 1970-х рр. факти зловживань викликали крупні суспільні скандали в США і Західній Європі, які продемонстрували гостроту конфліктів між інтересами корпорацій і суспільства. З того часу спостерігається інтерес,

що росте, до проблем соціальної відповідальності. Розглянемо основні категорії етики бізнесу та взаємозв'язки між ними.

Моральні цінності і норми поведінки

Мораль – це один з найважливіших способів регулювання поведінки людини в суспільстві за допомогою норм, заснованих на уявленнях про добро і зло, справедливе і несправедливе відношення до інших, правильну і неправильну поведінку. Стандарти моральної поведінки необхідні суспільству для того, щоб погоджувати цінності й інтереси людей в їх взаємодії один з одним і тим самим підтримувати громадський порядок. Можна стверджувати, що за допомогою моралі все суспільство об'єднується в єдине ціле, при цьому обмежуються егоїстичні устремління людей.

Мораль і етика

Мораль є предметом дослідження такої філософської дисципліни, як етика. Етика – галузь філософії, яка займається дослідженням природи моралі і моральної оцінки, вивченням питань про те, що є добром і злом, чеснотою і пороком, корисним і шкідливим. Поняття "мораль" і "етика" часто використовуються як синоніми, але при цьому необхідно враховувати, що мораль – це переконання першого порядку про добро і зло, за допомогою яких ми управляємо нашою поведінкою, на відміну від етики, яка є рефлексивним усвідомленням наших моральних переконань і правил поведінки. Поняття "мораль" має більш загальний і фундаментальний зміст в порівнянні з поняттям "етики", яке застосовується в конкретнішому додатку до оцінки ухвалюваних рішень і дій. Наприклад, поняття "етика" може означати стандарти етичної поведінки певної групи людей, зокрема, протестантська етика, професійна етика лікарів і ін.

Окрім етичних стандартів існує безліч інших норм і правил, регулюючих поведінку людей: правила етикету, правові і релігійні норми і т.д. Етичні норми мають свої особливості в порівнянні з іншими нормами і правилами поведінки. По-перше, їх порушення може загрожувати добробуту, а іноді й здоров'ю і безпеці інших людей. Традиційні норми моралі, направлені проти брехні, крадіжки, вбивства, призначені для недопущення дій, які можуть заподіяти непоправну шкоду людям. По-друге, етичні стандарти мають пріоритет по відношенню до інших критеріїв. Для багатьох людей моральні цінності є важливішими, ніж, наприклад, особистий інтерес, в керівництві їх діями. По-третє, проблематичним є питання про джерело етичних стандартів: складно визначити, хто встановлює моральні норми. Як правило, в інших областях існує якесь авторитетне джерело, яке може визначати стандарти. Так, вимоги до одягу диктують модельєри, виробники і споживачі; граматичні правила – лінгвісти; правові норми – законодавці. У області моралі подібне авторитетне джерело поки що не сформувалося.

Мораль і етика мають деяку схожість з іншими системами регулювання людської поведінки, такими, як етикет, право, релігія; проте існують і помітні відмінності.

Етика і етикет

Етикет, як і етика, певним чином регулює поведінку людей, встановлюючи порядок і правила поведінки де-небудь. Спочатку правила встановлювалися певними соціальними групами для регулювання поведінки при дворах монархів і в дипломатичних кругах. В даний час етикет означає якийсь кодекс ввічливості. Правила етикету по суті не мають моральної природи; їх порушення не можна розглядати як прояв неетичної поведінки, оскільки йдеться лише про хороші або погані манери.

Мораль і право

Існує очевидний взаємозв'язок між мораллю і правом. Право є сукупністю обов'язкових для всіх людей правил і норм поведінки, встановлених державою. Багато моральних цінностей і норми складають основу правосуддя. Наприклад, закони, що забороняють водіння автомобіля в нетверезому вигляді і продаж наркотиків, засновані на таких моральних цінностях, як громадянськість і пошана до інших. Інший приклад: фірма, що продає неякісний продукт, поводить себе безвідповідально по відношенню до споживачів і підлягає покаранню згідно закону. Закони встановлюються для того, щоб зафіксувати прийняті звичаї, ідеали, цінності, які розділяють більшість людей в даній країні.

Проте мораль і право не тотожні. Закони не можуть включати всю різноманітність етичних норм різних соціальних груп. Крім того, значна частина моральних цінностей суспільства не може бути включена в зведення законів, оскільки не всі етичні думки можна трактувати однозначно. Відносно легко встановити закони, що порушують принцип чесності: існують закони, що карають за шахрайство, крадіжку, брехню. Набагато складніше встановити закони, що карають за порушення інших моральних цінностей, наприклад за відсутність порядності, толерантності, прагнення до досконалості. Проте це не означає, що вони менш важливі для суспільства, ніж ті, які регулюються юридичними документами. Принципово важливою відмінністю між правом і мораллю є і те, що правові норми на відміну від моральних мають такі механізми примушення, як суди, міліція і т.д., що здійснюють покарання правопорушників. Моральні норми спираються лише на добровільне їх визнання і виконання.

Мораль і релігія

Важливим інструментом регулювання суспільних відносин є релігія. Релігія – це світогляд і світовідчуження, а також відповідна поведінка і специфічні дії (культ), засновані на вірі в існування бога або богів. Окрім теологічних догм релігія проповідує моральні цінності, що визнаються багатьма людьми, які знайшли віддзеркалення в релігійних заповідях, таких, як "не убий", "не вкради", "не заздри" і т.д. Тому релігію і мораль часто розглядають як нероздільні поняття.

Проте існують відмінності між мораллю і релігією. По-перше, моральні правила, що формуються релігією, дуже часто мають дуже загальний характер. Наприклад, заповідь "не убий" не вирішує багатьох проблем, таких, як участь у війнах, вбивство в цілях самозахисту, аборти, евтаназія й ін. По-друге, як механізм примушення до дотримання заповідей релігія, як правило,

використовує загрозу покарання або, навпаки, обіцянка нагороди. Проте багато людей дотримують правила моралі не тому, що бояться покарання або чекають заохочення, а на власне глибоке переконання в тому, що є добром або злом.

