

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-3>

УДК 331.101.3

Володимир ПАНЧЕНКО

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

<https://orcid.org/0000-0003-0953-7752>

e-mail: op_panchenko@ukr.net

Оксана ПАНЧЕНКО

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

<https://orcid.org/0000-0002-6608-4783>

e-mail: op_panchenko@ukr.net

МЕТОДИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ

У статті виділено пріоритетне значення впровадження в національну модель управління економікою елементів соціальної відповідальності бізнесу та сформовано припущення стосовно отримання економічних і соціальних вигід від таких заходів при побудові високорозвиненого та прогресивного господарства. Наголошено на результатах аналізу досліджень вітчизняних науковців та зроблено висновки, що увага до такого питання посилюється, але стосується окремих аспектів соціальної відповідальності бізнесу. Виділено розбіжності у визначенні соціальної відповідальності бізнесу у США та країнах Європи та наголошено, що вони в основному визначаються на рівні відносин бізнес – держава. Звернуто увагу на прикладних характеристиках основних підходів (інструментального, з позиції політичного впливу, соціальних вимог та етики) до концепції соціальної відповідальності бізнесу. Отримані висновки дозволили сформулювати концептуальні методико-прикладні засади управління соціальною відповідальністю бізнесу, на які необхідно звернути увагу українським державним інституціям та можуть бути вдало впроваджені в національне підприємницьке середовище.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, управління, підприємство, модель, підхід.

Volodymyr PANCHENKO, Oksana PANCHENKO

Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University

METHODOLOGICAL AND APPLIED PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT OF BUSINESS ENTITIES

The article highlights the priority of introducing the elements of social responsibility of business into the national model of economic management and makes assumptions about obtaining economic and social benefits from such measures in building a highly developed and progressive economy. The results of the analysis of research by domestic scientists are emphasized and conclusions are drawn that attention to this issue is increasing, but it concerns certain aspects of social responsibility of business. Disagreements in the definition of social responsibility of business in the USA and European countries are highlighted and it is emphasized that they are mainly determined at the level of business-state relations. Attention is paid to the applied characteristics of the main approaches (instrumental, from the position of political influence, social requirements and ethics) to the concept of social responsibility of business. If the activities of American corporations are generally determined by their owners and managers, then European companies are significantly influenced by state authorities and professional associations, which strictly define the minimum requirements for their activities. The only difference is whether to perceive the enterprise as an open or as a closed system. As a closed system, the enterprise is not influenced by the external environment and does not interact with it. In contrast, enterprises as open systems dynamically interact with their environment. However, if we proceed from the understanding of the enterprise as a closed system, then the idea of social responsibility of business is significantly narrowed, covering only the responsibility to owners and employees. The obtained conclusions made it possible to form conceptual methodological and applied principles of social responsibility management of business, which should be paid attention to by Ukrainian state institutions and can be successfully implemented in the national business environment.

Key words: social responsibility, business, management, enterprise, model, approach.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Процеси трансформації економіки України призвели до зміни розуміння ролі держави як на рівні відносин держава-громадянин, так і у стосунках держава-підприємство. Головним чином ці зміни проявляються у різкому відході від практики державного патерналізму, яка була характерною для суспільства. В результаті початковий етап економічної трансформації в Україні перетворився на процес первинного нагромадження капіталу, де головною рушійною силою виступало прагнення до максимізації прибутків без огляду на негативний, а, подекуди і шкідливий, вплив на суспільство та оточуюче середовище.

Розвинена система соціального захисту, в даному випадку, сприймалася підприємствами лише як джерело необґрунтованих додаткових витрат. Зважаючи при цьому на фінансову неспроможність держави підтримувати її у належному стані, легко було спрогнозувати різке зменшення рівня соціального захисту населення – скорочення кількості об'єктів соціальної інфраструктури, погіршення якості соціальних послуг.

