

Національна академія наук України
Інститут соціології

КУРІНЬКО РОСТИСЛАВ МИКОЛАЙОВИЧ

УДК 316.334.23:422-005.35

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО
БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата соціологічних наук

Київ – 2021

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Інституті соціології Національної академії наук України.

Науковий керівник - кандидат філософських наук, Іващенко Ольга Василівна, Інститут соціології Національної академії наук України, старший науковий співробітник відділу соціальних структур

Офіційні опоненти:

доктор соціологічних наук, доцент Мазурик Олег Володимирович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, завідувач кафедри соціальних структур та соціальних відносин

кандидат соціологічних наук, Горбова Юлія Сергіївна, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, директор науково-дослідного інституту соціологічних досліджень, доцент кафедри соціології

Захист відбудеться «11» травня 2021 р. о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.229.01 в Інституті соціології Національної академії наук України за адресою: 01021, м. Київ, вул. Шовковична, 12.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Інституту соціології Національної академії наук України за адресою: 01021, м. Київ, вул. Шовковична, 12.

Автореферат розісланий « 2 » квітня 2021 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Соболева Н.І.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Обґрунтування вибору теми дослідження. В умовах трансформаційних соціально-економічних процесів в Україні, становленні ринкової економіки, розвитку підприємництва актуалізувалось питання соціальної відповідальності бізнесу з акцентом на його корпоративності. Сфера бізнесу формується в певному суспільному середовищі, маючи на меті розвиток і прибутковість в інноваційному виробництві та наданні послуг. Процес становлення бізнесу в Україні відбувається на соціальному тлі економічної нерівності, вирізняючи гостроту проблеми недовіри людей до вигодоотримувачів прибутку компаній, отриманих у власність сумнівними, з точки зору суспільної моралі, способами та вкрай низької монетарної оцінки з боку підприємців наявних людських ресурсів, пропозиція яких на ринку праці стабільно перевищує попит. Така ситуація постійно провокує соціальну напругу, що потребує уваги та відповідного коригування, з огляду чого набуває особливої актуальності тема соціально відповідального бізнесу. Нагальним завданням постає всебічний аналіз стану й характеру соціально-економічних відносин країни для розуміння механізмів впливу на бізнес з боку суспільства й держави. Зміна ціннісно-нормативної бази підприємницького загалу пострадянського штибу на цивілізовану універсалістську західного зразка актуалізує тему соціальної відповідальності бізнесу як соціально схвалюваного і заохочуваного державою принципу ведення господарської діяльності. Отже, соціально відповідальний бізнес надалі повинен функціонувати як соціальний інститут, покликаний сенсово відображати взаємопов'язану цілеспрямовану діяльність бізнесу, суспільства та держави. Дослідницька спроба відстежити причини й перешкоди, що заважають реалізації цього функціонального завдання, та конкретні механізми, за допомогою яких суспільство та держава можуть сприяти формуванню соціально відповідального бізнесу, відображена в даній дисертаційній роботі.

Водночас актуальність проблеми соціальної відповідальності бізнесу різко зростає, коли однією з домінуючих тенденцій розбудови ринкового середовища стає масова реструктуризація підприємств в пострадянській економіці. Глобалізація позбавила українських виробників захисту від світової конкуренції національними кордонами, вони були змушені або трансформуватися в компанії міжнародного класу, або згортати виробничі потужності та виводити фінансові активи закордон.

Вказані процеси відбуваються в площині соціальних ризиків, коли в умовах соціально-економічних криз скорочуються обсяги виробництва та закриваються нестійкі до кризових викликів підприємства, відповідно завдання зниження соціальних ризиків актуалізується, зокрема, і головно в прояві залучення міжнародного досвіду функціонування концепції соціальної відповідальності бізнесу. Саме необхідність вивчення й використання вагомого міжнародного досвіду розвитку сучасної економіки з акцентом на соціальній відповідальності та опрацювання концептуально-теоретичного апарату

соціально відповідального бізнесу виступає тригером розробки механізму його імплементації в Україні. Соціально-практичною проблемою залишається повільний, але радше поступальний процес вибору та прийняття певного патерну соціально відповідального бізнесу, що потребує передовсім всебічного порівняльного аналізу досвіду імплементації соціально відповідального бізнесу в різних країнах в залежності від соціально-культурного та історичного контексту і локальних ситуативних, темпоральних умов становлення бізнесу в ході розвитку ринкових відносин.

Таким чином, *актуальність теми дисертації* обумовлена наступними чинниками:

а) різким підвищенням значущості соціальної відповідальності бізнесу в сучасному суспільстві протягом останніх десятиліть, особливо, в умовах фінансово-економічних криз західних і пострадянських економічних систем;

б) активним розвитком соціально-економічних практик, що реалізують концепцію соціально відповідального бізнесу з урахуванням культурних і регіональних особливостей в ході глобалізації;

в) прискоренням структурних змін у всіх галузях пострадянської економіки та необхідністю соціологічного дослідження пов'язаних з цим трансформаційних процесів в українському суспільстві.

Наукова проблема дисертаційного дослідження полягає в суперечності між наявним науковим знанням про функціонування корпоративної соціальної відповідальності в суспільствах з розвиненими ринковими відносинами та потребою в науковому обґрунтуванні механізмів її запровадження в пострадянських країнах, зокрема в Україні.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження не пов'язане з науковими програмами, планами, темами організації, де виконувалась робота.

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційного дослідження полягає у виявленні та порівнянні специфіки запровадження та формування соціально відповідального бізнесу в Україні, як чинника розвитку сучасних ринкових відносин, згідно чого поставлені такі *завдання*:

– виявити соціальні передумови, чинники та стадії формування корпоративного соціально відповідального бізнесу в Україні;

– вивчити міжнародний досвід і принципи соціально відповідального бізнесу в історичній та науковій перспективі соціології менеджменту;

– здійснити критичний розгляд змісту концепції соціальної відповідальності бізнесу в прикладному аспекті до України;

– вивчити наукові напрацювання етики бізнесу як основи формування концепції соціальної відповідальності бізнесу;

– дослідити взаємозв'язок різних підходів до концепції соціальної відповідальності бізнесу в аспекті їх теоретичної та практичної реалізації;

– охарактеризувати принципи періодизації формування соціально відповідального бізнесу в Україні;

- виявити особливості прийняття та реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні в порівняльній перспективі;
- визначити основні методи соціальної технології запровадження практики соціальної відповідальності бізнесу в новітніх умовах економіки України;
- охарактеризувати сучасний стан і окреслити перспективи інституалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні в контексті закріплення практик прийняття.