Категорії моралі і етики

Як мораль, так і етика спираються на певні поняття і категорії. Ключовими поняттями для моралі і етики є чесноти і пороки, а також цінності. Чесноти і пороки – це позитивні і негативні риси, що характеризують особу людини. Вони служать для моральної оцінки особи, але не вчинків або цілей, до яких особа прагне. Чесноти – особливі, вищі критерії моральної досконалості людини; вони характеризують схильність особи, її устремління, відчуття, мотиви, спонукаючі діяти визначеним з погляду моралі чином.

Цінності – глибоко усвідомлені переконання в тому, що в житті дійсно є важливим і до чого треба прагнути. Цінності є найважливішим критерієм моральної оцінки вчинків людини і його цілей, а також формування думок про їх правильність або неправильність. Мораль покликана сприяти соціальній згоді і гармонії в суспільстві. Етичним, тобто морально виправданим, є така дія індивіда, цілі і результати якого узгоджуються з цінностями, правами і інтересами всіх зацікавлених осіб, тобто всіх тих, кого воно може зачепити. Суть моралі виражається в наступній етичній ієрархії, що визначає правила поведінки: не нашкодь, запобіжи зло, твори добро.

В області господарської діяльності найбільшого поширення набули такі моральні цінності, як довіра, пошана, відповідальність, справедливість, турбота, громадянськість. Вони націлюють на дотримання наступних правил при ухваленні стратегічних рішень:

- доведення достовірної інформації до всіх зацікавлених осіб;
- пошана всіх учасників (працівників, постачальників, акціонерів);
- дотримання високих стандартів відповідальності, що спираються на репутацію фірми;
- справедливе відношення до всіх учасників;
- прояв співчуття до всіх зацікавлених осіб при виконанні рішення;
- відповідність ухвалюваного рішення суспільним, культурним і екологічним цінностям.

Моделі рішення етичних дилем

У кожному випадку, коли виникає ситуація можливого відступу від правил особистого етичного кодексу, індивід виявляється перед етичною дилемою. Етична дилема – це така ситуація, коли індивід повинен вирішити, як йому поводитися; це вимушений вибір між альтернативними напрямками поведінки. Класичним прикладом етичної дилеми є випадок, коли індивід знаходить діамантове кільце і повинен вирішити, що з ним робити: повернути власнику або привласнити собі. Існують різні способи рішення етичних дилем. Але головне – необхідно уникати виправдання неетичної поведінки і прагнути ухвалювати обдумані і зважені рішення. Вже в першій чверті ХХ в. робилися спроби розробити моделі рішення етичних дилем, які допоможуть індивіду раціонально осмислити етичний аспект ухвалюваного рішення і

провести моральний розрахунок. Моральний розрахунок – це спосіб раціонального визначення правильного з погляду моралі рішення в конкретній ситуації В 1930-х рр. була запропонована проста модель, яка набула широкого поширення в ділових колах. Вона складається з наступних чотирьох питань, які мають характер етичного тесту при ухваленні ділового рішення:

1. Чи є дані для ухвалення рішення вірними?
2. Чи є рішення справедливим по відношенню до всіх зацікавлених осіб?
3. Чи буде це рішення сприяти поліпшенню дружніх відносин, зміцненню репутації і ділових зв'язків фірми, а також робити позитивний вплив на її "гудвіл"?
4. Чи буде це рішення вигідним для всіх зацікавлених осіб?

У сучасній літературі, присвяченій проблемам етики, моделі рішення етичних дилем набули великого поширення. Відомі різні моделі, але головне, що їх об'єднує, - це переконаність в тому, що етичні дилеми повинні розв'язуватися не на основі емоцій, а за допомогою раціонального аналізу ситуації. Наприклад: 1. Чи є рішення законним? 2. Чи є рішення обдуманним? 3. Як ви себе відчуваєте, ухваливши таке рішення?

Складніший вигляд має модель Лаури Неш, що здобула широку популярність, складається з дванадцяти питань, які дозволяють провести послідовний етичний аналіз вчинку або ухвалюваного рішення:

1. Чи досить точно ви визначили проблему?
2. Як би ви визначили проблему з позиції іншої сторони?
3. Як ця проблема виникла?
4. Кому або чому ви залишаєтеся вірні як особа і як працівник корпорації, ухвалюючи рішення?
5. З якою метою ви ухвалюєте це рішення?
6. Як ваша мета співвідноситься з очікуваним результатом?
7. Кому ваше рішення може нашкодити?
8. Чи можете ви обговорити ваше рішення з іншою стороною?
9. Чи упевнені ви, що ваше рішення виглядатиме таким же обґрунтованим, як зараз, через деякий час?
10. Чи можете ви обговорити ваше рішення з вашим начальником, друзями, сім'єю, керівником?
11. Які будуть символічні результати вашого вчинку, якщо вас зрозуміють правильно або якщо вас зрозуміють неправильно?
12. За яких обставин ви б відмовилися від своєї позиції?

Подібні моделі обмежені цим операційним завданням і не містять розгорненого аргументування і пояснення з боку індивіда, що ухвалює рішення. Твердження про те, що кожен індивід несе моральну відповідальність перед суспільством і є учасником моральних відносин, не викликає заперечень. Проте виникають питання: чи є суб'єктом моральних відносин організація як сукупність індивідів, що реалізують певну загальну мету (підприємство, компанія, установа і т.д.)? чи несе вона яку-небудь моральну відповідальність? чи можна оцінювати поведінку організації з погляду моральних критеріїв?

1.3. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА

Дискусія про моральну і соціальну відповідальність зачіпає всі типи організацій, як державні, так і приватні, включає крупний, середній і малий бізнес, різні організаційно-правові форми підприємства (кооперативи, товариства і т.д.). Проте найбільшу актуальність дискусія придбала по відношенню до крупних компаній, що мають акціонерну форму власності, тобто корпораціям, оскільки це найбільш поширена і типова організаційно-правова форма сучасного підприємства. У корпораціях працює значна частина населення, що створює велику частку суспільного продукту.

Корпорації залучені в широкий круг відносин з різними зацікавленими особами. Зацікавлена особа – це індивід, співтовариство або організація, які роблять вплив на операції, здійснювані компанією, або випробовують на собі їх наслідки. Зацікавлені особи можуть бути внутрішніми (наприклад, працівники) або зовнішніми (наприклад, клієнти, постачальники, кредитори, місцеве населення).

