

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

*Л.М. Шимановська-Діанич*¹, д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту
E-mail: ludad5846@gmail.com

*О.В. Манжура*², д.е.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи
E-mail: manzhural1@ukr.net

*Т.П. Яхно*³, к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
E-mail: tetis74@ukr.net

¹⁻²ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"
вул. Ковалю, 3, 36014, м. Полтава, Україна

³Львівський торговельно-економічний університет, м.Львів
вул.Туган-Барановського 10, м.Львів, 79000, Україна

Розглядаються загальні і відмінні риси між поняттями, що за своїм змістом є подібними до категорії «соціальна відповідальність бізнесу» або знаходяться з нею в тісному логічному зв'язку, дано авторське визначення соціальної відповідальності бізнесу, виявлено основні складові соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, відповідальність, волонтерство, благодійництво, філантропія, відповідальність

DOI 10.21272/1817-9215.2018.1-11

ВСТУП

Сучасний світ живе в умовах формування постіндустріального суспільства для якого, на жаль, характерна наявність гострих соціальних проблем. Тому особливо велике значення нині набувають нові ефективні інструменти вирішення даних проблем, що є можливим за умови повномасштабного переходу до концепції сталого розвитку як на рівні національної економіки держави і суспільства в цілому, так і на рівні кожної окремої компанії. У цьому сенсі варто зазначити, що в якості апробованого ефективного інструменту забезпечення сталого розвитку, по всьому світу, набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу.

Крім того, об'єктивною закономірністю трансформаційних змін економіки, що на даний час відбуваються в національній економіці України і на споживчому ринку, зокрема, виступає процес соціалізації бізнесу, який безпосередньо пов'язаний із сучасними тенденціями їх соціально-економічного розвитку, а саме: розвитком НТП і зростанням вимог до процесу та результатів виробництва, а також із системними перетвореннями відносин власності, з лібералізацією економічних відносин, процесами формування системи соціального захисту, з соціальними функціями органів державного управління тощо. Це зумовлено тим, що стратегічною метою численних соціально-економічних реформ та трансформацій в Україні є побудова держави загального добробуту і перехід від «економіки товару» до «економіки людини» у контексті формування постіндустріального суспільства, що дозволило б

створити умови для задоволення всіх соціальних потреб громадян, а також для реалізації їхнього потенціалу. Це, у свою чергу, пов'язується з більш глобальними концепціями людського розвитку та людського капіталу, імплементація яких є одним з пріоритетних напрямів діяльності світової спільноти. Однозначно, що положення цих концепцій мають впроваджуватися в усіх сферах національної економіки України як соціально-економічної системи. Важливим засобом їх здійснення виступає бізнес в цілому і бізнес-структури які його представляють. Однією з умов реалізації концепції людського розвитку та людського капіталу виступає впровадження та дотримання основ соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), як великого, так і малого та середнього. Саме тому, на соціальну роль бізнесу нині покладаються великі надії. Як підкреслюють науковці, великі компанії стають новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів.

ПОСТАВЛЕННЯ ЗАВДАННЯ

Результати дослідження питань соціальної відповідальності бізнесу можна знайти в багатьох наукових працях як іноземних так і українських науковців. Разом з тим, дослідження низки літературних джерел дозволило зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу є складною соціально-економічною категорією, свідченням чого виступає значна кількість трактувань її змісту, принципів реалізації та прояву. Ми пояснюємо це тим, що соціальна відповідальність бізнесу можлива для впровадження на всіх рівнях ієрархічної структури держави і національної економіки, а це, у свою чергу, пояснює відмінності у сприйнятті даної категорії науковцями і практиками.

Так, О. Амоша, В. Бібік, Л. Власюк, В. Ворона, В. Геєць, В. Дементов, В. Козаков, А. Колот, І. Курило, О. Макара, В. Мандибура, О. Новікова, О. Палій, С. Пирожков, М. Солдатенко у своїх роботах висвітлюють прояв соціальної відповідальності, як загального явища, на загальнодержавному рівні, звертаючи увагу на те, що необхідно забезпечувати гідні умови для розвитку людини, встановлювати соціальні стандарти і користуватися ними тощо.