Об’єкт дослідження – корпоративна соціальна відповідальність бізнесу як соціальне явище.

Предметом дослідження виступають практики прийняття корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в ході дослідження застосовувались загальнонаукові методи пізнання соціальних явищ і процесів, а саме: системні методи організаційного аналізу, порівняльного та функціонального аналізу, ситуативного підходу; якісні методи збору даних, аналіз документів і вторинний аналіз соціологічної інформації.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в виявленні подібних і відмінних характеристик становлення концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні та інших пострадянських країнах.

Вперше:

- визначено специфіку становлення корпоративно відповідального бізнесу в Україні в ході тривалого тематичного соціального дискурсу з ініціювання та напрацювання своєї історії від прийняття до розвитку спеціальної програми державної політики (організація, підготовка та реалізація відбувалась за особистої участі автора);

- з’ясовано змістовні, структурні та інституційні відмінності становлення соціально відповідального бізнесу в Україні від досвіду інших пострадянських країн (Росії, Білорусі, Казахстану) з виокремленням особливості прийняття практик соціально відповідального бізнесу в Україні через реалізацію низової ініціативи «bottom-up» на відміну від інших пострадянських країн, де переважала етатистська управлінська ініціатива «up-bottom»;

- виявлено основні складові мотиваційної структури прийняття практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні з перевагою інструментальної (зادля підвищення конкурентоздатності) над соціальною та етичною, коли загальною для всіх бізнес компаній першопричиною залучення до корпоративно відповідального бізнесу була орієнтація на фінансову вигоду з врахуванням сучасних тенденцій міжнародної культури ведення бізнесу.

Удосконалено:

- принципи періодизації становлення корпоративної соціальної відповідальності в Україні від ініціації дискурсивного методу залучення до реалізації політики розвитку;

- визначення відмінності між соціально відповідальним бізнесом та соціально відповідальним інвестуванням зі складовими соціального, етичного

та екологічного інвестування в спільні соціальні проекти з іншими компаніями територіального значення;

– принципи структурування первинних чинників економічного, політичного, законодавчого та фінансового характеру, що впливають на процес інституціоналізації корпоративного соціально відповідального бізнесу в Україні;

Набуло подальшого розвитку:

– обґрунтування перспективи успішного розвитку бізнесу через необхідність реалізації ефективних соціальних програм на підприємствах, відповідальної взаємодії зі стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) компанії – державою, акціонерами, споживачами, персоналом, партнерами, місцевими громадами;

– розширення термінологічного словника трактувань соціальної відповідальності для адекватного використання понять-аналогів на основі співставлення термінологічних відповідників, сформульованих в англійській мові і прийнятих аббревіатур в міжнародній бізнес практиці.

Теоретико-методологічна основа дослідження. Теоретичну основу склали методологічні концепції, представлені в сучасних працях українських і зарубіжних вчених в галузі соціології, економіки, менеджменту, етики та філософії. Дослідження базувалось на ретельному аналізі зарубіжного досвіду вивчення соціальної відповідальності бізнесу у сучасному світі з огляду вирішення протиріч, що об'єктивно виникають між орієнтацією на прибутковість компанії та її соціальною відповідальністю.

Теоретичну основу дисертаційного дослідження склали наступні за важливістю і релевантністю групи науково-дослідницьких праць. *Першу групу* склали праці суспільствознавців і економістів, що містять аналіз загальних тенденцій соціального та соціально-економічного розвитку індустріального та постіндустріального суспільства – А. Сміт, Ф. Кене, Л. Штейн, Г. Боуен, Д.Белл, Т. Веблен, М. Вебер, А.Вагнер, Д. Норт, Д. Гелбрейт та інші. Теоретичні положення, що містяться в цих працях, покладені в основу вивчення соціальних передумов виникнення ідеї соціально відповідального бізнесу в сучасному світі.

До другої групи належать праці вітчизняних і окремих російських економ-соціологів, соціологів і філософів, присвячені теоретичній та практичній розробці методології соціологічного вивчення проблем запровадження ринкових реформ на пострадянському просторі— Е. Лібанової, Ю. Саєнка, О. Мазурика, Є. Суїменка, В. Тихоновича, О. Злобіної, О. Балакіревої, Ю. Галустян, Ю. Горбової, Л. Кондратик, О.Лазоренко, М.Саприкіної, В.Ворони, А.Арсєнка, Ю. Привалова, Ю. Пачковського, О. Мишковської, С. Буко, О. Безрукової, В. Пилипенка, О. Рахманова, М.Туленкова, Л.Хижняк; Т. Заславської, В. Радаєва та інших. Праці українських економістів, які загалом першими в країні почали вводити тему соціально відповідального бізнесу в науковий обіг, а саме: В. Гейця, А. Колота, Г. Хоружого, М. Дейч, А. Грішнової, Л.Грицини та ін. Положення публікацій цих авторів сформували теоретико-методологічну базу дослідження й оцінки досвіду реформування та

запровадження соціально відповідального бізнесу в Україні й пострадянських країнах.

Третю групу склали класичні праці, присвячені питанням організаційної структури, управління організацією та трудовими ресурсами. До них належать праці таких зарубіжних авторів, як Р. Коуз, Г. Форд, Д. Гелбрейт, Ф. Тейлор, П. Друкер, Е. Карнегі, Ф. Котлер та інших.

До *четвертої групи* належать публікації, в яких концепція соціальної відповідальності (КСВ) розглядається здебільшого в контексті досліджень, присвячених аналізу етики бізнесу. Доробок іноземних вчених був здебільшого використаний в дисертації, позаяк в українській дослідницькій практиці цьому питанню довгий час не приділялось достатньої уваги. На тлі окремих вітчизняних публікацій з етики відповідальності, як-то монографії А. Єрмоленка (1994), в 2000-і роки зазначимо дослідницький внесок Г. Алоні з вивчення соціально-філософського аспекту етики бізнесу в Україні, допоки питання морального виміру економіки та бізнесу не набуло свого поширення в темі економічної ефективності завдяки діяльності групи дослідників Університету банківської справи НБУ під керівництвом Г. Хоружого та нарешті дійшло свого повноцінного наукового прояву як соціально-етичної проблеми в колективній праці українських філософів під керівництвом А. Єрмоленка «Соціальна відповідальність як основна цінність інституалізації сучасного суспільства» (2016) та соціологічної проблеми в колективній монографії українських соціологів за редакції В. Резніка «Формування відповідального суспільства: держава, політичні рухи, бізнес» (2019).