Безпосередню участь в діяльності сучасної корпорації беруть три групи суб'єктів: акціонери, підприємства, що є власниками; менеджери, що здійснюють оперативне управління корпорацією; працівники безпосередньо зайняті у виробництві товарів і послуг. Проте окрім цих суб'єктів існує широке коло зацікавлених, які знаходяться залежно від корпорації осіб: споживачі, клієнти, постачальники, конкуренти, партнери, державні установи, місцеве населення, все суспільство в цілому.

Корпоративна форма організації має давнє історичне коріння: вона виникла ще в середні віки. Першими корпоративними об'єднаннями були організації, які не мали комерційних цілей, - університети, церковні ордени й ін. – і користувалися деякими привілеями, що їм надаються.

Сучасні крупні корпорації володіють значними економічними ресурсами; об'єми тільки продажів багатьох транснаціональних корпорацій зіставлені з ВВП окремих країн. У зв'язку з цим виникає питання про соціальну відповідальність корпорацій і їх взаємини з суспільством. Це питання має дискусійний характер. Як було зазначено в п. 3.1 виділяють три види соціальної відповідальності корпорації: економічну, правову і етичну.

Економічна відповідальність виражається в обов'язку корпорації діяти на користь власників, тобто акціонерів. Корпорація повинна проводити продукцію, що має попит на ринку, мінімізуючи витрати, з тим щоб забезпечити максимальний прибуток і максимальний дохід власникам. Економічна відповідальність контролюється ринковим механізмом; якщо корпорація не справляється з цим завданням, її акції падають в ціні, знижується і її привабливість для акціонерів.

Правова відповідальність – це відповідальність перед законом. Корпорація є юридичною особою і зобов'язана дотримувати правила чинного законодавства; порушники піддаються матеріальним санкціям.

Етична відповідальність означає, що корпорація в досягненні своєї мети прагне враховувати цінності, права і інтереси широкого кола осіб, тобто не тільки своїх акціонерів, але і працівників, клієнтів і споживачів, постачальників, конкурентів, місцевого населення, суспільства в цілому. Це означає, що корпорація є не тільки юридичною особою, але і агентом моральних відносин, тобто вона здатна ухвалювати рішення з приводу етичних аспектів своєї діяльності, її поведінка може піддаватися моральній оцінці – схваленню або, навпаки, засудженню. Хоча етична відповідальність на відміну від правової відповідальності має добровільний характер і відноситься до категорії не обов'язкової, а бажаної і очікуваної поведінки, суспільство має в своєму розпорядженні деякі нематеріальні інструменти контролю і санкцій, такими, як імідж і репутація корпорації.

У дискусії про соціальну відповідальність корпорації визначилися дві точки зору. Вузьке розуміння соціальної відповідальності обмежує її економічною і правовою відповідальністю, тоді як широкий погляд, що одержав назву "Концепція зацікавлених осіб", включає в це поняття також і етичну відповідальність. Головний аргумент прихильників широкого погляду полягає в тому, що компанії, що зосередили в своїх руках велику економічну і політичну владу, повинні погоджувати свої інтереси з інтересами суспільства. Цей підхід заснований на твердженні про те, що бізнес є невід'ємною частиною суспільства. Одна з версій широкого погляду припускає, що між бізнесом і суспільством поміщений негласний договір, в рамках якого суспільство направляє діяльність бізнесу і міняє його цілі залежно від своїх потреб. До недавнього часу мета бізнесу полягала в забезпеченні економічного зростання, яке було направлене на задоволення матеріальних потреб суспільства і спирався на високі прибутки корпорацій. Проте суспільні пріоритети змінилися у бік якості життя і збереження навколишнього середовища, що веде до зміни зобов'язань бізнесу перед суспільством і, отже, до зміни контракту.

Не дивлячись на привабливість і велику поширеність широкого погляду на соціальну відповідальність бізнесу, існує цілий ряд заперечень. Одне з них засноване на концепції, відомій як "матеріалізація суспільства", суть якої полягає в твердженні про те, що розширення соціальної відповідальності бізнесу веде не до "моралізації бізнесу", а до нав'язування суспільству матеріалістичних цінностей, характерних для бізнесу. Маючи велику економічну і політичну владу, корпорації можуть грати важливу роль у визначенні пріоритетів країни і напрямів розвитку економіки. Прихильники цієї концепції, критично оцінюючи капіталістичну систему, закликають обмежувати суспільну роль крупних корпорацій і їх вплив на суспільні цінності за допомогою державного регулювання, формуючи скептичне відношення до саморегулювання бізнесу.

В даний час переважає широкий підхід до розуміння моральної відповідальності корпорації, який веде до визнання її відповідальності по відношенню до широкого кола зацікавлених осіб. Соціальна відповідальність корпорації розглядається не тільки як категорія господарської етики, але і як метод ведення бізнесу, який набуває всього більшого поширення.

Його особливість полягає в тому, що при ухваленні господарського рішення як критерій враховуються як економічна ефективність бізнесу, так і його соціальні і екологічні наслідки. Добровільне прагнення корпорацій внести свій внесок в поліпшення життя суспільства і навколишнього середовища є одним з показників високої якості менеджменту. Багато успішно працюючих фірм прагнуть до етичного ведення бізнесу, оскільки їх керівники вважають, що етика необхідна з точки зору не тільки соціальної відповідальності перед суспільством, але й прихильності моральним цінностям, які сприяють успішному веденню бізнесу. В довгостроковому періоді справедливе і порядне відношення до споживачів, працівників і інших зацікавлених осіб дає позитивні результати.

Проте випадки порушення етичних норм досить часто зустрічаються в господарській діяльності – як в приватному, так і в державному секторі. Існують певні способи виправдання таких дій. Наприклад, затверджується, що неетична поведінка в приватному бізнесі є проявом нормальної поведінки; що неможливо сумістити добросесну поведінку і фінансовий успіх; що неетична поведінка в бізнесі пояснюється екстремальними ситуаціями. Всі вони спираються на тезу про те, що у області господарської діяльності існують свої "правила гри", відмінні від інших областей життя суспільства. На критику цього підходу направлена така прикладна область філософії моралі, як етика господарської діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність

Останнім часом багатьма дослідниками і представниками бізнесу почав усвідомлюватися той факт, що на здобуття значного підприємницькому прибутку, окрім традиційних, вплив роблять чинники, що не мають безпосереднього відношення до виробничо-господарської і збутової діяльності підприємства. Для забезпечення економічної ефективності підприємствам вже недостатньо виробляти якісні продукти і послуги, необхідно також активно брати участь у вирішенні соціальних проблем власного персоналу і місцевого співтовариства, системно вибудовувати стосунки з діловими партнерами, акціонерами, засобами масової інформації, органами влади, споживачами, різними суспільними групами тощо. Розробка та реалізація корпоративних соціальних програм у сучасних умовах розглядається не як комплекс другорядних заходів, а як ефективний метод вкладення інвестиційних коштів.

