

Отримано: 30 листопада 2016 р.

Прорецензовано: 04 грудня 2016 р.

Прийнято до друку: 11 грудня 2016 р.

Топішко І. І., Топішко Н. П. Концептуальні засади соціальної відповідальності підприємства / І. І. Топішко, Н. П. Топішко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. – Острог: Вид-во НУ«ОА», грудень 2016. – № 3(31). – С. 80–84.

УДК 330.117

JEL – класифікація: M 14

**Топішко Іван Іванович,**  
кандидат економічних наук, доцент

**Топішко Наталія Петрівна,**

кандидат економічних наук, старший викладач, кафедра економічної теорії, менеджменту та маркетингу  
Національного університету «Острозька академія»

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розкрито сутність категорії «соціальна відповідальність» як комплексного поняття, яке відображає фундаментальні цінності суспільства. Система соціальної відповідальності його суб'єктів характеризується як соціальний інститут регулювання соціально-економічних відносин із метою забезпечення стабільності та розвитку умов життєдіяльності. Розглянуто еволюцію теоретико-методологічних підходів до з'ясування змісту та рівнів соціальної відповідальності як відображення процесу усвідомлення соціумом потреби та можливості практичного забезпечення її вимог і результатів.

Акцентовано увагу на соціальній відповідальності підприємства як критерію необхідності та результативності його діяльності, як дієвого інструменту механізму соціального контролю з метою узгодження інтересів бізнесу та суспільства. Підкреслено потребу у формуванні нового типу суспільних відносин, орієнтованих на підвищення відповідальності підприємств за вплив їхньої діяльності на суспільний розвиток.

**Ключові слова:** суспільство, соціальна відповідальність підприємства, стейкхолдери (зацікавлені сторони), соціальні норми, соціальний контроль.

**Топішко Іван Іванович,**  
кандидат экономических наук, доцент

**Топішко Наталія Петрівна,**

кандидат экономических наук, старший преподаватель, кафедра экономической теории, менеджмента и маркетинга  
Национального университета «Острозьская академия»

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Раскрыта сущность категории «социальная ответственность» как комплексного понятия, которое отражает фундаментальные ценности общества. Система социальной ответственности его субъектов характеризуется как социальный институт регулирования социально-экономических отношений в целях обеспечения стабильности и развития условий жизнедеятельности. Рассмотрена эволюция теоретико-методологических подходов к выяснению содержания и уровней социальной ответственности как отражение процесса осознания социумом потребности и возможности практического обеспечения ее требований и результатов.

Акцентировано внимание на социальной ответственности предприятия как критерия необходимости и результативности его деятельности, как действенного инструмента механизма социального контроля с целью согласования интересов бизнеса и общества.

Подчеркнута потребность в формировании нового типа общественных отношений, ориентированных на повышение ответственности предприятий за влияние их деятельности на общественное развитие.

**Ключевые слова:** общество, социальная ответственность предприятия, стейкхолдеры (заинтересованные стороны), социальные нормы, социальный контроль.

**Ivan Topishko,**  
PhD, Associate Professor

**Natalia Topishko,**

PhD, Assistant Professor Department of Economic theory, Management and Marketing  
The National University of Ostroh Academy

## CONCEPTUAL PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The essence of the category of «social responsibility» as a comprehensive concept that reflects the fundamental values of society is described. The system of social responsibility is characterized as a social institution that regulating social and economic relations in order to ensure stability and improving the living standards. The evolution of theoretical and methodological approaches concerning the content and levels of social responsibility as a reflection of the process of understanding society needs and opportunities to ensure its practical demands and results are observed.

*The attention is paid to the responsibility of the enterprises as a criteria of necessity and effectiveness of their activities, as an effective tool of social control mechanism to align corporate and public interests. It is underlined the necessity of forming a new type of social relations-oriented enterprises that oriented on increasing responsibility in the impact of their activities on social development.*

**Key words:** *society, corporate social responsibility, stakeholders (interested parties), social norms, social control.*

**Постановка проблеми.** В епоху НТР і формування інноваційної економіки динамізм соціально-економічних процесів є надзвичайним. Під впливом інформаційної революції змінюється структура і механізми управління, зростають вимоги до стабільності умов господарювання, рівня підготовки та використання трудових ресурсів. Новітні тенденції сприяють соціалізації суспільних відносин. За таких умов формується потреба в підвищенні рівня та якості соціально відповідальної поведінки всіх суб'єктів економіки. Вона має здійснювати інтегральний соціальний та економічний вплив на розвиток соціуму за непростих його трансформацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Більшості публікацій як зарубіжних, так і вітчизняних науковців різного напрямку і сфери досліджень притаманний глибокий і розгорнутий аналіз сучасних системних зрушень. Серед них зазначимо роботи економістів із світовим ім'ям: Л. Брауна, Х. Гендерсона, Т. Екінса, Р. Норгаарда, П. Хокінса та ін. Також представників школи економічної соціології: М. Грановітера, А. Етціоні, М. Кастельса, Р. Сведберга, А. Сена, Р. Холлінгсворт, Ф. Шміттєра, В. Штрека та ін. Політологів і соціологів: І. Валлерстайна, К. Поппера, Т. Пікетті та ін. [1, с. 290].