Інша група дослідників, зокрема, А. Зінченко, С. Літовченко, В. Онопрієнко, М. Саприкіна, розкриваючи в своїх роботах особливості взаємодії бізнесу та регіональних громад, звертають увагу на те, що саме через запровадження соціальної відповідальності бізнесу стає можливим вирішення таких регіональних проблем: бідність, нерациональне використання ресурсів регіону, відставання малих міських і сільських поселень за рівнем соціально-економічного розвитку від великих міст, посилення регіональної диференціації за якістю навколишнього середовища, деградація об'єктів соціальної інфраструктури тощо.

Предметом досліджень О. Ю. Березіної, Н. В. Водницької, О. В. Ворони, І. В. Жиглей, Е. Карнегі, А. Керолла, Ф. Котлера, Е. Клептона, Ж. Рішара, Г. Фітча, І. М. Царик, О. В. Черних, Л. В. Чижевської стали проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності.

Водночас, при значній кількості наукових праць, в яких висвітлено інструменти, форми і методи соціальної відповідальності бізнесу, варто зазначити, що чітке визначення даної категорії відсутнє, у крім того, розуміння соціальної відповідальності науковцями і практиками суттєво різняться, а іноді навіть відбувається плутанина та змішування деяких понять. Саме тому постає необхідність чіткого визначення базових категорій соціальної відповідальності бізнесу, виявлення загальних і відмінних рис між поняттями, що за своїм змістом є подібними до категорії «соціальна відповідальність бізнесу» або знаходяться з нею в тісному логічному зв'язку, виявлення основних складових соціальної відповідальності бізнесу, що і стало метою написання даної статті.

РЕЗУЛЬТАТИ

У першу чергу хотілось би звернути увагу на те, що в основі визначення сутнісних ознак категорії «соціальна відповідальність» є змістовні характеристики самої відповідальності, що має соціальний прояв, адже відповідальність – одна із фундаментальних наукових категорій, яка визначає ставлення особи до навколишнього світу та виступає базовим принципом міжособистісної взаємодії. «Проблема відповідальності» завжди залишається в полі зору філософії, етики, права, особливо тих філософів, які займалися дослідженням соціальних, політичних та економічних проблем паралельно: Платона, Аристотеля, Т. Гоббса, М. Вебера [1, 3, 9]. З точки зору філософії, відповідальність – це соціально-філософська категорія, що відображає об'єктивний характер взаємодії суб'єктів діяльності в різних сферах життєдіяльності суспільства [10].

Тлумачний словник дає таке визначення відповідальності – це покладений на когось або взятий на себе обов'язок відповідати за певну ділянку роботи, справу, за чийсь дії, вчинки, слова [14]. Тому можна говорити, що відповідальність є одночасно і категорією етики, і категорією права, яка відображає особливе соціальне і морально-правове ставлення людини або іншого суб'єкта, наприклад організації, до іншої людини або спільноти, певного інституту або суспільства в цілому. При цьому, відповідальність, з одного боку – це залежність від кого-небудь або чого-небудь, а з іншого – здатність, готовність до виконання морально-духовного обов'язку і правових норм.

Це дає нам підстави говорити про існування декількох видів відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1 - Види відповідальності [систематизовано автором на основі 4, 14, 18 .]

Вид відповідальності	Зміст
Юридична відповідальність	встановлений законодавством юридичний обов'язок правопорушника зазнати позбавлення певних благ та (або) належних йому цінностей;
Дисциплінарна відповідальність	вид юридичної відповідальності, що виникає за порушення дисципліни у сфері трудових відносин і полягає в застосуванні до винних заходів дисциплінарного характеру: зауваження, догани, переведення на іншу роботу, звільнення з посади тощо;
Економічна відповідальність	обов'язок економічного суб'єкта відповідати по прийнятим ним зобов'язанням

Окреме місце в сукупності видів відповідальності належить соціальній відповідальності. Термін «соціальна відповідальність» вперше було використано у 50-ті роки ХХ ст. у монографії Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953 р.), проте, з 1953 р. і до нині науковці та практики так і не прийшли до єдиного визначення цього терміну, хоча варто зазначити, що категорія «соціальний» означає «все міжлюдське, тобто все те, що пов'язане із суспільним життям людей, з різними формами їх відносин, у першу чергу те, що відноситься до суспільства» [21].