Для сучасного західного підприємця стає очевидним, що досягти соціальної рівноваги без його соціально-відповідальної поведінки неможливо. Серед глобальних тенденцій, що обговорюються та аналізуються у світі, одне з перших місць займає проблема ослаблення позицій держави на фоні посилення позицій бізнесу, який є мобільним та отримує зверхприбутки.

Наразі багато підприємств вважає репутацію реальним активом, яким зараз можна керувати. Головним керуючим важелем є стратегія.

Сьогоднішня ситуація в Україні схожа з тим, що відбувалося у США на початку двадцятого століття: величезне майнове розшарування, проблеми у

сфері освіти та охорони здоров'я, поступове зростання середнього класу і підвищення рівня його добробуту.

Сьогодні громадська думка є однією з головних причин, з яких західні компанії займаються благодійністю. Причому, мова тут навіть не про те, що успішна компанія повинна нею займатися. Це само собою зрозуміло. Суспільний запит формулюється інакше: «Можливо, вони не жертвують на добродійність просто тому, що погано працюють і у них не вистачає грошей?».

Відроджуючи традиції дореволюційної України, сучасні бізнесмени доповнюють благодійність системним менеджментом. Тобто, перш ніж зробити внесок, сучасні управлінці виявляють громадську думку щодо найважливішого напрямку такої діяльності. Менеджерський підхід обумовлює також створення на підприємстві відповідного структурного підрозділу.

Проте ситуація в Україні складається таким чином, що жодна система менеджменту не зможе вирішити усі питання та задовольнити усі потреби. Не зважаючи на зростання кількості компаній, що займаються благодійністю, Україна, за даними рейтингу, що опублікувала найкрупніша британська благодійна організація Charities Aid Foundation (CAF), знаходиться на 151 місці із 153. Перші місця рейтингу зайняли Австралія та Нова Зеландія.

Але все ж таки необхідно відмітити позитивні зміни у ставленні бізнесу до благодійності та соціальної відповідальності. Вкладення у благодійність великих українських підприємств, що різко зросли в останні роки, виглядає як запрошення до розмови про соціальне партнерство. При цьому корпорації підкреслюють добровільний характер своєї соціальної та благодійної активності.

Аналіз безлічі наукових першоджерел показав наступне.

Останнім часом у політичних, академічних та ділових колах все більше говорять та пишуть про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ). Підвищений інтерес до цієї теми – це не просто дань моді, це вимушений інтерес, що обумовлюється рядом тенденцій, які стрімко розвиваються в економіці та суспільному житті.

У науковій літературі питанню визначення та сутності поняття корпоративна соціальна відповідальність присвячені як роботи закордонних вчених-економістів – К.Девіс, Ф.Котлер, С. Хилтон, М. Альбер, А. Берле, Д. Гиббонс та інші, так і вітчизняних дослідників – В. Воробей, С. Ілляшенко, С. Князь, О. Кузьмін, М. Стародубська, Ю. Благов, А. Деревянченко, С. Литовченко та інші. Проте не зважаючи на велику кількість трактувань даного поняття, єдиного визначення немає.

Котлер Ф. та Лі Н. у книзі «Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства» показали, що більшість соціально-відповідальних технологій, що реалізуються «під парасолькою» корпоративної соціальної відповідальності, підпадають під одну з категорій:

- просування доброї справи;
- добродійний маркетинг;

- корпоративний соціальний маркетинг;
- корпоративна філантропія,;
- волонтерська діяльність на користь громади;
- соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу.

Аналіз інших джерел інформації та практичної діяльності виявили сучасні соціально-відповідальні технології.

По-перше, слід звернути увагу на багатозначність трактувань сутності поняття «соціальна відповідальність» сучасними вченими-економістами.

По-друге, у науковій літературі переважає визначення поняття корпоративна соціальна відповідальність з точки зору економіки, менеджменту або сфери зв'язків з громадськістю.

По-третє, вивчаючи наукову літературу можна побачити трансформацію базового терміну. До 70-х років ХХ ст. використовувалось поняття корпоративне громадянство; з 70-х до 90-х років ХХ ст. (корпоративна) соціальна відповідальність; з 90-х років ХХ ст. до 2000 року – стійкий розвиток. Проте це не означає, що одне поняття замінялося іншим. Скоріше, через переформулювання терміну відбувалося уточнення та доповнення його сутності. Проте, слід зауважити, що всі визначення досі знаходяться у використанні.

За результатами аналізу визначень поняття корпоративна соціальна відповідальність можна сказати, що найширше трактування цього поняття містить:

- відповідальність компанії у взаємовідносинах з партнерами;
- відповідальність по відношенню до споживачів;
- відповідальну політику по відношенню до працівників;
- екологічну відповідальність;
- відповідальність компанії перед суспільством в цілому.

На нашу думку, багатоваріантність визначення поняття корпоративна соціальна відповідальність стала результатом наступних чинників: йдеться про системний підхід до комплексної проблеми; багатогранність поняття дає змогу давати визначення з різних точок зору; неопрацьованістю теоретико-методологічних і методичних підходів, що приводить до різних позицій дослідників.

Але, при всій вищезазначеній багатоваріантності, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність – це добровільне відповідальне ставлення організації до всіх зацікавлених сторін, на які прямо чи опосередковано впливають прийняті організацією рішення. Таке визначення, на нашу думку, акцентує увагу на тому, що будь-яка організація перш за все несе відповідальність та має обов'язки по відношенню до сторін, на які впливає її діяльність. Проте не виключає відповідальність організації перед усіма членами суспільства.