Соціальні аспекти економічної діяльності суб'єктів економіки є підґрунтям новітніх концепцій розвитку суспільства. Зокрема, теорій «суспільного добробуту»; «людського розвитку»; соціальної відповідальності бізнесу М. Портера і М. Кремера; соціальної етики і соціальної економіки Т. Клевера; соціальної безпеки і соціальних стандартів Х. Сіберта; «розширення вибору» А. Сена; «суспільство ризику» У. Бека та Е. Гідденса; «глобального суспільства соціальної справедливості» Дж. Стігліца; «соціального потоку» і «соціального простору» М. Кастельса; креативних класів (когнітаріату) Р. Флориди [2; 3; 4].

Значним надбанням у розробці концепцій соціальної відповідальності бізнесу стали роботи Р. Акермана, Р. Бауера, С. Вартіка, Д. Вотави, Д. Вуда, А. Керрола, Ф. Кохрена, Д. Свансона, С. Сеті, В. Фредеріка та інших науковців. В Україні ці аспекти є сферою наукового інтересу Ю. Благова [5], З. Галушки [6], Н. Дієвої [7], А. Колота [8; 9], С. Левицької [10].

У трактуванні закордонними та українськими вченими сутності соціальної відповідальності наявні певні розбіжності [11, с. 281-282]. Для нашої країни актуальним є ознайомлення з теоретичними наробками і досвідом впровадження і стимулювання соціальної відповідальності підприємств, держави та особи в економіках із ринковим механізмом регулювання. Також потребують подальшої розробки організаційно-економічні аспекти цієї проблематики.

**Метою статті** є дослідження теоретико-методологічних засад забезпечення і підтримки соціальної відповідальності підприємства, обґрунтування шляхів її підвищення.

**Виклад основного матеріалу.** Непрості умови ринкових трансформацій економіки України із використанням моделі «дикого капіталізму» і «шокової терапії», зміна соціально-економічних засад розвитку, політична нестабільність, глибока і широка тінізація економіки та інші асоціальні умови періоду первісного нагромадження капіталу неоднозначно (досить часто негативно) позначилися на соціальній відповідальності суб'єктів економіки. Якщо не створюються і не підтримуються умови для узгодження інтересів соціуму і бізнесу, балансу в реалізації принципів соціальної справедливості та економічної ефективності, то суспільство не має динамічних перспектив свого поступу.

Антиподом відповідальності є безвідповідальність – джерело негативних процесів. Тому відповідальність, будучи засобом внутрішньої регуляції діяльності суб'єктів суспільних відносин, стає вагомим соціальним благом. Адаптація в соціумі ідей соціальної відповідальності в якості моделі господарювання є вимогою часу. Н. М. Деева зазначає, що в сучасних умовах орієнтація країн на забезпечення домінування соціальності в економічній системі, що ґрунтується на ринковому механізмі регулювання, стає головною закономірністю їх розвитку [7]. Для поширення таких підходів існує багато як сприятливих чинників, так і гальмівних перешкод об'єктивного та суб'єктивного характеру.

Насамперед потрібно зазначити багатоаспектність поняття «соціальне». Так, Ю.В. Корольова трактує його розширено і вважає синонімом суспільного. За звуженого підходу це – «метод взаємодій між соціальними групами, верствами та індивідуумами як представниками груп, верств, спільностей, їх становище і роль у суспільстві» [12, с. 53]. Відповідальність розглядається в аспекті залежності від когось або чогось, а також у якості здатності, готовності до виконання морально-духовного обов'язку і правових норм [8, с. 4].

Також немає чіткого визначення категорії «соціальна відповідальність». Широко її характеризують як сукупність різних видів відповідальності: правової, моральної, економічної, політичної, професійної тощо. Вони діалектично взаємопов'язані та відображають систему цінностей соціуму. За звуженого підходу враховують міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціально-значущих

цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі сумісної діяльності з метою не нанесення збитку усталеному розвитку суспільства загалом та окремих спільнот, індивідам. Соціальна відповідальність слугує механізмом взаємозалежності соціальних суб'єктів, що займають різні статусні позиції в соціальній ієрархії [13, с. 134].