Натомість, в останні роки, завдяки досягненню певної стабільності економічного розвитку та зростанню рівня життя населення, відбувається зміна суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності, досягненні високої

продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати неекономічні показники роботи підприємства – рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки інтернатів, лікарень та шкіл, запровадження на підприємстві механізму контролю якості, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

В Україні лише в останні роки почали приділяти увагу питанню соціальної відповідальності бізнесу та робити перші кроки на шляху формування власного бачення щодо її формування та покращення враховуючи особливості економічного, політичного, культурного та соціального розвитку нашої країни. Серед вітчизняних дослідників даного напрямку можна назвати Т. Бондарук [1, с. 57–64], О. Бурдюк [2, с. 14–18], Д. Букреева [3], Т. Васильців [4, с. 4–8], М. Деліні [5, с. 263–270], О. Іляш [6, с. 150–156], Р. Лупак [7, с. 145–153], Я. Панухник [8, с. 60–65], О. Попадюк [9, с. 163–168], Л. Селіверстова [10, с. 13–16] та інші. Однак більшість робіт вітчизняних вчених представляють собою або ж емпіричні дослідження розуміння концепції соціальної відповідальності бізнесу вітчизняними підприємцями або ж вивчення окремих проявів соціальної відповідальності бізнесу. При цьому багаторічні напрацювання закордонних вчених або повністю ігноруються або ж використовуються фрагментарно. Це обумовлює необхідність вивчення концептуальних методико-прикладних засад управління соціальною відповідальністю суб'єктів бізнесу, що сформувалися завдяки багатьом дослідженням та іноземному досвіду і підтверджує актуальність публікації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Управління соціальною відповідальністю бізнесу має базуватися на врахуванні специфіки зовнішнього оточення та соціального середовища (велике місто або селище тощо), напрямку діяльності та масштабі підприємства. Тут пріоритетне значення має надаватися використанню прогресивного інструментарію, що відповідає сучасним принципам та нормам бізнесу, враховує його інтереси та базується на потребах суспільства і країни в цілому. Згідно цього важливо вивчити методико-прикладні засади управління соціальною відповідальністю суб'єктів бізнесу та виділити із загальної сукупності їхніх переваг ті, що матимуть практичне значення для вітчизняних підприємств та національної економіки.

Формулювання цілей статті

Метою статті є наукове обґрунтування методико-прикладних засад управління соціальною відповідальністю суб'єктів бізнесу, які вдало можна імплементувати в систему функціонування та розвитку вітчизняного підприємницького середовища. Набір цілей статті стосується визначення концептуальних характеристик різних провідних моделей управління соціальною відповідальністю бізнесу, основних їх переваг та позитивних результатів, що в сукупності варто взяти до уваги вітчизняним підприємствам у формуванні соціально відповідального бізнесу.

Виклад основного матеріалу

Перші наукові підходи до розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу, її принципів та методів зароджуються у середині ХХ століття. Провідна роль у їх розвитку належала американським вченим, у той час як у Європі концепція соціальної відповідальності бізнесу офіційно була сформована лише наприкінці ХХ ст. та знайшла своє відображення у низці трактатів та нормативних документів.

Зважаючи на історичні, культурні, політичні та соціальні відмінності, характерні для розвитку США та країн Європи, варто відмітити значні регіональні розбіжності у розумінні соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1).