По друге, розуміння лідерами бізнесу своєї особливої, провідної, ролі в цій сфері призвело до виникнення, наприкінці ХХ століття, терміну «корпоративна соціальна відповідальність», який став найважливішою складовою поняття про сталий розвиток не тільки бізнесу, а й людства в цілому. Можна говорити про синонімічності обох понять, хоча, на практиці, представники бізнес середовища, вважають за краще використовувати термін «корпоративна соціальна відповідальність», академічні кола, громадські організації і просто громадяни - «соціальна відповідальність бізнесу». Обидва терміни є перекладом від англійського слова corporate social responsibility. Соціальна відповідальність бізнесу також має безліч інших назв: корпоративна відповідальність, облік корпоративної етики, корпоративна громадянська позиція, сталий розвиток, управління, потрібний

критерій і відповідальний бізнес та інше, при цьому, як правило, мова йде про одну й ту ж концепцію.

Для того, щоб розібратися з тим, що ж являє собою сучасне трактування і розуміння соціальної відповідальності бізнесу, доцільно розглянути кілька найбільш часто використовуваних визначень соціальної відповідальності бізнесу на даний момент.

Таблиця 2 - Існуючі визначення понять «соціальна відповідальність бізнесу» і «корпоративна соціальна відповідальність»

Автор або джерело	Визначення
Міжнародний форум лідерів бізнесу під егідою Принца Уельського [16, с.25]	Соціальна відповідальність бізнесу – концепція, згідно якої бізнес, окрім дотримання законів і виробництва якісного продукту (послуг) добровільно бере на себе додаткові зобов’язання перед суспільством
Інститут дослідження Світового Банку [12]	Соціальна відповідальність бізнесу: 1) комплекс напрямів політики і дій, які пов’язані з ключовими стейкхолдерами, цінностями і виконують вимоги законності, а також враховують інтереси людей, спільнот і оточуючого середовища; 2) спрямованість бізнесу на стійкий розвиток
Європейська комісія [8]	Корпоративна соціальна відповідальність – інструмент, за допомогою якого є можливість впливати на суспільство, забезпечуючи при цьому його стійкий розвиток
Стандарт SA 8000 «Social Accountability» [29]	Соціальна відповідальність – це здатність організації або підприємства оцінити соціальні наслідки своєї діяльності, у тому числі безпеку та вплив на довколишнє середовище
ISO 26000 [28]	Соціальна відповідальність – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
Форум соціально відповідального ведення бізнесу (Україна) [24]	Соціальна відповідальність – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем
Світова Рада компаній [20, С. 65]	Соціальна відповідальність – це довгострокове зобов’язання компаній щодо етичного ведення бізнесу та сприяння сталому економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом
Європейський Альянс КСВ [7]	Соціальна відповідальність – концепція залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу)
Всесвітня ділова рада за сталий розвиток [15]	Соціальна відповідальність – зобов’язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з робітниками, їх сім’ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їх життя
Конфедерація роботодавців України [25]	Соціальна відповідальність – добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища

продовж. табл. 2

Державна служба України з питань регуляторної політики	Соціальна відповідальність – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний
--	---