З філософських позицій – це категорія етики, що ґрунтується на моральних вимогах. Юридичні аспекти пов'язані з правовою регламентацією виконання обов'язків і накладання санкцій за недотримання встановлених законів, норм, правил як системоутворювальних чинників [14]. Політологи роблять акцент на соціальній відповідальності держави, економісти – на соціальній відповідальності бізнесу [13, с. 133].

Багатоплановість суспільного буття зумовлює багаторівневість соціальної відповідальності як системи управління. Вона стосується відповідальності особи, держави, підприємства. Не є засобом примусу і має довільні форми. Проявляється в дотриманні соціальних норм. Регламентується в довільному порядку. Оцінкою її результативності може бути міра осуду наслідків та заохочення позитивних набутків. Може бути мотиваційним та обмежувальним чинником діяльності.

Отже, соціальна відповідальність становить систему суспільних відносин, сукупність добровільних і регламентованих соціальними нормами примусових засобів щодо охорони суспільних відносин, нормальних умов життєдіяльності, гарантування їх стійкості. Вибір певного варіанту поведінки, її регламентація соціальними нормами залежать від суспільної ролі та економічного становища суб'єкта.

Формування соціальної відповідальності в суб'єктів господарювання є багатоаспектним процесом. Він передбачає виникнення об'єктивної потреби в ній. Усвідомлення і формулювання певних вимог і втілення їх у конкретній поведінці, у процесі прийняття рішень та отримання результатів. Необхідна суспільна оцінка останніх. Тому в разі порушення соціальних вимог, а також залежно від виду і рівня соціальної відповідальності, ступеня завданої шкоди на суб'єкт господарювання накладають санкції (покарання) у формі адміністративного стягнення (штраф, попередження, конфіскація, позбавлення наданого спеціального права тощо). Також мають бути передбачені можливості коригування негативних наслідків під час порушення соціальних норм.

Процес забезпечення і підтримання соціальної відповідальності ґрунтується на певних принципах. Зокрема, принципи невідворотності та своєчасності як умови її ефективності. Також справедливості соціальної норми в якості нормативної підстави. Формування системи відповідальності, реалізація її принципів і вимог має розглядатися за критерій оцінки ефективності менеджменту.

Соціальна відповідальність суб'єктів економіки на основі врахування інтересів суспільства, а не лише максимізації прибутку поступово визнається необхідною умовою їхньої збалансованої діяльності. Це система заходів щодо відповідальності за її наслідки для зацікавлених сторін: як внутрішніх – власників, вищого керівництва, працівників; так і зовнішніх – споживачів, кредиторів, постачальників, територіальної громади, представників органів державної та місцевої влади.

Слушним є визначення сутності категорії «соціальна відповідальність підприємства», надане Н. М. Градюк: «Це політика діяльності підприємства, спрямована на позитивний внесок у розвиток суспільства, а не лише отримання прибутку. Соціально відповідальне підприємство свідомо і цілеспрямовано обирає таку модель ведення бізнесу, яка дасть змогу позитивно впливати на певні суспільні групи, сфери суспільної діяльності, територію функціонування підприємства» [15, с. 367].

Концептуальні засади соціальної відповідальності підприємств (насамперед великих) досить розроблені західними вченими. В її становленні виокремлюють такі етапи [8]:

- 1) 1950-1970 рр. Розробка базової концепції корпоративної соціальної відповідальності (Corporate Social Responsibility). Її фундаторами були Г. Боуен, К. Девіс, А. Керролл, М. Шварц;
- 2) 1970-1990 рр. Розвиток концепції корпоративної соціальної сприйнятливості (Corporate Social Responsiveness) у працях Р. Акермана, Р. Бауера, Д. Вотави, С. Сеті, А. Керролла, В. Фредерік;
- 3) 1980-2000-ні рр. Обґрунтування концепції корпоративної соціальної діяльності (Corporate Social Performance – CSP). Вагомим внеском стали дослідження С. Сеті, А. Керролла, С. Вартіка, Ф. Кохрена, Д. Вуда, Д. Свансона.