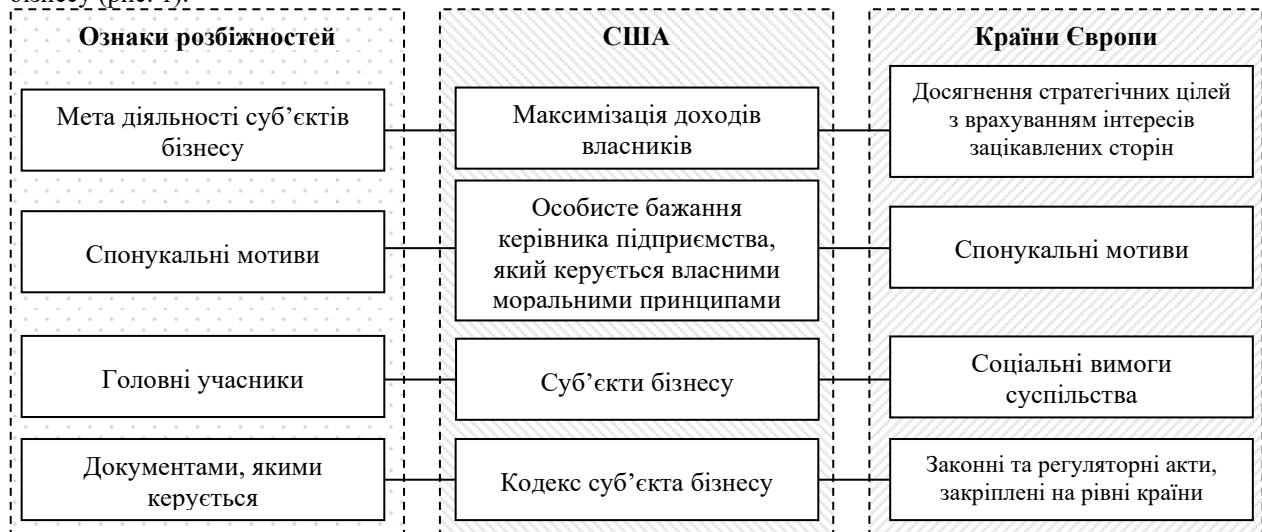


Рис. 1. Розбіжності у визначенні соціальної відповідальності бізнесу у США та країнах Європи

Загалом основні розбіжності у відношенні до концепції соціальної відповідальності бізнесу у США та країнах Європи, визначаються на рівні відносин «підприємство – держава». Так, якщо діяльність американських суб'єктів бізнесу загалом визначається його власниками та керівниками, то європейські підприємства зазнають значного впливу з боку державних органів влади та професійних об'єднань, які жорстко визначають мінімальні вимоги до їх діяльності. Існуючі регіональні розбіжності знайшли своє відображення у великій кількості наукових підходів щодо суті, ролі та значення соціальної відповідальності бізнесу, які доповнюють або ж навпаки заперечують одна одній. В основі кожної з них лежить ідея аналізу організації з погляду системності, тобто підприємство представляється як «комплекс взаємопов'язаних та взаємозалежних частин, організованих таким чином, що продукує єдине ціле».

Різниця є лише у тому чи сприймати підприємство як відкриту, чи як закриту систему. Оскільки як закрити система, підприємство не зазнає впливу з боку зовнішнього середовища і не взаємодіють з ним. На противагу, підприємства як відкриті системи, динамічно взаємодіють із своїм оточенням. Однак, якщо виходити з розуміння підприємства як закритої системи, то ідея соціальної відповідальності бізнесу значно звужується, охоплюючи лише відповідальність перед власниками та працівниками. Варто зазначити, що подібне розуміння даної концепції превалювало на початку зародження ідей соціальної відповідальності. В той же час, сприйняття підприємства як відкритої системи породжує багато запитань щодо мети, принципів, напрямків, механізму реалізації своєї соціальної функції та інформування громадськості про реалізовані заходи.

Водночас у багатьох розроблених теоріях концепція соціальної відповідальності бізнесу часто заміщувалася іншими визначеннями, які відображали суть відносин підприємства та суспільства. Так, найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна чуттєвість», «етика бізнесу», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративне громадянство», тощо. А це, в свою чергу, дозволяє згрупувати всі існуючі теорії та виділити чотири основні підходи до концепції соціальної відповідальності бізнесу:

- інструментальний підхід (підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату);
- підхід з позиції політичного впливу (підприємства мають здатність впливати на суспільство, і через те повинні відповідально використовувати цю здатність; при цьому під соціальною силою розуміють здатність впливати на результати важливих суспільних процесів з метою вирішення суспільних проблем незалежно від політичних інститутів);
- підхід з позиції соціальних вимог (підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій);
- підхід з позиції етики (в основі лежить ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством).

Водночас трактування соціальної відповідальності дозволяє зробити висновок про те, що з точки зору системного підходу існують усталені визначення окремо щодо корпоративної соціальної відповідальності та соціальної відповідальності бізнесу. Таким чином, з урахуванням різних трактувань, соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як спосіб ефективного управління соціальними та бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу бізнесу на суспільство. При цьому узагальнене трактування цього поняття включає: корпоративну етику; корпоративну соціальну політику стосовно суспільства; корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища; принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки; питання дотримання прав людини (включаючи рівні можливості для жінок і чоловіків, осіб, які мають особливі соціальні потреби, для різних вікових груп).