З урахуванням вищезазначеного формуються новітні соціально-відповідальні технології, які, на нашу думку, слід розуміти як: прийняті методи об'єднання економічних, людських та інформаційних ресурсів та управління

бізнесовою діяльністю таким чином, щоб досягти цілей організації, покращити добробут споживача та суспільства в цілому.

Аналіз першоджерел показав, що основними сучасними соціально-відповідальними технологіями, які реалізуються в Україні та світі у межах концепції соціальної відповідальності (та КСВ), є: інституалізація питань КСВ і комунікації з КСВ, просування доброї справи, добродійний маркетинг, корпоративний соціальний маркетинг, корпоративна філантропія, розвиток і підтримка громад, волонтерська діяльність на користь громади, соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу, захист прав людини та трудових прав людини, впровадження програм професійного розвитку персоналу, захист прав споживачів, захист навколишнього середовища.

В таблиці 1.1 наведені переваги та недоліки використання соціально-відповідальних технологій підприємствами-суб'єктами господарювання.

Проведене дослідження сучасних соціально-відповідальних технологій дозволяє дійти наступних висновків:

- всі соціально-орієнтовані технології містять для організації значно більше різноманітних переваг, ніж недоліків. До того ж останні нівелюються шляхом застосування відповідних маркетингових стратегій, аналізу і сприйняття можливих ключових факторів успіху та дотримання обґрунтованих умов застосування,

- кожна соціально-орієнтована технологія є функцією культури організації, професіональних кодексів, корпоративної політики і системи винагород і покарань,

- застосування даних технологій соціально-етичної поведінки організації у сучасному суспільстві має стати складовою функціональних обов'язків менеджерів. Для цього слід поширити систему відповідної освіти маркетологів, а також впроваджувати корпоративну культуру, яка б сприяла етичній поведінці персоналу. Ведуча роль у дотриманні соціальної відповідальності організації належить їй вищому керівництву.

Соціальна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів.

На сьогодні компанії мають розглядати соціальну відповідальність як важливий фактор у процесі прийняття рішень. Адже успішні компанії і вирізняються тим, що приймаючи рішення, враховують три фактори: 1) задоволення короткотермінових потреб клієнтів; 2) задоволення довготермінових інтересів клієнтів; 3) задоволення довготермінових інтересів суспільства. Втім, ці три фактори не завжди узгоджуються один з одним. Так, виробник сигарет, задовольняючи короткотермінові потреби споживачів, завдає шкоди їхньому здоров'ю на довший час. Аналогічно й пивоварну компанію, яка задовольняє сьогочасну спрагу покупців, мало цікавить те, що споживачі, можливо, п'ють за кермом і що це може призвести до автомобільних аварій з фатальними наслідками. Однак, в межах однієї галузі споживачі класифікують конкурентів не тільки за їхніми ціновими пропозиціями, але й за тим, як вони дбають про громадські інтереси. Деякі компанії відрізняє від конкурентів якраз

Таблиця 1.1 – Переваги та недоліки використання соціально-відповідальних технологій підприємствами

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - покращення корпоративного іміджу - зміцнення авторитету підприємства - зміцнення позиції бренду і формування позитивного сприйняття бренду - позиціонування бренду - формування уподобання споживачів щодо бренду - залучення нових клієнтів і збільшення кількості споживачів - виховання відданості клієнтів компанії - захоплення нових ніш на ринку і збільшенням обсягів збуту - збільшення обсягів продажу - покращення якості продукції - підвищення рентабельності - підвищення продуктивності - зменшення експлуатаційних витрат за рахунок пілґ - вищий рівень задоволеності і моральне стимулювання працівників - забезпечення доброго ставлення, привабливості й утримання працівників - вищий рівень продуктивності праці та збереження кадрів - підготовка кадрів на майбутнє - налагодження зв'язків з регуляторними органами, постачальниками та неприбутковими організаціями - формування доброго ставлення з боку громади - налагодження міцних партнерських стосунків з громадами - можливість реального соціального впливу - вплив на вирішення соціальних питань, особливо в місцевих громадах - ефект синергії від корпоративних соціальних ініціатив 	<ul style="list-style-type: none"> - громадськість ставить під сумнів мотиви, з яких підприємства запроваджують відповідальні бізнес-практики, уважно вивчає й оцінює їх виконання й результати - більшість матеріалів з просування є недовговічними - важко простежити обсяг інвестицій та прибутків від кампанії - складнощі відстежування й оцінювання впливу та результатів діяльності - труднощі з проведенням моніторингу та оцінюванням результатів - кампанії з просування зазвичай легко скопіювати, що може зводити нанівець досягнення запланованих конкурентних переваг - фінансові витрати - більший обсяг роботи для персоналу - юридичні й маркетингові ризики - потрібні консультації та підтримка фахівців - вплив на суспільство відбувається повільно - труднощі в оцінюванні та доборі партнерів, визначенні сфер добродійності, які б влаштовували акціонерів - труднощі точного визначення розмірів філантропічних внесків - складнощі з тактовним інформуванням публіки про зусилля підприємства

те, що вони демонструють більшу турботу про довкілля та здоров'я громадян. Тож, якщо два конкуренти пропонують один і той же товар за однаковою ціною, але один з них має кращу репутацію завдяки соціально-відповідальній поведінці, то саме він приваблюватиме більше клієнтів.

Криза, що внесла свої корективи у майже всі сфери суспільного життя не могла не позначитися на розвитку соціальної відповідальності. В Україні ситуація загострена за рахунок ряду факторів: нестабільність економічної та політичної ситуації в країні; низький рівень життя переважної частини населення; незахищеність соціально вразливих груп населення; надмірна диференціація доходів; відсутність середнього класу як фундаменту стабільної справедливої держави; регіональні диспропорції умов життєдіяльності; проблема працевлаштування; занепад гуманітарної сфери (освіта, охорона здоров'я, культура, відпочинок, спорт та туризм); демографічна криза; різке загострення екологічних проблем.

Враховуючи вищеперераховані зміни, можна виділити наступні перспективні напрямки розвитку корпоративної соціальної відповідальності:

Корекція соціальних програм. Приділятиметься більше уваги довгостроковим соціальним програмам, аніж короткостроковим. До того ж скорочення бюджетів у багатьох підприємствах змусить зменшити кількість соціальних ініціатив та заходів.

Перехід соціальної політики на підприємстві із розряду «модних» до розряду ефективного інструменту управління.