та розвитку підприємництва [6]	діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем
А. В. Безогодов [2]	Соціальна відповідальність – добровільний відгук організації на соціальні проблеми своїх робітників, мешканців міста, області, країни, світу
Л. А. Грицина [3]	Соціальна відповідальність – добровільна діяльність суб'єктів, яка перевищує визначені у законодавстві вимоги до роботи підприємства, та охоплює екологічну, суспільну, трудову та економічну сфери відповідальності перед навколишнім середовищем, суспільством в цілому, територіальними громадами, працівниками, постачальниками, споживачами, акціонерами
С. Е. Литовченко [11]	Соціальна відповідальність – представляє собою добровільний внесок в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, пов'язаний з основною діяльністю компанії та виходить за рамки відповідного законодавчого мінімуму
Шпотов Б. [27]	Соціальна відповідальність фірми – максимальне використання переваг компанії з зведення до мінімуму недоліків, які зачіпають як учасників бізнесу так і суспільство в цілому
Фіглілн Л. [22]	Соціальна відповідальність означає здатність організації або підприємства оцінити наслідки своєї діяльності для стійкого соціального розвитку суспільства. Соціальна відповідальність широке поняття яке охоплює і такі проблеми як екологія, соціальна справедливість, рівноправ'я. Організації зобов'язані проявляти свою відповідальність у трьох областях – фінанси, вплив їх діяльності на суспільство і оточуюче середовище, вплив на екологію
Палацци М. [13]	Соціальна відповідальність являє собою в своїй основі філософію або образ відносин між підприємницькими колами і суспільством, причому для їх реалізації і стійкості протягом довготривалого періоду часу ці відносини потребують керівництва
Гордон Х.Фітч [23]	Корпоративна соціальна відповідальність це серйозна спроба вирішити соціальні проблеми, які були викликані повністю або частково діями корпорації
Стівен П. [19, С. 192-195]	Соціальна відповідальність – зобов'язання фірми дотримуватись довготермінових суспільно корисних цілей, що прийняті нею понад того, що вимагають від неї законодавство і інші економічні умови

Аналіз вищенаведених визначень соціальної відповідальності бізнесу дає можливість зробити такі висновки:

по-перше, соціальна відповідальність бізнесу, як явище, у контексті використання його до характеристики деяких аспектів діяльності компаній, національної економіки і суспільства в цілому - це молода галузь знання, яка на даний момент тільки формується, і для якої характерним є наявність значної кількості практичного досвіду, що є матеріалом для теоретичного узагальнення. Тому більшість базових поняття поки що є дуже рухливими і єдиного розуміння багатьох процесів і термінів щодо соціальної відповідальності бізнесу ще тільки належить досягти;

по друге, певні відмінності у визначеннях можуть бути пояснені з точки зору врахування чи неврахування юридичних аспектів забезпечення відповідальності, цільової аудиторії, з якою працюють суб'єкти, ступеня наукової обґрунтованості комплексу рішень, заходів, що забезпечують реалізацію принципів соціальної відповідальності тощо;

по-третє, існують і інші причини різноманітності у визначенні соціальної відповідальності бізнесу. Зокрема, варто розуміти, що різні стейкхолдери (або зацікавлені сторони) бачать світ по різному і мають на це повне право: для працівника компанії соціальна відповідальність - це гідна оплата праці, гарантія високих трудових стандартів, а для місцевих громад СББ - це вже інвестиції компанії у розвиток регіонів присутності, і т.ін. З іншого боку потрібно також розуміти, що

соціальна відповідальність бізнесу розглядається на найрізноманітніших концептуальних рівнях: це може бути інструмент в руках бізнесу щодо досягнення і забезпечення цілей сталого розвитку, або концепція в руках уряду, наприклад ЄС, щодо визначення ролі і місця бізнесу в суспільстві, або погляд дослідника, вченого, який розглядає СВБ як вид соціального інституту, що використовується для досягнення соціального гомеостазу і т.ін.;

по-четверте, можна припустити, що розбіжність у визначеннях СВБ частково є результатом різних поглядів на роль бізнесу в суспільстві в різних регіонах. Навіть у відносно невеликому географічному просторі Європи, де концепція соціальної відповідальності набирала популярності з 1990 року, є розбіжності в політиці і практиці СВБ. Крім того, зміщення фокусу СВБ з Заходу, особливо США та Західної Європи, в інші регіони - Азія, Південна Америка, Африка та Центральна Європа, також демонструє розбіжність в розумінні і практиці СВБ;

по-п'яте, слід зазначити, що незважаючи на триваючі дебати, концепція соціальної відповідальності залишається досить спірною, і очевидно саме це є причиною того, що даний термін є розпливчастим і недостатньо чітко визначеним; йому не вистачає теоретичної бази; існуючі визначення не вирішують фундаментальної проблем - відсутність чіткого розуміння того які саме соціальні питання і яким чином повинні вирішувати організації, бізнес і суспільство; як імплементувати цю концепцію в діяльність організацій, бізнесу і суспільства; як поводити себе в бізнесі, що б бути соціально відповідальним. Все це залишено на розсуд кожного окремого бізнесу.