Основною особливістю американської моделі соціальної відповідальності бізнесу є слабе державне регулювання цієї сфери. Уряд, зацікавлений в посиленні системи соціального забезпечення, перекладає вирішення частини соціальних проблем на місцевий рівень, на некомерційний сектор і бізнес. Місцева влада, позбувшись підтримки на державному рівні, вимушена шукати союз з бізнесом для вирішення соціальних проблем, тому соціально-відповідальна поведінка підприємств сприймається в США практично як категоричний імператив. В американській моделі навіть на сьогоdnішньому етапі переважає філантропічний підхід, що передбачає розподіл частини прибутку підприємства для інвестування її суспільно-корисних ініціатив. Подібного роду добродійна діяльність часто не пов'язується з основною діяльністю підприємства і може бути скорочена залежно від економічної ситуації. Такі підприємства фактично займаються вкладеннями ресурсів в добродійні ініціативи місцевих громадських організацій і зацікавлених груп, хоча після певного періоду часу практично всі філантропічні проекти підприємств значно скорочуються.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки бізнесу використовується найширше. І цьому факту є принаймні два пояснення. По-перше, вона досить легко втілюється в життя, результати її реалізації часто є публічно наочними. Важливим є і той факт, що з погляду інвестора, участь підприємства в добродійній діяльності характеризує її як соціально стійку і, значить, за інших рівних умов, привабливішу для зовнішніх вкладень. По-друге, саме ця модель у разі грамотного її втілення, знаходить найбільший відгук з боку населення, громадських організацій і персоналу, оскільки

дозволяє цим групам сприймати компанію як таку, що піклується про потреби мешканців міста, району або регіону.

Основними напрямками роботи суб'єктів бізнесу з використанням американської моделі є:

– екологічність роботи підприємства (таке поняття зачіпає не тільки ставлення підприємства до навколишнього середовища, а, в даному випадку, ступінь його гармонійної інтеграції в навколишнє співтовариство; підприємство, що вкладає зусилля і гроші в підтримку і розвиток своїх «сусідів по регіону», викликає довіру, оскільки не тільки користується ресурсами співтовариства, а й інвестує в нього);

– стабільність і надійність (підприємства, що активно вкладає в добродійність, повинна мати достатньо прибутку для того, щоб не тільки забезпечити підтримку власної діяльності, а й для того, щоб витратити частину цього прибутку на потреби інших).

Важливим стимулом для коректування соціальних програм американського бізнесу в найближче десятиліття є криза стратегій мультикультуралізму і «позитивній дискримінації». Погрози безпеці і відчуття особистої незахищеності підривають традиційну для американської демократії модель жорсткого розмежування сфер впливу держави, бізнесу, громадянина. У цих умовах перспектива негативної динаміки накопичення соціального капіталу породжує необхідність системної взаємодії державних установ (як на федеральному рівні, так і в масштабах штату), місцевого співтовариства і підприємств для реалізації адресних проектів, звернених до різних груп стейкхолдерів (зацікавлених в діяльності підприємства осіб). Таким чином, обираючи американську модель соціально-відповідальної поведінки, підприємствам необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів соціального інвестування, а також відстежувати результат від цих вкладень.

Відповідно до європейської моделі, соціально-відповідальна діяльність бізнесу пов'язана з досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової інвестиційної привабливості підприємства. Практично всі ініціативи, що фінансуються підприємством в рамках такої моделі, мають безпосередньо стосуватися підвищення прибутку. Сучасна Європейська модель соціальної відповідальності орієнтує бізнес на три сфери прояву ініціативи – економіка, зайнятість і навколишнє середовище. Проте підприємства самі не займаються вирішенням соціальних проблем населення, а реалізують цю функцію через взаємодію з некомерційними організаціями, державними установами і іншими інститутами цивільного суспільства. Розвитком цієї моделі є концепція корпоративного громадянства, в якій бізнес розглядається як осередок цивільного суспільства – зацікавлений учасник системи соціальних відносин.

Європейська модель має на увазі економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграцію в стратегію розвитку підприємства. Тому, перед впровадженням цієї моделі, керівництву підприємства необхідно упевнитися, що, крім визначення об'єктів вкладень і виділення засобів, вся підприємницька діяльність буде переглянута з погляду її відповідності соціально відповідальній поведінці. До того ж, повинні бути розроблені і закріплені механізми контролю за ефективністю вкладених засобів.