Вищезазначені теорії стали засадничими для сучасних концепцій. Серед них теорії «корпоративного альтруїзму» і «корпоративного громадянства» (Комітет з економічного розвитку США); «відповіді на вимоги суспільства» (Мак Вільямс, Сігель); «соціального статусу» (Дж. Галаскевич); «зацікавлених сторін» (Блум, Гундлах); «потрійної результативної діяльності» (Дж. Елкінгтон); «етична концепція» (Е. Фрімен); «концепція обов'язків» (А. Керолл) та ін. [15, с. 368-369].

Соціальна відповідальність організації проявляється у благодійних справах (збір коштів і допомога), благодійному маркетингу (внески і відрахування відсотків на благодійність від продажу товарів), корпоративному соціальному маркетингу (підтримка здоров'я, захист навколишнього середовища), корпоративній філантропії (гранти благодійним організаціям, подарунки), волонтерській діяльності, дотриманні соціально-етичних принципів ведення бізнесу).

Можливість і масштаби проведення компаніями політики соціальної відповідальності залежить від багатьох чинників, а саме [8, с. 15-16]:

- рівня соціально-економічного розвитку країни та якості інституціонального середовища;
- специфіки ділового і соціального середовища функціонування компанії (ступеня інтегрованості в міжнародний бізнес, розміру компанії, розвинутості практики правозастосування, рівня доходів та інформованості споживачів, галузевої належності, гостроти конкуренції тощо);
- диференційованого характеру зв'язку різних напрямів соціальної відповідальності підприємства із параметрами його економічної діяльності;
- диференційованого характеру сили впливу соціальної відповідальності підприємства на фінансово-економічні результати в коротко- і довгостроковому періодах;
- ціннісних орієнтирів власників компанії і топ-менеджерів.

Соціальна відповідальність підприємства має внутрішню і зовнішню складові. У внутрішньому середовищі її скеровано в основному на працівників: підвищення їх професійного рівня, охорони і безпеки праці, дотриманні вимог трудового законодавства, здійснення соціальних програм (забезпечення і розширення соціальних пільг і гарантій, врахування інтересів співробітників тощо). Також проявляється в сумлінній сплаті податків, виробництві якісної продукції. Її результативність залежить від ефективності господарської діяльності та масштабу підприємства, політики у сфері оплати праці та її організації тощо. За позитивних результатів підвищується репутація компанії, формується безпечне середовище діяльності, зростає довіра зацікавлених сторін (стейкхолдерів).

У зовнішньому середовищі соціальна відповідальність підприємства є багатоаспектною. Це сприяння охороні навколишнього середовища на основі дотримання екологічних принципів виробничої діяльності, допомога в кризових ситуаціях, випуск якісної продукції, спонсорство і благодійність, взаємодія з місцевими громадами, участь у національних соціально-економічних програмах тощо. Наслідком такої активності стає формування безпечного середовища життєдіяльності, досягнення міжнародних норм і стандартів соціально відповідальної компанії, підвищення репутації підприємства. Як правило, зовнішня складова соціальної відповідальності підприємства не регулюється чинним законодавством. Вона є суперечливою, чітко невизначеною.

Науковці зазначають, що соціально відповідальна поведінка підприємства має неоднозначні впливи на його економічні результати. Як позитивні впливи називають довгострокову заінтересованість у стійкому соціальному середовищі, підвищення суспільного іміджу компанії, підтримку життєздатності бізнесу як системи, послаблення державного регулювання економіки, відповідність бізнесу соціокультурним нормам, зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля, нові шляхи вирішення соціальних проблем та їх профілактика.

До несприятливих моментів відносять відмову від всемірної максимізації прибутку, втрати від соціальної активності, брак навичок вирішення соціальних завдань, розмивання основних цілей бізнесу, слабкість суспільного контролю, брак широкої суспільної підтримки [8, с. 6]. Соціальна активність компанії може призвести до витрат ресурсів на непрофільні цілі; відвертає топ-менеджерів, персонал, кошти від виконання основних функцій; знижує конкурентоздатність бізнесових структур [8, с. 16]. Вчені звертають увагу також на те, що соціальна відповідальність бізнесу є досить егоїстичною та існує лише в межах вигоди підприємства [16, с. 3].

В українській політиці соціальну відповідальність капіталу розглядають у контексті «соціального партнерства», «благодійності», «соціального діалогу». У цьому напрямі запроваджено пільгове оподаткування прибутку в разі скерування коштів на добродійні заходи. Однак спостерігається слабка підтримка соціальних проектів компаніями, державними органами влади, відсутність стимулів щодо їх впровадження. Наявна пасивність громадськості, бізнесу, громадян щодо пошуку шляхів встановлення взаєморозуміння в цій сфері, недовіра до соціальних проектів бізнесу. Основними проблемами в такій сфері є декларативний характер активності, відсутність стратегічного цілепокладання, недостатній рівень комунікаційної активності [17, с. 123].