До *п'ятої групи* належать публікації, безпосередньо присвячені ідеології та практиці запровадження соціально відповідального бізнесу. До цього переліку включені численні праці зарубіжних авторів узагальнюючого характеру (про них вже сказано вище), а також роботи українських авторів, які представлені підручниками, першими оглядовими монографіями, окремими статтями, переважно ознайомлювального характеру з використанням зарубіжних тематичних публікацій, матеріалами різних спеціальних бізнес-форумів, присвячених проблемам соціально відповідального бізнесу.

У дисертації широко використовуються документи і матеріали провідних міжнародних організацій, форумів, комісій, зокрема ООН, Світового Банку, Європейської Комісії, ОЕСР та інших. Ключовий принцип добору наведених матеріалів відповідав темі трансформації ролі бізнесу, держави та суспільства в умовах глобалізації, коли ініціатива та провідна роль бізнесу проявляється там, де уряди не в змозі впоратися з різними викликами й проблемами сучасності, такими як корупція, зміна клімату, охорона навколишнього середовища в контексті сталості розвитку.

Дисертаційне дослідження спирається на загальнонаукові принципи єдності логічного та історичного підходів у дослідженні формування ринкових відносин, соціальних інститутів і процесів; метод порівняльного аналізу, що дозволяє адекватно відобразити найбільш специфічні риси об'єкта вивчення;

метод контекстуального аналізу джерел, формально-логічний аналіз окремих аспектів досліджуваної проблеми.

Емпірична база дослідження. Емпіричну базу дослідження склав аналіз документів про розгортання соціального дискурсу соціальної відповідальності бізнесу, в процесі чого й формувалася модель КСВ (корпоративна соціальна відповідальність) бізнесу в Україні. Тому важливою інформаційною складовою дослідження стали адженди та доповіді учасників тематичних конференцій, круглих столів і семінарів, які проводилися регулярно в Україні, формуючи мотивоване на залучення до КСВ експертне середовище. Проведене соціологічне дослідження здобувача в співпраці з іноземними фахівцями–експертне опитування бізнесменів України з використанням методу напівструктурованого інтерв'ю дало аналітичну базу для висновків. Значну емпіричну вагу в дисертаційній роботі представили дані вторинного аналізу даних соціологічних досліджень українських компаній. Інформаційна база для вирішення поставлених дисертаційних завдань формувалась на підставі даних опублікованих у ЗМІ та релевантних інтернет-ресурсів, статистичних звітах, архіву даних соціологічних і соціально-психологічних досліджень Інституту соціології НАН України. Особливе місце серед дослідницьких джерел займають офіційні документи громадських і міжнародних організацій, які відображають зміст основних концепцій соціальної відповідальності бізнесу та підходів до їхньої практичної реалізації, а також об'єктивний стан справ у сфері соціально відповідальної реструктуризації підприємств.

Практичне значення дисертації визначається цінністю та новизною соціологічного знання, отриманого в результаті дослідження. Основні положення та висновки були враховані й використані при розробці Національної концепції соціально відповідального бізнесу (2013) та Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року (2020). Матеріали дисертаційного дослідження можуть бути використані для подальшого поглибленого вивчення окремих аспектів соціальної відповідальності бізнесу, а також при формуванні управлінських методів взаємодії бізнес-структур з органами влади та громадськістю.

Матеріали даного дослідження можуть бути використані в практиці викладання спецкурсів з економічної соціології, соціології підприємництва та управління, корпоративної соціальної відповідальності; сприяти формуванню цілісного уявлення про соціальну відповідальність. Отримані результати дозволяють оригінально підійти до дослідження проблем соціальної відповідальності з нових методологічних позицій, що допоможе створенню сприятливого образу соціально відповідального бізнесу, підготовки персоналу, формування кодексів корпоративної поведінки.

Особистий внесок здобувача. Положення та результати дисертаційного дослідження, зокрема ті, що розкривають наукову новизну, важливі дослідницькі аспекти, сформульовані й отримані автором самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, використано лише

дослідницький доробок самого автора. Внесок автора в публікаціях у співавторстві: (Іващенко О., Курінко Р. (2018). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: актуалізація суспільно проєктивного профілю. *Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць*. Вип.10 (21) (сс. 211-223). К.: Інститут соціології НАН України) визначений отриманими напрацюваннями авторського дослідження специфіки процесу прийняття та розвитку КСВ в Україні, як підставових для висновків про подальше розгортання дискурсу КСВ; (Kurinko R. Corporate social responsibility in Ukraine: cynical utilitarianism or Aristotelian 'Common Good'? // Kurinko, Rostislav, Filosof, Jana; Hollinshead, Graham; University of Hertfordshire, 21 p. (*UH Business School Working Paper 2012p.*) визначений авторською участю на всіх етапах дослідження, результати якого склали матеріал статті, починаючи від аналізу українського соціально-економічного контексту, етапу добору та процедури інтерв'ювання респондентів за розробленим планом напівструктурованого інтерв'ю, до аналітичного опрацювання отриманих даних для публікації.

Апробація результатів дослідження. Оpubлікована авторська монографія «Засвоюємо КСВ: просто про складне» (оригінальна назва «Осваиваем КСО: просто о сложном») видана 2011 року в Україні, пізніше - в Казахстані, Киргизстані, відображає рівень опрацювання теми та міру залучення самого автора до процесу запровадження КСВ в Україні. Окремі положення дослідження знайшли відображення в доповідях автора на конференціях та форумах, зокрема: VI Міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Сталий розвиток – XXI століття (наукові читання імені Ігоря Недіна), Університет менеджменту освіти Національної академії педагогічних наук України, вересень 2020; ESA RN09 Economic sociology Midterm conference «Squaring the Circle: Integrating Theories and Empirical Analyses in Economic Sociology» (22-24 September 2016, Universidad Carlos III, Madrid, Spain); V Міжнародна наукова конференція з глобальних досліджень «Євразія та Глобалізація: багатоаспектність глобальних досліджень» (Росія, Москва, 20-22 червня 2012 року); Форум «Кращі соціальні проєкти України» (Україна, Київ, 17 квітня 2013 року); Міжнародна наукова конференція «Століпінські читання», Секція «Сучасні аспекти управління підприємством» (Україна, Севастополь, 19 травня 2012 року); IX Міжнародна науково-практична конференція «Корпоративна соціальна відповідальність та етика бізнесу» (Росія, Москва, 28 травня 2013 року); IV Міжнародна науково-практична конференція «Благодійність у Казахстані» (Казахстан, Астана, 31 травня, 2013 р.); Щорічний форум з корпоративної соціальної відповідальності (Білорусь, Мінськ, 15 листопада 2013 р.). Організація та участь автора у чисельних практичних семінарах і круглих столах, зокрема: серія семінарів з різних аспектів корпоративної соціальної відповідальності під егідою Міжнародної Мережі Розвитку Ага Хана (Киргизія, Бішкек, 19 липня 2011 р.); семінар-практикум: «Сталий розвиток регіонів: роль соціальної відповідальності бізнесу» у м.Черкаси за підтримки обладміністрації (Україна, м Черкаси, 4 жовтня 2011 р); практичний семінар за міжнародною системою нефінансової звітності GRI