Отже, можна стверджувати, що СВБ - це, по-перше - соціальна, а по-друге - відповідальність, яку слід розуміти в даному контексті як «борг» (обов'язок), що, як правило, є боргом не тільки корпоративних юридичних суб'єктів, але і бізнесу в цілому і інших типів інституцій у більш широкому розумінні.

Таким чином, проведене нами дослідження сукупності визначень соціальної відповідальності в цілому, і бізнесу, зокрема, які представлені в різноманітних джерелах дозволяє виявити найбільш типові її ознаки: можливість вирішення широкого кола соціальних проблем на різних рівнях ієрархічної структури держави, економіки і суспільства; інтеграція бізнесу із базовими загальнолюдськими цінностями; гармонійне співіснування, взаємодія і діалог представників влади, бізнесу і суспільства. Крім того, спільним для більшості визначень є те, що соціальна відповідальність розглядається як прояв зв'язку і взаємозалежності особи/підприємства і суспільства.

Водночас, якщо повертатись до визначення змісту категорії «соціальна відповідальність», як базової для категорії «соціальна відповідальність бізнесу», то майже в усіх дефініціях соціальна відповідальність - це проблема співвідношення категорій свободи і необхідності [21]. Наприклад, етика права розглядає у нерозривному взаємозв'язку категорії «свобода – добро – обов'язок – необхідність». А згідно з філософськими поглядами свобода – це цілеспрямована свідомо діяльність на підставі пізної необхідності [26]. Таким чином, виявляється, що свобода і необхідність є нерозривними категоріями, саме тому можна стверджувати, що соціальна відповідальність є добровільним проявом необхідної соціальної політики. Тому, ґрунтуючись на цьому положенні, можна вважати, що соціальна відповідальність це покладене на певну особу або добровільно взяте на неї зобов'язання за вирішення соціальних проблем на будь-якому з рівнів економічної структури держави на основі взаємодії, гармонійного співіснування такої особи з представниками влади, бізнесу, суспільства.

Окрему увагу слід приділити відмінностям даної категорії відповідальності від подібних до неї. Такими в науковій літературі відзначаються: благодійництво – добровільна особиста та/або майнова допомога для досягнення визначених цілей, що не передбачає одержання благодійником прибутку, а також сплати будь-якої винагороди або компенсації благодійнику від імені або за дорученням бенефіціара;

волонтерство – добровільна, неприбуткова діяльність фізичних осіб – волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, що перебувають у складних життєвих обставинах і потребують сторонньої допомоги; філантропія – любов до людей, доброзичливе ставлення до людини взагалі, благодійність, жертвування своїм часом, грошима, людинолюбство, безкорисна допомога [4].

Благодійництво, волонтерство, і філантропія є єдиною формою діяльності, яка не передбачає постійної систематичної допомоги. І в цьому полягає головна відмінність між цими формами відповідальності та соціальною відповідальністю бізнесу, адже друге передбачає не разову, а систематичну, сплановану, стратегічно націлену діяльність, яка, у свою чергу, сприяє підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства.

Слід відмітити, що і інструменти забезпечення соціально відповідального ведення бізнесу набагато відрізняються від інструментів благодійництва, волонтерства та філантропії. Наприклад, до інструментів благодійництва можна віднести проведення благодійних акцій, фінансування благодійних проєктів суб'єктами, моральна підтримка нужденних, наслідком використання яких є підвищення освітнього рівня в суспільстві, а також до культурного та духовного розвитку населення. Інструментами філантропічної та волонтерської діяльності є матеріальна та моральна допомога населенню (безоплатна допомога), участь суб'єктів у волонтерській та благодійній діяльності, що приведе до отримання морального задоволення суб'єктами, матеріальної та моральної допомоги, розвитку та популяризації волонтерської діяльності, підвищення рівня розвитку культури та мистецтва. Отже, ефект благодійництва, волонтерства та філантропії має лише локальний місцевий прояв, у той час як результат соціальної відповідальності відображається у вигляді захищеності населення, покращенні екологічної ситуації в країні, створенні нових робочих місць, економічному та соціальному розвитку суспільства, збільшенні продуктивності праці на підприємстві, що досягається завдяки встановленню соціальних та екологічних нормативів і стандартів, захисту прав споживачів, бюджетному фінансуванню об'єктів соціальної сфери, дотриманню корпоративної культури та ділової етики, забезпеченню споживачів високоякісними товарами та послугами тощо. Отже, соціальна відповідальність є більш широким поняттям, що може включати в себе і філантропію, і волонтерство, і благодійництво.