Зростання ролі соціальної відповідальності у суспільстві. У кризових умовах стає більш зрозумілою важливість колективних договорів, трудових контрактів, додаткових бонусів, навчання за рахунок компанії тощо.

Посилення ролі засобів масової інформації у донесенні до керівництва підприємства очікувань суспільства. А також використання засобів масової інформації для оприлюднення позитивних досягнень окремих організацій.

Однак, перш за все, необхідно передивитися вітчизняне законодавство, що регулює благодійність. Слід відмінити нижній рівень витрат на благодійність, на які діють податкові пільги. Також необхідно надати більше свободи організаціям, що займаються благодійністю, і, в той же час, посилити контроль над використанням благодійних коштів.

Впровадження національних та міжнародних стандартів, щодо соціальної відповідальності, надасть системного характеру соціальним інвестиціям. Таким чином підприємства зможуть порівнювати свої досягнення та матимуть додатковий стимул для інвестування у соціальний сектор.

Для забезпечення економічної ефективності підприємствам вже недостатньо виробляти якісні продукти і послуги, необхідно також активно брати участь у вирішенні соціальних проблем власного персоналу і місцевого співтовариства, системно вибудовувати стосунки з діловими партнерами, акціонерами, засобами масової інформації, органами влади, споживачами, різними суспільними групами тощо. Розробка і реалізація корпоративних соціальних програм в сучасних умовах розглядається не як комплекс другорядних заходів, а як ефективний метод вкладення інвестиційних коштів.

Самі підприємці відчувають все більш жорсткий та небачений конкурентний тиск, відбувається перерозподіл галузей, капіталів тощо. Прискорення технологічної революції у багатьох сферах набагато випереджає адаптивні можливості багатьох підприємців та цілих країн. Спільні зусилля бізнесу і влади в соціальній сфері є важливим чинником стабільності і позитивної економічної динаміки багатьох українських регіонів.

Але соціальна відповідальність бізнесу може розвиватися тільки тоді, коли до процесу повною мірою долучаються ще два партнери – держава і громада. Адже будь які ініціативи окремих підприємств будуть марними за відсутності належної підтримки з боку центральних та місцевих органів влади. Сьогодні держава має діяти по-новому, використовуючи соціальну відповідальність та етику бізнесу як засаду довгострокового економічного зростання.

Державна політика у сфері соціальної відповідальності

У більшості розвинутих країн світу (членах Європейського Союзу, США, Японії) у різних формах розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Через впровадження таких програм провідні держави морально і матеріально стимулюють бізнес до соціально відповідальної діяльності: долучають суб'єктів господарювання приватного і державного секторів до спільного виконання соціально та екологічно важливих завдань, вимагають суворого дотримання нормативів якості продукції та послуг й охорони довкілля, визначають соціально-орієнтовані технології покращення використання трудового потенціалу, сприяють досягненню сталого розвитку та т.і.

Незважаючи на поступове становлення КСВ (з 2005 року), в Україні явно спостерігається відсутність співпраці між бізнесом, урядом та громадянським суспільством. Марина Саприкіна, виконавчий директор Центру «Розвиток КСВ» відзначає: «Прийняття Національної КСВ-стратегії є важливим кроком не тільки для поширення КСВ в Україні, а й для підвищення конкурентоспроможності країни в цілому. Реалізація КСВ компаніями приватного і державного сектора економіки є важливим чинником сталого розвитку суспільства й держави, усунення економічних і соціальних диспропорцій, підвищення довіри громадян до бізнесу. Отже, КСВ компаній здатна значною мірою сприяти покращенню якості життя українців». Центр КСВ в Україні разом з партнерами (Глобальний договір ООН в Україні, Український союз промисловців та підприємців) на протязі 2009-2013 рр. провели пропагандистську кампанію по залученню органів влади до прийняття національної КСВ-стратегії. У 2012 році Центр КСВ випустив брошуру «Ціна неприйняття КСВ стратегії для України», де, цілком, на нашу думку, науково обґрунтовані наступні висновки: 1) ігнорування державою теми КСВ, неприйняття або неправильне розуміння цього питання може призвести до збільшення фіскального навантаження на підприємства та втрату конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і країни в цілому; 2)

КСВ сьогодні може бути рушійною силою соціальних інновацій, що сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості країни на міжнародному рівні; 3) конкурентоспроможність окремих підприємств призводить до конкурентоспроможності сектору та країни в цілому; 4) допомога розвитку корпоративної соціальної відповідальності сприятиме інтеграції України до європейського економічного і соціального простору та інтеграції в ЄС.

Слід зазначити, що на сьогодні українські фахівці звертають увагу на державне регулювання лише сфери корпоративної соціальної відповідальності, в той час як, на нашу думку, суб'єктами соціальної відповідальності в сучасній моделі прискореного інноваційного розвитку мають бути не тільки бізнес-структури, а й держава (в особі органів державної, законотворчої та виконавчої влади), некомерційні організації, органи місцевого самоврядування, а також місцеві (територіальні, галузеві) спільноти й окремі індивідууми (домогосподарства). Тому пріоритетним завданням для України є розробка комплексної національної політики в галузі соціальної відповідальності.

Першим кроком у запропонованій спрямованості державного визнання та підтримки соціальної відповідальності («у широкому розумінні») в Україні, на нашу думку, стала презентована 25 вересня 2014 року Президентом Петром Порошенком програма розвитку України «Стратегія реформ – 2020» з головною метою піднесення до європейських стандартів життя та гідного місця України в світі. «Стратегія реформ – 2020» включає 62 реформи та програми, 10 з яких першочергові (8 реформ (оновлення влади, антикорупційна, податкова, судова, національної безпеки та оборони, децентралізація влади, реформа правоохоронних органів, охорони здоров'я) і 2 програми: енергонезалежності і популяризації України в світі), та 21 ключових показників як індикаторів успіху. Основними ж векторами руху в «Стратегії реформ – 2020» задекларовані: безпека, розвиток, гордість і відповідальність, яких, на наше глибоке переконання, неможливо досягти без всезагального використання всього спектру технологій та інструментів інституту соціальної відповідальності.