g3/3.1 на базі Московської бізнес-школи «МІРБІС» (Росія, Москва, 22-23 березня 2013 р.); практичний семінар «Кращий проект КСВ: як його підготувати» (Україна, Київ, 17 квітня 2013 р.); практичні семінари з соціальної відповідальності бізнесу «Сталий розвиток і КСВ: сучасний тренд корпоративної стійкості» (Киргистан, Казахстан, Бішкек, Алмати, червень 2013 р.); дводенний семінар «КСВ: конструктивна співпраця між бізнесом та НУО» (Білорусь, Мінськ, 20-21 серпня 2013 року); практичний семінар за міжнародною системою нефінансової звітності GRI g4 (Україна, Київ, 25-26 вересня 2013 р.); серія семінарів-практикумів «Тиждень корпоративної соціальної відповідальності» (Казахстан, Алмати, жовтень 2013 р.); круглий стіл «Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у банківському секторі економіки України», (Україна, Київ, 12 березня 2014 р.); практичний семінар «Сучасна адженда КСВ: взаємодія з інвесторами й інтегрована звітність» (Україна, Київ, 14 березня 2014 р.); серія практичних семінарів по КСВ «Стратегічний підхід до КСВ», «Взаємодія з зацікавленими сторонами», «Відкритість та громадська підзвітність бізнесу» (Україна, Київ, квітень, травень, червень, 2014 р.).

Публікації. Основні положення дисертації опубліковано в 4 статтях у провідних наукових фахових виданнях України, включно з 1 статтею в вітчизняному виданні, включеному до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International, 1 статті в зарубіжному виданні. Загальна кількість публікацій за темою дисертації становить 10 найменувань, в тому числі авторська монографія «Осваиваем КСО: просто о сложном» (2011), загальним обсягом 21,4 друк. арк., з яких особисто здобувачеві належить 19,4 друк. арк.

Структура і обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел. Основний зміст викладено на 193 сторінках друкованого тексту, в тому числі 14 таблиць, 3 рисунки, 20 додатків. Список використаних джерел становить 115 найменувань і займає 10 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету і завдання дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення отриманих результатів, подано відомості про їхню апробацію та наукові публікації автора, особистий внесок здобувача в ініціюванні запровадження та становлення КСВ в Україні.

Перший розділ – **«Сутність концепції соціально відповідального бізнесу»**

має теоретико-методологічний характер, де розкрито зміст, термінологічну взаємообумовленість і взаємозв'язки основних понять концепції соціальної відповідальності з метою дослідницького й аналітичного осягнення її сутності. Першочергово визначається суть самого явища соціальної відповідальності, завдяки історичним і культурним надбанням

тематичної інтелектуальної спадщини. Актуалізація в сфері бізнесу аспекта соціальної відповідальності дала імпульс для більш широкого використання й вивчення цього поняття в сучасній гуманітаристиці. Теоретичне обґрунтування такого підходу сягає начал філософської класичної науки. Соціальна відповідальність як філософська категорія була предметом наукового інтересу зарубіжних і вітчизняних філософів і соціологів, а саме Г. Йонаса, К.-О. Апеля, А. Єрмоленка, О. Злобіної, В. Тихоновича, О. Безрукової, О. Мазурика, В. Резніка, О.Рахманова. Проте саме в роботах Г. Йонаса обґрунтовано необхідність подолання індивідуалізму в етиці для формування етики відповідальності з метою вирішення глобальних проблем людства. Реакцією на потребу розбудови успішних прикладних систем соціально відповідальної діяльності стала поява цілої низки концепцій, що віддзеркалюють результати наукового опрацювання питань соціальної відповідальності бізнес-структур. Загалом, наукова думка з даної проблематики сконцентрована в концепціях, які виникали у такій послідовності:

- базова концепція корпоративної соціальної відповідальності (1950-1970-і рр.);
- концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (1970-1990-і рр.);
- концепція корпоративної соціальної діяльності (1980-2000-і рр.).

Загальні ж принципи побудови ефективної держави було сформовано ще у Давній Греції у V ст. до н.е. Вперше про них писав Сократ, а Ксенофонт доповнив вчення Сократа власними положеннями. Значенню соціальної функції держави приділяв Платон, коли одним із перших висунув тезу про відповідальність людини за свої вчинки. Пояснення феномену відповідальності містяться також у працях давньогрецького філософа Аристотеля, де він пов'язував поняття відповідальності зі свободою волі та вибору. Історичні витоки ідеї соціальної відповідальності суголосні концепції соціальної держави, сформованої в середині XIX ст., що отримала розвиток на противагу марксистській теорії класової боротьби, яка на той час активно набирала ваги. Наприкінці XIX ст. відбувався процес формування нового філософського напрямку, що вплинув на соціальну практику, у вигляді концепції соціальної економії — сукупності поглядів, концепцій, соціальних доктрин, які мають виражену етичну спрямованість і націленість на вирішення гострих соціальних проблем.

З кінця XIX ст. до початку XX ст. відбулось розповсюдження руху «за соціальну відповідальність бізнесу», основним рушійним принципом якого було затвердження обов'язку корпорацій використовувати ресурси таким чином, щоб суспільство отримувало від цього користь. Така думка стала теоретичною основою «доктрини капіталістичної доброчинності», коли почалась епоха суспільного визнання важливості соціальної орієнтації бізнесу й подальший розвиток ідеї соціальної відповідальності представників бізнесу як економічно потужних і стійких членів суспільства перед економічно слабкими членами суспільства відбувався у двох різних напрямках.

Перший напрям пов'язаний з подальшим розвитком уявлень про державу як гаранта соціальної справедливості, коли низка заходів соціального характеру проводилась за рахунок коштів великого бізнесу від імені та під контролем держави.

У подальшому ця тенденція була втілена в кейнсіанській моделі соціальної держави та держави загального добробуту («welfare state»), розквіт якої прийшовся на 60-ті р. ХХ ст.