У своїй основі Європейська модель ґрунтується на політичному досвіді економічних перетворень, що нерозривно пов'язують соціальну відповідальність підприємства з концепцією тривалого (стійкого) розвитку. Найбільш популярними об'єктами інвестицій у рамках цієї моделі є: розвиток персоналу підприємства; внесок в розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності підприємства; природоохоронна діяльність, розвиток науки, освіти і технологій; добродійні внески за участю працівників підприємства; програми приведення діяльності підприємства відповідно до світових галузевих стандартів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Соціальна відповідальність в країнах з розвинутою ринковою економікою сприймається як багатовимірна конструкція, відповідно і критерії оцінювання можуть бути різними. Це можуть бути інвестиції в охорону навколишнього середовища, оцінка і характер вироблених товарів і послуг, оцінка відносин з працівниками, відносини до меншин, добродійні програми і так далі. Все це з успіхом може працювати (і в окремих випадках вже працює) в українських умовах.

Подальші дослідження варто сконцентрувати навколо розроблення концептуальних положень для формування та реалізації державної політики стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу, активний розвиток якого очікується після успішного подолання гібридних загроз і відповідно варто очікувати становлення стабільного підприємницького середовища для впровадження прогресивного інструментарію соціальної відповідальності.

Література

1. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2020. № 1–2. С. 57–64.
2. Будько О. В. Формування аналітичного забезпечення управління соціально відповідальною діяльністю підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 14. С. 14–18.

3. Букресва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємства: євроінтеграційний аспект. Економіка та суспільство. 2022. № 38. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271>.
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. Напрями та засоби стимулювання соціальної відповідальності підприємництва в Україні. Економіка та держава. 2019. № 5. С. 4–8.
5. Деліні М. М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. Проблеми економіки. 2017. № 4. С. 263–270.
6. Ляш О. І., Васильців Т. Г. Пріоритети державного регулювання у сфері соціально-економічної безпеки України. Стратегічні пріоритети. 2014. № 3 (32). С. 150–156.
7. Лупак Р. Л., Качмар Н. М. Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2016. № 2 (12). С. 145–153.
8. Панухник Я. Г. Соціальна відповідальна діяльність як інструмент модернізації технологій управління підприємством у муніципальній економічній системі. Інноваційна економіка. 2016. № 3–4. С. 60–65.
9. Попадюк О., Кравчук І. Оцінка рівня внутрішньої соціальної відповідальності підприємства. Економічний простір. 2022. № 180. С. 163–168.
10. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. 2019. № 7. С. 13–16.

References

1. Bondaruk, T. G., Bondaruk, I. S. (2020). The economic nature of the organizational and economic mechanism of social responsibility of business. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing*. no. 1–2. P. 57–64.
2. Budko, O. V. (2017). Formation of analytical support for management of socially responsible activities of enterprises. *Investments: practice and experience*. no. 14. P. 14–18.
3. Bukreeva, D., Denysenko, K. (2022). Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of the enterprise: European integration aspect. *Economy and society*. no. 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271>.
4. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L., Rudkovskyi, O. V. (2019). Directions and means of stimulating social responsibility of entrepreneurship in Ukraine. *Economy and the state*. no. 5. P. 4–8.
5. Delini, M. M. (2017). Indicators of assessment of social and economic responsibility of entrepreneurship in Ukraine. *Problems of the economy*. no. 4. P. 263–270.
6. Ilyash, O. I., Vasylytsiv, T. G. (2014). Priorities of state regulation in the sphere of social and economic security of Ukraine. *Strategic priorities*. no. 3 (32). P. 150–156.
7. Lupak, R. L., Kachmar, N. M. (2016). Social responsibility as a component of ensuring the competitiveness of the enterprise. *Social and labor relations: theory and practice*. no. 2 (12). P. 145–153.
8. Panukhnyk, Y. G. (2016). Socially responsible activity as a tool for modernization of enterprise management technologies in the municipal economic system. *Innovative economy*. no. 3–4. P. 60–65.
9. Popadyuk, O., Kravchuk, I. (2022). Assessment of the level of internal social responsibility of the enterprise. *Economic space*. no. 180. P. 163–168.
10. Seliverstova, L. S., Losovska, N. V. (2019). Approaches to the formation of the organizational and economic mechanism of managing the social responsibility of business. *Economy and the state*. no. 7. P. 13–16.