Створення «нового суспільного договору» між владою, бізнесом та громадянськістю має базуватись на наступних першочергових напрямках державної політики у сфері соціальної відповідальності:

- використання доктрини соціальної відповідальності для вирішення екологічних питань, зростання суспільного добробуту, досягнення інноваційної модернізації економіки, підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу та створення позитивного іміджу країни на міжнародному рівні;
- зростання рівня обізнаності суспільства про необхідність та принципи соціальної відповідальності, інтеграція соціальної відповідальності в освіті, професійному навчанні і наукових дослідженнях, популяризація та поширення передового досвіду впровадження позитивних практик із соціальної відповідальності у різних сферах життєдіяльності;

- законодавче забезпечення дотримання концепції соціальної відповідальності шляхом прийняття законів, які відрегулюють довірчі соціально відповідальні відносини в системі «влада – бізнес – суспільство» на основі доміант: антикорупційності та служіння суспільству з боку влади, дотримання прозорих правил чесної конкуренції, сплати податків та інвестування з боку бізнес середовища, сумлінної праці, боротьби з корупцією та хабарництвом з боку громадян;
- застосування досвіду і переймання сучасних технологій соціальної відповідальності США (наприклад, пільгове оподаткування підприємств, що впроваджують КСВ) та ЄС (наприклад, корпорації законодавчо зобов'язані у бухгалтерському обліку розкривати інформацію про політику в галузі КСВ);
- розробка проектів державно-приватного партнерства та підтримка соціальних інвестицій, перетворення соціальної відповідальності у загальноприйняте правило суспільного буття;
- створення адміністративних умов для обов'язкового дотримання всіма суб'єктами господарювання міжнародних стандартів, норм і правил у сфері сталого розвитку й економічної, екологічної, соціальної та морально-етичної відповідальності.

Соціальна відповідальність особистості

Але, незважаючи на те, що протягом останніх 60 років концепцією соціальної відповідальності активно опікуються численні міжнародні (ООН, МОП, ВООЗ, ISO, ВЕФ та ін.) та національні («Стратегія реформ – 2020») політики, вчені й організації, темпи сучасного світового розвитку та трансформаційні зрушення виявляють все нові глобальні кризові процеси. Зокрема, у новій доповіді ВЕФ (Давос-2015) на думку 900 експертів виявлені провідні глобальні ризики: соціальні (дефіцит водних ресурсів і продовольства, масове поширення інфекційних захворювань та ін.), економічні (високий рівень структурного безробіття або неповної зайнятості, значне розшарування доходів населення та ін.), екологічні (екстремальні погодні явища, проблеми адаптації до зміни клімату та ін.) та геополітичні (міждержавні конфлікти з регіональними наслідками, поширення зброї масового знищення, терористичні атаки, проблеми державного управління та ін.). На макро- та мікрорівнях відбуваються рецесійні процеси: уповільнилося економічне зростання, зростає неспроможність економічних систем ефективно реагувати на турбулентність ринкової кон'юнктури, продовжуються явища банкрутств підприємств, знижуються темпи інвестування, помножується соціально-політична нестабільність тощо.

Однією з базових причин наявного кризового становища сучасного світу, на наш погляд, є акцентування уваги на колективній соціальній відповідальності (корпорацій, громадськості, урядів та т.і.) на шкоду формування соціальної відповідальності кожної окремої особистості, адже саме людина є і головним продуктивним ресурсом, і ядром соціуму, і визначальним суб'єктом суспільних відносин, і кінцевою метою цивілізаційного розвитку.

За результатами експертного дослідження, присвяченого проблемам соціальної відповідальності людини, суспільства, бізнесу і держави, проведеного фахівцями Інституту економіки промисловості НАН України у 2012-2013 рр. виявлено, що основними факторами, що сприяють розвитку соціальної відповідальності особистості в українському суспільстві є так звані «зовнішні фактори колективної відповідальності, фактори соціального регулювання», а саме: стратегії поведінки, вчинки перших осіб держави, звітність, прозорість дій на усіх рівнях управління (74,7%), культура виховання в сім'ї, школі, ВНЗ, що спрямована на соціально відповідальну поведінку (71,5%), правова регламентація стимулювання та підтримки соціально відповідальної поведінки та її реалізація (47,5%), впевненість у своєму майбутньому та майбутньому своєї родини (47,5%), сприятливий морально-психологічний клімат вдома, на роботі, в суспільстві (33,5%), приклад соціально відповідальної поведінки з боку інших людей (33,5%), інформаційне забезпечення (29,1%), ментальність і традиції (21,5%). При оцінці експертами умов формування та розвитку соціальної відповідальності особистості в Україні були визначені такі складові: система духовно-морального виховання, освіта, родина – 62%; національний характер (ментальність), традиції, історичний досвід населення країни – 53,2%; схвалення та стимулювання соціально відповідальної поведінки з боку органів влади, їх представниками – 48,6%, партнерські та ділові відносини із зарубіжними фірмами – 31,2%.

Наведені дані підтверджують думку А. Колота: «...поняття «відповідальність» є віддзеркаленням об'єктивних реалій, обумовлених біологічною, духовною, соціальною природою людини, а також досягнутого рівня соціальних відносин їх носіїв...». Тобто, соціальна відповідальність у системі «особистість – суспільство» має прямий та зворотний зв'язки.

Аналіз трактувань категорії «відповідальність» у філософії, соціології, психології, юриспруденції та економіці дозволив визначити соціальну відповідальність особистості як специфічну для зрілої та свідомої людини форму саморегуляції та самодетермінації, що виражається в усвідомленні себе як причини своїх вчинків та у готовності суб'єкта відповідати за скоєні дії та їх наслідки, що є визначальною підставою для прийняття рішень та відображає об'єктивний, історично конкретний характер взаємовідносин між особою та іншими суб'єктами, колективами, суспільством.

Соціальна відповідальність індивіда є синергетичним явищем і вміщує етичну, моральну, юридичну, професійну, матеріальну, моральну, політичну, екологічну, економічну відповідальність. Відповідати людина має перед собою, іншими суб'єктами, соціальною групою (домогосподарство, трудовий колектив), громадою, суспільством і майбутніми поколіннями.

Таким чином, типологізація рівнів (видів, ступенів) соціальної відповідальності особистості представляється наступною: індивідуального прояву (стосовно самої себе, інших людей, домогосподарства (родини); колективного прояву (стосовно соціальної групи, трудового колективу, місцевої громади, стейкхолдерів); національного значення (відповідальність перед

суспільством) та глобальної ролі (відповідальність перед людством та майбутніми поколіннями).