Другий напрям розвитку ідеї соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством пов'язаний з системами тейлоризму та фордизму через застосування наукової методології й техніки управління та соціальної теорії задля поєднання в одній особі виробника та покупця, що стало важливою соціально-економічною передумовою створення суспільства масового споживання.

Якщо концепція соціальної держави розроблялась з середини ХІХ ст., то лише з середини ХХ ст., набула статусу державної доктрини, що дало можливість появи «держави загального добробуту» (welfare state). Мета страхування соціальних ризиків була замінена метою забезпечення високого рівня життя для всіх членів суспільства, поступово набуваючи реалізованого абрису. Великий бізнес постає об'єктом публічної критики та підвищених вимог з боку суспільства й держави.

Серйозні дискусії у суспільстві стосовно природи та значення феномену соціальної відповідальності започаткував американський економіст Г. Боуен своєю монографією «Соціальна відповідальність бізнесменів» («Social Responsibilities of the Businessman», 1953), що заклала основи сучасного підходу розуміння поняття КСВ і першої наукової розробки її сутності як механізму сприяння соціального порядку й розвитку суспільства.

Бізнес проголошує себе морально відповідальним через визнання принципів етичного характеру, формуючи ділову етику, в контексті якої розвивається етика справедливості, де поняттю справедливості протиставляється поняття нерівності, що відображено в теорії справедливості Дж. Ролза, актуальність якої не зникає й понині.

У другому розділі **«Міжнародний досвід становлення соціальної відповідальності бізнесу»** представлені організаційні засади поширення соціальної відповідальності в міжнародному бізнес середовищі, а також практики запровадження соціально відповідального бізнесу в пострадянських країнах, зокрема Росії, Білорусі, Казахстані.

Дві господарські системи: капіталізм і соціалізм, отримали новий поштовх до вивчення після розпаду соціалістичної системи, виявивши, що капіталістична система теж не є монолітною в соціально-економічному, політичному та ідеологічному плані. Ініціатором поновлення дискусій про соціальну відповідальність бізнесу став французький економіст М. Альбер. У своїй роботі «Капіталізм проти капіталізму» він виділив дві моделі соціальної відповідальності бізнесу в капіталістичній системі: англосаксонську (американську або ліберальну) і рейнську (європейську або неоліберальну). Ці

моделі СВБ є базовими і відрізняються переважно лише рівнем присутності держави. В країнах рейнської моделі (stakeholder model) існує розуміння підприємства як «спільної справи», «людського співтовариства», а в Японії навіть як «виробничої родини».

В Німеччині та кількох європейських державах законодавчо закріплене право на участь працівників в управлінні підприємством, обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання, як і природоохоронна діяльність підприємств. В Японії навпаки ця практика не має формального закріплення та здійснюється на основі культурних традицій.

Назагал питання державного регулювання КСВ передбачає розробку єдиного юридично обґрунтованого стандарту соціально відповідальної поведінки бізнес-структур, створює основу для здійснення державного моніторингу та контролю підготовки нефінансової звітності, забезпечує можливість протиставляти нефінансову інформацію та проводити порівняльний аналіз з боку інвесторів та регулюючих органів. У низці країн обов'язковому державному регулюванню підлягають окремі аспекти соціальної активності компаній. Відомо, що в Бельгії, Данії, Фінляндії, Швеції, Греції, Німеччині, Індонезії, Люксембурзі, Голландії, Малайзії та інших країнах розроблено нормативні акти, які встановлюють обов'язковість регулювання КСВ.

В англосаксонських країнах отримала розповсюдження практика добровільного прийняття зобов'язань у вигляді кодексів компаній і ділових асоціацій, а не законодавчих змін корпоративного управління. Пріоритетним напрямком діяльності компанії в англосаксонській моделі соціальної відповідальності є благодійна діяльність. У світовій практиці добродійність посідає частку до 3% від загального обсягу соціально відповідальних програм компаній, позаяк бізнес сприяє вирішенню актуальних соціальних проблем, зміцнюючи довіру населення та своїх клієнтів до себе.

За даними порівняльного аналізу можна зазначити суттєві відмінності двох моделей: різняться джерела регулювання діяльності підприємств та ідеологія бізнесу, хоча обидві системи існують в світі паралельно. Проте в розвинених країнах найбільші промислові підприємства, які досягли певного рівня стабільності бізнесу, дотримуються переважно рейнської моделі соціальної відповідальності бізнесу, коли компанія дотримується низки принципів, серед яких: прозорість, керованість та стабільність, піклування та надійність рівноправного представника міста, району, регіону. Канадська модель соціальної відповідальності передбачає акцент на удосконаленні якості продукції та безпечності робочих місць, і загалом враховує характерні особливості американських, європейських та австралійських моделей соціальної відповідальності бізнесу.

Дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу дозволяє корпорації досягнути таких результатів: збільшити прибутки, прискорити темпи росту; отримати доступ до соціально відповідальних інвестицій завдяки тому, що при їх розподілі інвестори беруть до уваги показник, який характеризує діяльність компанії у соціальній та етичних сферах, в сфері

захисту навколишнього середовища; покращити свою репутацію, зробити бренд привабливішим; підвищити лояльність споживачів до продуктів певної компанії з прийняттям відповідальності перед навколишнім середовищем та інших соціальних аспектів; обґрунтувати для споживачів високі ціни продуктів через придбання дорожчих «відповідальних» товарів; залучити та утримати співробітників завдяки відповідності цінностей; підвищити якість виробництва продукції; скоротити претензії з боку контролюючих органів; підвищити ефективність управління ризиками.

Всі ці ефекти сприяють підвищенню конкурентоспроможності компанії та скороченню операційних витрат, ефективності використання електроенергії чи продажу перероблених матеріалів. У підсумку такі зусилля призводять до зміцнення ринкових позицій корпорації та зростання прибутку, а кошти, затрачені на реалізацію програм соціальної відповідальності набувають змісту соціальних інвестицій.