Утруднює реалізацію соціальних програм компанії, які могли б принести їй конкурентні переваги та поліпшити її фінансове становище, відсутність уніфікації стандартів, критеріїв оцінки соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Водночас з'являється розуміння, що не можна підтримувати конкурентні переваги у світовій економіці за рахунок наддешевої робочої сили. Потрібні вкладення в розвиток людського капіталу, узгодження інтересів усіх верств суспільства, зокрема на основі створення умов для поширення принципів соціальної відповідальності.

**Висновки.** В Україні процеси розвитку і забезпечення соціальної відповідальності підприємства знаходяться у стадії становлення. Основною її ознакою є недосконалість, добровільність реалізації, практично неможливість дотримання без державного втручання. Впровадження принципів соціальної відповідальності суб'єктів господарювання та підвищення її рівня є вимогою часу і суспільного розвитку. Сучасні економічні проблеми не можна вирішити лише на основі механізмів ринку. Подальший поступ

країни залежить від стану інститутів держави, довіри між суб'єктами суспільного, економічного, соціального і політичного життя.

### Література:

1. Чухно А. А. Сучасні економічні теорії : [підручник] / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко ; за ред. А. А. Чухна. – К. : Знання, 2007. – 878 с.
2. Безтелесна Л. Стійкість економіки як фактор до трактування суті та умов його забезпечення / Л. Безтелесна // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 4–12.
3. Калетнік Г. Стійкість економіки як фактор безпеки та розвитку держави / Г. Калетнік, С. Козловський, В. Козловський // Економіка України. – 2012. – № 7. – С. 16–25.
4. Чужиков В. Соціальні потоки у глобальному економічному середовищі: освітній аспект / В. Чужиков, К. Нужненко // Україна : аспекти праці. – 2011. – № 6. – С. 14–17.
5. Благоев Ю. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции / Ю. Благоев. – М. : Высшая школа экономики, 2010. – 272 с.
6. Галушка З. І. Інституалізація соціальної відповідальності бізнесу : механізм становлення / З. І. Галушка / Научные труды ДонНТУ. Серия : экономическая. – 2014. – № 1. – С. 90–98.
7. Деєва Н. М. Науково-методичні основи щодо надання змінам соціальної відповідальності суб'єктів економіки керованого характеру / Н. М. Деєва // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 2 (50). – С. 68–79.
8. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності : еволюція поглядів / А. Колот // Україна : аспекти праці. – 2013. – № 8. – С. 3–17.
9. Соціальна відповідальність : теорія і практика розвитку [монографія] / За ред. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
10. Левицька С. О. Соціальна складова підприємницької діяльності як об'єкт обліку / С. О. Левицька // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». – Острог : Видавництво НУ «Острозька академія», 2014. – Випуск 26. – С. 114–118.
11. Глущкевич Н. В. Економічний зміст соціальної відповідальності / Н. В. Глущкевич, В. В. Нечипорук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». – 2014. – Випуск 11 (41). – Ч. 1. – С. 279–284.
12. Корольова Ю. В. Джерела права в аспекті їх соціального виміру / Ю. В. Корольова // Держава і право: Зб. наук. праць. Серія Юридичні науки. Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАНУ. – К. : Вид-во «Юридична думка», 2015. – Випуск 67. – С. 51–59.
13. Андрущенко А. І. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу / А. І. Андрущенко, І. М. Рябець // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.readera.org/article/sotsialna-vidpovidalnist-teoretyeko-metodolohichnyi-aspekt-analizu-10157455.html> readera.org
14. Каленіченко Л. І. Дискусійні питання класифікації окремих видів соціальної відповідальності / Л. І. Каленіченко // Право і безпека. – 2015. – № 2. – С. 28–32.
15. Градюк Н. М. Соціальна відповідальність підприємств: концептуалізація поняття / Н. М. Градюк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – Випуск 21.11. – С. 364–371.
16. Решновецький С. Л. Сутність соціальної відповідальності як управлінської категорії [Електронний ресурс] / С. Л. Решновецький. – Режим доступу : [file:///c:/users/user/downloads/kis\\_2013\\_1\\_38.pdf](file:///c:/users/user/downloads/kis_2013_1_38.pdf).
17. Зосименко Т. І. Глобальні тренди розвитку корпоративної соціальної відповідальності та її специфіка в Україні / Т. І. Зосименко // Молодий вчений. – 2014. – № 6 (09) – С. 121–123.