Таким чином, на основі визначення сутнісних ознак соціальної відповідальності та її відмінностей від подібних соціально-економічних категорій, нами було сформульовано авторське визначення: соціальна відповідальність бізнесу (корпоративна соціальна відповідальність) - це сукупність зобов'язань, яка відповідає специфіці і рівню розвитку компанії, регулярно переглядається і динамічно змінюється, добровільно і погоджено виробляється за участю ключових зацікавлених сторін, приймається керівництвом компанії, з особливим урахуванням думок персоналу і акціонерів, виконується, в основному, за рахунок коштів компанії і націлена на реалізацію значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, а результати реалізації цих зобов'язань сприяють розвитку компанії (зростання обсягів виробництва, підвищення якості продукції та послуг, та ін.), поліпшенню репутації та іміджу, становленню корпоративної ідентичності, розвитку корпоративних брендів, а також розширенню конструктивних партнерських зв'язків з державою, діловими партнерами, місцевими громадами та громадськими організаціями.

Саме тому, можна говорити про дві складові соціальної відповідальності бізнесу – добровільну і обов'язкову.

Представлене нами визначення соціальної відповідальності бізнесу дало підстави визначити такі основні компоненти концепції СВБ, зокрема: корпоративна соціальна політика щодо суспільства; корпоративне управління та корпоративна етика; охорона здоров'я та охорона праці; політика в сфері охорони навколишнього середовища; права людини (включаючи основні трудові права); управління людськими ресурсами; взаємодія з суспільством, розвиток та інвестування;

корпоративна благодійність і волонтерство; задоволення вимог споживача і прихильність принципу чесної конкуренції; боротьба з хабарництвом і заходи з боротьби з корупцією; звітність, прозорість та інформування про діяльність; питання щодо дотримання прав людини в стосунках з постачальниками, як в національному, так і в міжнародному ланцюгу підрядників - постачальників тощо.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки можна зазначити, що соціальна відповідальність бізнесу має бути спрямована не тільки на задоволення поточних соціальних потреб, але й на підвищення економічної ефективності діяльності компанії, економіки і суспільства в цілому в довгостроковому періоді. До того ж вона реалізується на всіх рівнях ієрархії економіки держави, на відміну від інших видів відповідальної діяльності суб'єктів економіки, що знаходять свій прояв, як правило, лише на мікрорівні. У сукупності соціально-економічних категорій, що характеризують прояв соціальної відповідальності одних суб'єктів по відношенню до інших, соціальній відповідальності бізнесу належить особливе місце. Її сутність може бути визначена як сукупність зобов'язань, яка відповідає специфіці і рівню розвитку компанії, регулярно переглядається і динамічно змінюється, добровільно і погоджено виробляється за участю ключових зацікавлених сторін, приймається керівництвом компанії, з особливим урахуванням думок персоналу і акціонерів, виконується, в основному, за рахунок коштів компанії і націлена на реалізацію значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, а результати реалізації цих зобов'язань сприяють розвитку компанії (зростання обсягів виробництва, підвищення якості продукції та послуг, та ін.), поліпшенню репутації та іміджу, становленню корпоративної ідентичності, розвитку корпоративних брендів, а також розширенню конструктивних партнерських зв'язків з державою, діловими партнерами, місцевими громадами та громадськими організаціями.

Крім того, у той час як концепція соціальної відповідальності бізнесу залишається однією з широко використовуваних платформ для обговорення ролі бізнесу в суспільстві, існують і інші концепції, які оцінюють цю роль з іншої точки зору, наприклад, теорії зацікавлених сторін; бізнес-етики, корпоративної соціальної діяльності, суспільного договору або корпоративного громадянства, що і буде предметом наших подальших досліджень.