Концепція соціальних інвестицій – це підхід, який базується на розумінні найбільш прагматичної форми здійснення КСВ, що виступає підґрунтям для спільних інтересів акціонерів та інших груп соціальних партнерів. Соціально відповідальне інвестування (СВІ) – це новий ринок, що стрімко розвивається разом із багатьма спеціалізованими скринінговими агенціями (нефінансовими аналітиками), які використовують низку різних інструментів і систем вимірювання. Ідея соціального інвестування пов'язана не тільки з визнанням принципу оберненості витрат на соціальні програми, але й з визначеними стратегіями соціально відповідального бізнесу, характерними для сучасності. В цьому аспекті концепції соціальних інвестицій протистоїть традиційна практика доброчинності та філантропії, котра здійснюється у вигляді грошової та товарної допомоги доброчинним, соціальним та культурним організаціям. Соціальне інвестування ж навпаки визначають як політику різнобічної участі в житті суспільства, що не обмежується матеріальною та фінансовою допомогою з прибутку компанії, бо передбачає також участь працівників корпорації у підтримці суспільства, їх активного залучення в обговорення важливих питань територіального значення, участі у спільних соціальних проектах з іншими компаніями тощо. Для соціально відповідального інвестування значну роль відіграє вплив інвесторів на компанії, їхню здатність за допомогою інструментів фінансового ринку або акціонерів впливати на вартість продукції та розвиток корпорації, а також важливість громадської думки, інформованість стейкхолдерів бізнесу шляхом публікації соціальної звітності, висновків соціального аудиту та формування рейтингу компанії. Поняття КСВ та СВІ схожі, але не тотожні: якщо КСВ вважається добровільним внеском компаній у сталий розвиток, то соціально відповідальне інвестування є застосуванням принципів КСВ та сталого розвитку в прийнятті рішень щодо фінансових вкладень. Крім того, соціальні інвестиції містять також складову державних інвестицій у соціальну сферу та інституційні соціальні інвестиції, що вважається одним із способів досягнення сталого розвитку.

Особливий інтерес дослідників викликає досвід ісламських держав і регіонів, де етичні принципи ісламу визначають способи використання капіталу й господарської поведінки підприємців. Специфіка соціальної відповідальності бізнесу в ісламських країнах проявляється переважно в діяльності виробничих компаній, банків, інвестиційних фондів і страхових компаній. Основна її відмінність полягає у дотриманні ісламськими компаніями заборони на здійснення деяких видів діяльності (гральний бізнес, виробництво, переробка та продаж свинини, виробництво та продаж алкоголю тощо). Глобальні компанії ісламських держав, подібно до міжнародних конкурентів, здійснюють діяльність у галузі КСВ.

На сьогодні у світі найбільшого розповсюдження отримали три типи стратегії участі бізнесу у соціальній сфері (традиційна доброчинність, стратегічна доброчинність та соціальні інвестиції), які різняться за результатами бізнес діяльності. Однак найважливішою відмінністю соціального інвестування від традиційної доброчинності є те, що при виборі грантоотримувача використовуються критерії соціальної відповідальності, завдяки чому здійснюється мультиплікація принципів соціальної відповідальності бізнесу та розширення сфери їх застосування.

У сучасних умовах спостерігається посилення впливу чинників, які загострюють необхідність запроваджувати КСВ бізнесу, а саме: трансформація структури виробництва та споживання; обмеженість ресурсів; зміни у глобальній економіці; погіршення стану навколишнього середовища; динаміка політичних процесів; демографічні зміни.

Не дивлячись на 70 років дискурсу, КСВ досі залишається дискусійною концепцією в розвинених країнах і нових економіках на пострадянському просторі без належної теоретичної бази, тому і в Україні існують певні ускладнення пізнання її сутності в обґрунтуванні необхідності запровадження. Разом з тим тема соціальної відповідальності широко використовується як платформа для обговорення ролі бізнесу у суспільстві, що визначає важливість та продуктивність звернення дослідників до неї в контексті вивчення розвитку культури підприємництва пострадянських країн, де прийняття КСВ відбувається під впливом загальносвітових тенденцій.

З метою визначення особливостей процесу становлення соціально відповідального бізнесу в Україні, важливо вивчити досягнення інших країн пострадянського простору по запровадженню КСВ, серед них зокрема: Росія, Білорусь, Казахстан. Це перші країни, які виходили на міжнародні ринки та стикались із провідними практиками ведення бізнесу у розвинених країнах, внаслідок чого саме в цих країнах був зазначений високий рівень формалізації інституалізації КСВ, розгалуженість різних видів стейкхолдерів, прагнення до відповідності загальносвітовим тенденціям у бізнес-секторі.

Історія розвитку КСВ в Росії починається в 2000-х рр., коли здійснювалась інституалізація благодійництва зі спонудою до формування концептуальних основ соціальної відповідальності бізнесу. Однак основні проблеми розвитку КСВ у Росії пов'язані зі слабо оформленим публічним

запитом на соціальну активність приватного сектору. Наслідком такої «добровільно-примусової» доброчинності виявився низький рівень ефективності соціальних програм бізнесу. Результат аналізу мотивації КСВ в умовах російської бізнес-практики підтверджує «етатистську» природу соціальної відповідальності російського бізнесу, коли головною рушійною силою в реалізації програм соціально відповідального бізнесу виступає держава та місцеві органи влади.

У Білорусі саме уряд став ініціатором та основною рушійною силою КСВ, тим самим створюючи сприятливі умови для соціально відповідальної поведінки білоруських та іноземних підприємств.

Значна кількість компаній у Казахстані почала інтегрувати КСВ в організаційне управління, запроваджуючи спеціальний бюджет, відповідну структуру управління на рівні правління, систему моніторингу та оцінки програм, стратегії соціальної відповідальності, ради з КСВ, нефінансову звітність.

На основі проведеного аналізу тенденцій розвитку КСВ на пострадянському просторі можна зробити такі висновки: 1) представники компаній найчастіше дотримуються підходу розумного егоїзму, обґрунтовуючи власну позицію тим, що вважають участь у програмах соціальної відповідальності фактором покращення іміджу у сприйнятті його державними органами влади, споживачами, партнерами, що сприятиме росту економічних показників діяльності фірми; 2) спостерігається тенденція до схвалення західної ділової культури (партнерів і інвесторів) та влади; 3) успішність бізнесу здебільшого обумовлена лояльним ставленням з боку партнерів та інвесторів, тому що КСВ сприймається як чесне ведення бізнесу, коли контрагентом виступають громадяни, з метою дотримання прав споживачів; 4) ініціатором програм соціальної відповідальності бізнесу виступає держава та місцева влада, а безпосередніми акторами - майже виключно представники великого бізнесу; 5) представники малого та середнього бізнесу нечасто усвідомлюють себе суб'єктами соціально відповідального бізнесу та відповідно не сприймаються такими суспільством; 6) представники бізнесу досі не сприймають необхідність соціальної активності здебільшого тому, що відчувають економічні ускладнення та несприятливі умови ведення бізнесу; 7) представники великого бізнесу беруть участь у соціальних програмах, ініційованих державою та муніципальною владою.