Не можна не погодитись з О. Ф. Новіковою, М. Є. Дейч та О. В. Паньковою, що без змін у свідомості окремої людини і масового прагнення громадян змінити умови свого існування та систему суспільних відносин соціальна відповідальність не дістане свого розвитку. В Україні соціально відповідальні дії кожної особистості – необхідна умова розбудови громадянського суспільства і консолідації української нації, знешкодження проявів патерналізму і сепаратизму, подолання корупції, утвердження соціальної справедливості, розвитку громадянських прав і свобод, досягнення сталого соціально-економічного розвитку.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

1. Обґрунтуйте соціальну відповідальність як чинник сталого розвитку
2. Дайте визначення терміну «сталий розвиток» та охарактеризуйте його еволюцію
3. Здійсніть періодику Всесвітніх конференцій зі сталого розвитку
4. Здійсніть класифікацію сучасних глобальних ризиків
5. Наведіть основні завдання Всесвітніх економічних форумів
6. Охарактеризуйте соціальну відповідальність як економічну категорію та об'єкт дослідження
7. Визначте основні напрями загальносвітового розвитку після 2015 року
8. Визначте етичну дилему соціальної відповідальності
9. Наведіть ієрархічні рівні соціальної відповідальності
10. Обґрунтуйте сутність соціальної відповідальності людини, держави, бізнесу та суспільства
11. Дайте визначення терміну «корпоративна соціальна відповідальність» та обґрунтуйте її основні напрями
12. Які основні завдання державної політики у сфері соціальної відповідальності?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія /О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.
2. Євтушенко В.А. Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність: конспект лекцій. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. 35с.
3. Євтушенко В.А. Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність: методичні вказівки. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. 30 с.
4. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник / М.А. Саприкіна, М.А. Саєнсує, А.Г. Зінченко та ін.; наук. ред. А.С. Редькін. К.: Видавництво «Фабований лист», 2011. 480 с.
5. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. К. : Стандарт, 2005. 302 с.
6. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: моногр. К.: КНЕУ, 2012. 501 с.
7. Стратегії інноваційного розвитку національної економіки в умовах глобалізації: колективна монографія / за заг. ред. В. А. Євтушенко. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 310 с.
8. Євтушенко В.А., Кузьминчук Н.В., Шайтуро О.П., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю.
9. Управління конкурентостійкістю підприємств: теорія і методи сучасних досліджень, організаційно-правове забезпечення: колективна монографія. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 245 с.

Допоміжна література:

1. Євтушенко В.А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. Вісник НТУ «ХП». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХП». 2013. № 46. С. 53-63
2. Евтушенко В.А. Анализ международных стандартов в сфере устойчивого развития и социальной ответственности. В кн. «Стратегии инновационного развития экономики. Часть 1. Современные инновационные трансформации: монография». / под научн. ред. П. Г. Перервы, О. И. Савченко. – Х. : ТОВ «Щедра садиба плюс», 2013. 243 с. С. 112 – 116.
3. Євтушенко В. А. Оцінювання управління репутаційною складовою корпоративної соціальної відповідальності українських компаній. Проблеми економіки. 2021. № 2. С. 126–133.
4. Євтушенко В. А. Методика діагностики соціальної відповідальності українських підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2021. № 4.

5. Євтушенко В. А. Пандемічні зміни інституційних форм соціальної відповідальності в підприємницькій діяльності. Економіка та суспільство. 2021. № 28.

6. Євтушенко В.А. Внутрішні та зовнішні інституційні форми корпоративної соціальної відповідальності. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2013. № 2 (5). – С. 55 – 60.

7. Корпоративна соціальна відповідальність: соціально-економічна природа та тенденції розвитку в сучасному світі : моногр. / за ред. Тютюнникової С. В., Євтушенко В. А. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 280 с.

8. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко, В.А. Євтушенко та ін.; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.

9. Пріоритети сучасного менеджменту маркетингу: монографія / під наук. керів. д.е.н., проф. І. В. Семеняк. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. 204 с.

10. Соціально-етичний маркетинг. Монографія. Колектив авторів. / за наук. редак. д.е.н., професора Семеняк І.В. Х.: ХНУ, 2005. 205 с.

11. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: моногр. / В.М. Шаповал. Дніпропетровськ: ДВНЗ «НГУ», 2011. 357 с.

12. Yevtushenko V. A. Socially responsible economy as a global model of development // Applied Sciences and technologies in the United States and Europe: common challenges and scientific findings, proceedings of the 3rd International scientific conference, November 11-12, 2013. – Cibunet Publishing. New York, USA, 2013. – P. 184-186.

13. Yevtushenko V. A. The European choice of Ukraine in the context of social responsibility // Modern socio-political processes in Russia, Europe states and the USA macro region / ed. by S.Stark. – Cibunet Publishing. New York, USA. – V.2. – 2013. – pp. 25-37.

14. Yevtushenko V. A. Features Ukrainian model Corporate Social Responsibility // European Applied Sciences, November-December, 2013, 1 (2) – pp. 138-140.

15. Yevtushenko V.A. Institutional forms of socially responsible interaction of the company with external stakeholders in Ukraine // European Science and Technology, Munich, Germany. – Vol. I. – 2013. – P. 762-765

Джерела Інтернет:

1. Євтушенко В.А. Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність: дистанційний курс. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=4629>

2. Євтушенко В.А. Соціальна відповідальність: дистанційний курс. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=1067>

3. Євтушенко В.А. Соціальна відповідальність бізнесу: дистанційний курс.

URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=2732>

4. Євтушенко В.А. Соціальна відповідальність суб'єктів господарювання: дистанційний курс. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=2541>

5. Євтушенко В.А. Корпоративна соціальна відповідальність: дистанційний курс. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=1251>

6. Yevtushenko V. A. Social entrepreneurship and social responsibility: дистанційний курс. URL: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=4945>

7. Корпоративная социальная ответственность CSRJOURNAL. URL: <http://www.csrjournal.com>

8. Офіційний сайт Центру «Розвиток КСВ». URL: www.csr-ukraine.org

9. Офіційний веб-портал Глобального договору ООН. URL: <http://www.unglobalcompact.org>

10. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. URL: www.iso.org