SUMMARY

The general and distinctive features between concepts which by their content are similar to categories of "social responsibility of business" or are in it in close logical connection are considered, author's definition of social responsibility of business is given, the basic components of social responsibility of business are revealed.

Keywords: *social responsibility of business, responsibility, volunteering, charity, philanthropy, responsibility*

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Антология мировой философии. – М. : Мысль, 1992. – 776 с.
2. Безгодков А. В. Очерки социологии предпринимательства / А. В. Безгодков. – СПб. : Петрополис, 1999. – 224 с
3. Гоббс Т. Твори у 2 т. Філософія / Т. Гоббс. – М., 1990. – 896 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
5. Грицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Л. А. Грицина ; Міністерство освіти і науки України, Хмельницький національний університет. – Хмельницький, 2009. – 20 с.
6. Державна служба регуляторної політики з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/list/19.htm>
7. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності / European Alliance for CSR. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/enterprise/>
8. Європейська комісія: Корпоративна відповідальність перед суспільством. Корпоративний соціальний звіт. Рекомендації Асоціації менеджерів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.amr.g

9. Кравченко А. Социология М. Вебера: труд и экономика / А. Кравченко. – М. : Издат. дом «На Воробьевых», 1997. – 208 с.
10. Кравченко А. А. Феномен «соціальної відповідальності» в еволюції суспільних трансформацій / А. А. Кравченко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2011. – № 51. – С. 217 – 223.
11. Литовченко С. Что такое «хорошо» и что такое КСО? (Из выступления исполнительного директора Ассоциации Менеджеров на VIII Петербургском международном экономическом форуме в июне 2004 года) / С. Литовченко // Вестник Ассоциации Менеджеров. – 2004. – № 6/7. – С. 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vam.amr.ru/articles/cm/64>
12. Офіційний сайт Світового банку. - [Електронний ресурс]. - Режим доступа : <https://www.worldbank.org>
13. Палацци М., Статчер Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе [пер. с англ.] / М. Палацци, Дж. Статчер. - М. : Права человека, 1997. – 59 с.
14. Словник української мови: в 11 томах. – Том 1 / Ін-т мовознавства АН УРСР. – К. : Наукова думка, 1970. – 620 с
15. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи дії / Звіт Форуму соціально відповідального бізнесу України. – К., 2006. – 22 с.
16. Социальное измерение в бизнесе. Рекомендации международного форума лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. - М.: НП Социальные инвестиции, Изд.дом Красная площадь», 2001. – 25 с.
17. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С. Е. Литовченко, М.И. Корсакова. - М.: Ассоциация менеджеров, 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.amr.ru>
18. Социальное управление: словарь-справочник. Под ред. В. И. Добренкова, И. М. Слепенкова. - М., Издательство Московского Университета, 1994.- 198 с.
19. Стивен П. Менеджмент / П. Стивен, М. Коултер // 6-е издание. : пер. с англ.- М. : Изд.дом «Вильямс», 2004. –1056 с.
20. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61 – 74.
21. Філософія політики: Короткий енциклопедичний словник / Авт-упоряд.: В. П. Андрущенко та ін. – К. : Знання України, 2002. – 430 с
22. Фиглин Л. Модель управления качеством социальной ответственности организации // Проблемы теории и практики управления. 2003. - № 2, - С.
23. Фитч Гордон Х. Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.amr.ru>
24. Форум соціально відповідального ведення бізнесу (Україна). Аналітичний звіт щодо результатів дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: стан та перспективи розвитку» Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uniter.org.ua>
25. Центр «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.training.ua/companies/view/844/>
26. Шевченко С. Л. Поняття свободи як визначального чинника людського буття в філософії датського мислителя Сьорена К'єркегора дискурсу / С. Л. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newacropolis.org.ua/ru/study/conference>
27. Шпотов Б. Деловая этика и менеджмент: современные подходы // Проблемы теории и практики управления, 2002. - №1. – С. 89-94
28. ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
29. Social Accountability 8000 Standard: 2008 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

Надійшла до редакції 12 листопада 2018 р.