Третій розділ «**Соціальна відповідальність бізнесу в Україні**» містить матеріали емпіричного вивчення процесу прийняття та розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні, а коректне використання методу аналізу документів дає змогу простежити за генезою формування практики соціально відповідального бізнесу в Україні.

В Україні системне поширення ідей соціальної спрямованості та соціальної активності бізнесу було започатковано 1996 року Українською асоціацією якості та Українським союзом промисловців і підприємців (УСПП) одночасно з запровадженням принципів всеохоплюючого управління на основі

якості (TQM), зокрема проведення конкурсів організаційної досконалості за моделлю EFQM.

Враховуючи актуальність та важливість питання, на початку 2003 року Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) створила Стратегічну консультативну групу з питань соціальної відповідальності, яка у 2004 році представила звіт, одним з пунктів якого була рекомендація щодо необхідності розробки стандарту серії ISO з соціальної відповідальності.

Проте категорією «соціальна відповідальність бізнесу» в Україні почали оперувати від 6 грудня 2005 року, коли в Києві Представництвом ООН в Україні було проведено Форум «Соціальна відповідальність бізнесу та Глобальний Договір». Головним завданням цього заходу було визначення та мобілізація основної групи українських компаній у створенні Української мережі Глобального договору, зацікавлених у реалізації завдань покращення стандартів бізнесу, керуючись принципами соціальної відповідальності та етики бізнесу. У 2011 році було відкрито Центр взаємодії бізнесу та суспільства – експертну організацію з питань КСВ та сталого розвитку, а місія Центру – розвиток взаємодії бізнесу та суспільства через популяризацію КСВ. Діяльність Центру базується на таких принципах: діалог зі всіма зацікавленими сторонами, прозорість обговорень та прийняття рішень, підзвітності, висока якість комунікацій, ефективність у реалізації проектів та послуг.

В рамках проекту «Розробка національного порядку денного з КСВ», який реалізує Центр розвитку КСВ (керівник Р. Курінько), 19 січня 2011 року 17 українських компаній та організацій підписали «Декларацію про відповідальне бізнес-партнерство», взявши зобов'язання працювати над просуванням принципів прозорості та чесного ведення бізнесу, захисту прав людини, у тому числі в сфері трудових відносин, охорони навколишнього середовища та безпеки праці включно з постачальниками та партнерами. Загалом обговорення актуальних питань КСВ відбувалось на багатьох регулярних семінарах і конференціях, які й стали інструментальним засобом прийняття, поширення, формування декларативного бізнес співтовариства довкола ідеї соціально відповідального бізнесу в Україні.

З метою виявлення мотиваційних чинників прийняття КСВ в Україні автором було здійснене в 2012 році (у співпраці з дослідниками Хартфордширської бізнес-школи, Велика Британія) експертне опитування 19 керівників українських компаній для пошуку дійсних причин залучення до КСВ, паралельно з вивченням фінансової та ділової документації, котре засвідчило певну перевагу інструментальної складової задля підвищення конкурентності над соціальною та етичною складовими в мотиваційній структурі, хоча загальною для всіх респондентів причиною прийняття КСВ була орієнтація на фінансову вигоду з врахуванням сучасних тенденцій міжнародної культури ведення бізнесу. Важливим дослідницьким здобутком виявилась вагомість етичної складової, навіть як культурно іманентної в артикуляції спонукальних мотивів українських бізнесменів, що дало підстави

для висновку про прийняття КСВ здебільшого як низової, недержавної, ініціативи.

В результаті вивчення генези становлення соціально відповідального бізнесу в Україні було виявлено ряд важливих факторів, які особливо вплинули на інституалізацію КСВ в країні, а саме:

1. Структура економіки. Довгий час зберігалась переважна роль металургії, машинобудування, хімічної промисловості, а отже розвиток КСВ значно залежав від політики компаній у цьому секторі економіки.

2. Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства, як очікувалось, очолять розвиток КСВ, надаючи найкращу міжнародну практику в цій сфері. В Україні частка респондентів, які сприймають міжнародні компанії як більш соціально відповідальні, ніж місцеві, є найвищою серед усіх пострадянських країн, де проводилося обстеження.

3. Неєфективна система соціального захисту. Багато компаній успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку, тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з КСВ. Також негаразди в нереформованих системах охорони здоров'я та освіти в Україні спонукають компанії підтримувати ці сфери.

4. Слабкість місцевих громад. Саме процес децентралізації фінансів в Україні призводить до зміни політики формування місцевих бюджетів з центрального бюджету, що довгий час обмежував стимули та можливості органів місцевого самоуправління в ході реалізації соціальних та інших програм, знижуючи залучення регіональних компаній для сприяння місцевого розвитку.

5. Відсутність інституційної підтримки. Україна не спромоглася до ні спеціального урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики КСВ, ні розвиненої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати діяльність КСВ.

6. Трудове законодавство. Практика КСВ, пов'язана з робочою силою підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на порушенні їх. Україна має прийнятний рівень формальних зобов'язань, але про належний рівень їхнього виконання все ще не йдеться, позаяк є численні порушення існуючих норм і вимог законодавства. Найбільш доцільним у цьому контексті є ухвалення відповідної Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яка має чітко зафіксувати позицію держави у цій сфері. Прийняття такого документа покращить її репутацію всередині країни та за її межми, продемонструє прагнення України рухатися в руслі сучасних європейських і світових тенденцій, дотримуватися концепції сталого розвитку, відповідально ставитися до проблем суспільства і навколишнього середовища.

ВИСНОВКИ

Отримані результати дозволяють застосувати в дослідженні проблем соціальної відповідальності в економічній сфері нові методологічні позиції, що сприятиме становленню соціально відповідального бізнесу, підготовки персоналу, формування кодексів корпоративної поведінки.

1. Соціальними передумовами формування та поширення концепції соціальної відповідальності бізнесу послужили такі тенденції постіндустріального суспільства, як прискорення процесу організаційних змін у сфері виробництва та посилення конс'юмеристських очікувань у сфері масової суспільної свідомості.

2. Стійкою тенденцією в сучасному світі, в тому числі й в Україні є розширення соціальної функції бізнесу за межі мінімально визначених суспільством зобов'язань.

3. Інституалізація соціальної відповідальності бізнесу в сучасному світі перетворює цей рух в інструмент глобалізації. Компанії, які відмовляються слідувати її принципам, виключаються з глобальної системи економічної взаємодії, їх конкурентні можливості суттєво знижуються.

4. Основні фактори, що визначають специфічність формування соціально відповідальних практик в Україні: усталеність соціальних очікувань населення у ставленні до держави; недостатня сформованість суспільних очікувань від соціальної відповідальності бізнесу; високий ступінь об'єктивної залежності бізнесу в пострадянських умовах від політики, держави та місцевих органів влади; концепція соціально відповідального бізнесу в нашій країні все ще недостатньо проявляє властиві їй функції консолідації та глобалізації, не виступає джерелом об'єднання представників усіх рівнів вітчизняного бізнесу; в основі діяльності українських підприємств в сучасних умовах повинні бути не лише запозичені західні взірці соціальної відповідальності бізнесу, але й принципи синергетичної взаємодії бізнесу з державною та муніципальною владою, що враховує вітчизняну специфіку соціально-економічного середовища та управлінських традицій.

При цьому, на відміну від інших пострадянських країн (Росія, Білорусь, Казахстан) соціальна відповідальність українського бізнесу не має «етатистської» природи, коли головним «локомотивом» у реалізації програм соціально відповідального бізнесу виступає держава і місцеві органи влади, радше навпаки, має суттєві особливості культурного та соціально-економічного походження.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Курінько Р. (2020). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: проблеми прийняття та становлення. *Грані: науково-теоретичний альманах*. Дніпро: вид-во «Грані». 23(12), 34-46.

2. Іващенко О., Курінько Р. (2018). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: актуалізація суспільно проєктивного профілю. *Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць*. Вип.10 (21) (сс. 211-223). К.: Інститут соціології НАН України.

3. Курінько Р. (2015). Корпоративная социальная ответственность и бизнес в Украине: социологический опыт поиска мотивации принятия. *Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць*. Вип.7(18) (сс.399-409). К.: Інститут соціології НАН України.

4. Kurinko R. (2012) «Corporate social responsibility in Ukraine: cynical utilitarianism or Aristotelian 'Common Good' ? // Kurinko, Rostislav, Filosof, Jana; Hollinshead, Graham; University of Hertfordshire, 21 p. (*UH Business School Working Paper 2012p.*) <https://uhra.herts.ac.uk/handle/2299/8739>

5. Курінько Р. (2008). Корпоративна соціальна відповідальність: пошуки інтерпретації. *Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць*. Вип. 11 (сс.276-286). К.: Інститут соціології НАН України.

Публікації, що засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

1. Rostislav Kurinko. CSR model in the post-soviet countries: similarities and differences. ESA RN 09 Economic Sociology Midterm conference “Squaring the Circle: Integrating Theories and Empirical Analyses in Economic Sociology, Universidad Carlos III de Madrid, 22-24 September 2016. (Certificate of attendance and paper presentation).

Праці, які додатково відображають наукові результати:

1. Курінько Р. (2011). Осваиваем КСО: просто о сложном. – Киев: Изд-во «Журнал Радуга. 204 с. ISBN 978-966-1643-58-3.

2. Курінько Р. (2007) Навчальний посібник «Діяльність роботодавців та їхніх об'єднань у попередженні нерегульованої зовнішньої трудової міграції, протидії торгівлі людьми та ліквідації дитячої праці» (Role of employers 'organizations in regulation of labour migrations, in counteraction on human trafficking and in elimination of the worst forms of child labour), В.Биковець, Р.Курінько, Д.Маршавін, Київ: Міжнародна організація праці. ISBN 978-966-8063-65-7.

3. Курінько Р. (2010). Дослідження «Кращі практики на рівні підприємств щодо дотримання принципів рівних можливостей та недискримінації на робочому місці у державному та приватному секторах України» (Study of companies good practices on issues relating to the respect of principles of equal treatment and non-discrimination in the workplace in Ukraine), Міжнародна організація праці, м.Женева; ISBN 978-92-2-824153-2

4. Курінько Р. (2010). Посібник «Дотримання принципу рівного ставлення та недискримінації на робочому місці у державному та приватному секторах України» (Gender and Equal Employment Opportunities Issues at the Level of Enterprise). Міжнародна організація праці, м. Женева; ISBN 978-92-2-824151-8.

АНОТАЦІЯ

Курінько Р. М. Особливості становлення соціально відповідального бізнесу в Україні. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології.—Інститут соціології Національної академії наук України, Київ, 2021.

Дисертація присвячена дослідженню особливостей становлення соціально відповідального бізнесу в Україні через відстеження вагомих подієвих явищ в бізнес середовищі впродовж пострадянського періоду формування ринкових відносин. Сутність концепції соціально відповідального бізнесу віддзеркалює суспільні, історичні та соціокультурні запити на досягнення й забезпечення соціального партнерства бізнесу, суспільства, держави. Викладено та проаналізовано генезу формування соціально відповідального бізнесу в Україні з зазначенням визначальної ролі дискурсу в процесі його становлення. Досліджено практики прийняття соціально відповідального бізнесу компаніями, що функціонують в країні для доведення важливої специфіки недержавної низової ініціативи «знизу вгору» щодо прийняття й поширення КСВ в Україні на противагу іншим пострадянським країнам (Росія, Білорусь, Казахстан) з переважанням етатистського підходу «згори донизу» залучення бізнесу до КСВ.

Ключові слова: практики прийняття КСВ, соціальна відповідальність бізнесу, етика бізнесу, соціальна держава, соціальне інвестування.

ABSTRACT

Kurinko R. M. Peculiarities of corporate social responsibility formation in Ukraine. – Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, 2019.

Thesis for the degree of candidate of sociological sciences by speciality 22.00.04 – Special and Branch sociologies. – Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. – Kyiv, 2021.

Research of peculiarities of corporate social responsibility formation (CSR) in Ukraine within post-soviet emerging market development period was undertaken in the thesis by means of wide sociological analysis of CSR implementation genesis with pointed most valuable events, influenced factors for periodization within. Conception of business social responsibility in its core reflects social, historical and socio-cultural requests for social partnership between state, society and business achievement was new for the post-soviet country regarding the establishing private economic sector. Therefore, discourse of CSR agenda formation within business sphere development by means of special numerous conferences, competitions and round tables played crucial role for popularization and establishing the CSR agenda for future social institute in Ukraine presented in the thesis with pointed specific causes and barriers on the way of realization this function and certain mechanisms for social responsible business formation.

The sociological approach has been applied for the research of taken practices of CSR acceptance in Ukraine; it has been determined by the outcome of the qualitative research that starting point was ‘bottom-up’ initiative for the CSR development in Ukraine opposite to the used ‘up-bottom’ intention for other post-soviet countries (Russia, Belarus, Kazakhstan).

Key words: taken practices of CSR acceptance, corporate social responsibility, business ethics, social state, social investing.

Відповідальна за випуск
кандидат філософських наук Іващенко О.В.