

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛADOVA ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНЬОГО МЕНЕДЖЕРА

Актуальність статті зумовлена необхідністю системного розуміння явища корпоративної соціальної відповідальності в контексті сучасної професійної освіти менеджерів. Метою статті є обґрунтування поняття «корпоративна соціальна відповідальність» у контексті суспільства сталого розвитку. У статті вирішено низку завдань: проаналізовано становлення концепції корпоративної соціальної відповідальності, визначено її структурні компоненти, виокремлено шляхи культивування корпоративної соціальної відповідальності у майбутніх менеджерів у процесі професійної підготовки. Ключові слова — корпоративна соціальна відповідальність, майбутній менеджер, професійна освіта.

Актуальність дослідження. Підготовка сучасного менеджера актуалізує проблему формування корпоративної соціальної відповідальності через систему вищої освіти, оскільки на сучасному етапі розвитку суспільства управлінська діяльність вимагає гармонійної інтеграції бізнесу з базовими загальнолюдськими цінностями та соціальними нормами.

Наукова дискусія із проблем корпоративної соціальної відповідальності ведеться у світовій науковій літературі починаючи із середини 20 століття. За минулий період були сформовані численні концепції, асоційовані з корпоративною соціальною відповідальністю. Відповідальність, яка випливає з концепції корпоративної соціальної відповідальності, – це категорія і етики, і права, і соціології і педагогіки, що 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.

Останнім часом у науковій літературі з'явилося поняття організаційної культури, що адаптується. Адаптивний підхід в роботі сучасних організацій є необхідним в мінливих умовах сьогодення. На

думку Г. Єльнікової, для існування в таких умовах необхідно розвивати здатність швидкої зміни стратегії та впровадження нових виробничих методів. Керівники організацій, де розвивається культура, що адаптується, піклуються про підвищення рівня готовності працівників до введення інновацій і поточної переорієнтації своїх дій для досягнення суспільного добробуту [1, с. 13].

Розглядаючи проблему соціальної відповідальності, необхідно звернути увагу на концепцію сталого розвитку, яка є пріоритетною для постіндустріального суспільства. Концепція сталого розвитку є основою теорії соціальної політики в умовах глобалізації. Як зазначає у своїх роботах Т. Борова, перехід до сталого розвитку має забезпечити збалансоване розв'язання проблем соціально-економічного розвитку, збереження сприятливого навколишнього середовища і природно-ресурсного потенціалу, задоволення потреб сьогодення і майбутніх поколінь людей [1]. Г. Єльнікова у своїх дослідженнях підкреслює доцільність керованого впливу на корпоративну організаційну культуру саме на адаптивних засадах, що дасть можливість прискорити процеси розвитку, оскільки вони засновані на діалозі та узгодженні цілей. Адаптивний підхід до корпоративної культури сучасних організацій, зокрема, до проблеми культивування корпоративної соціальної відповідальності, визнає пріоритет розвитку суб'єкта і здійснюється за допомогою процесів самоорганізації, а також активує природні сили і механізми розвитку людини, зокрема, такої ціннісної орієнтації, як почуття відповідальності [1, с. 69].

Сьогодні багато вчених і фахівців-практиків зазначають зростання актуальності проблеми і ролі корпоративної соціальної відповідальності сучасних організацій. Концепція корпоративної соціальної відповідальності розроблена в дослідженнях провідних сучасних зарубіжних авторів Г. Боуена, М. Фрідмана, У. Фредеріка, К. Девіса, А. Керролла, Ш. Ханта, Р. Фрімана, Ф. Фукуями, Т. Джонса та ін. Поняття

корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-освіті України розглядали Н. Ушакова, Е. Винославська, І. Магазінщикова, А. Апішева, Т. Девтерєва, О. Жирун, О. Москаленко, В. Савельєва, В. Федченко та ін. Незважаючи на універсальність визначень та принципів, запропонованих дослідниками, в тому числі на рівні міжнародних стандартів, практична соціальна діяльність суб'єктів вимагає раціонального обґрунтування і формування надійного інструментарію для її впровадження. Таким чином, **актуальність теми дослідження** зумовлена необхідністю системного розуміння явища корпоративної соціальної відповідальності в контексті сучасної професійної освіти менеджерів.

Метою статті є обґрунтування поняття «корпоративна соціальна відповідальність» у контексті суспільства сталого розвитку. Дана мета актуалізувала низку завдань: проаналізувати становлення концепції корпоративної соціальної відповідальності, визначити її структурні компоненти, виокремити шляхи культивування корпоративної соціальної відповідальності у майбутніх менеджерів у процесі професійної підготовки.

Виклад матеріалу дослідження. Важливу роль у науковому обґрунтованні того, що соціальна відповідальність набуває статусу важливого соціального інституту, відіграв Г. Боуен, який у 1953 р. видав монографію "Соціальна відповідальність бізнесмена". Г. Боуен сформулював визначення, згідно, з яким соціальна відповідальність менеджера полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або додержанні такої лінії поведінки, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства [9, с. 35-40].

Суттєвий внесок у формування базової концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) здійснив К. Девіс. Автор у 1960-1970 рр. обґрунтував низку принципових положень, які розвинули теоретичні засади соціальної відповідальності і зробили їх більш зрозумілими для професіоналів, зорієнтувавши на практику соціальної діяльності. К. Девіс

розглядає суб'єкт господарювання як свого роду спільне підприємство, яке об'єднує відповідальних громадян, таких як менеджери, інвестори, працівники, представники місцевої громади тощо, і їхні групи. Це "спільне підприємство" відповідає за задоволення не тільки економічних, але й соціальних, психологічних, політичних та інших очікувань суспільства. К. Девіс у середині 1960-х рр. сформулював так званий залізний закон відповідальності: ті, хто не беруть на себе відповідальності, адекватної їхній владі, у результаті втратять цю владу [9].

Наприкінці 1970-х рр. А. Керролл запропонував трактувати КСВ як відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що їх покладає суспільство на організації в даний період часу. Модель А. Керролла охоплює чотири типи соціальної відповідальності організації: економічну, правову, етичну і так звану дискреційну. Дискреційну відповідальність А. Керролл пов'язує зі сферою, в якій суспільство ще не сформувало чітких очікувань, і вона є такою за змістом, що передбачає індивідуальний добровільний вибір менеджера [8, с. 57].

За А. Керроллом компанія, яка сповідує КСВ, має прагнути одержувати прибуток, поважати закони, бути етичною, а також намагатись вирішувати суспільні соціальні проблеми. Закріплені в піраміді Керролла рівні відповідальності вписуються в ієрархію цінностей, що домінують у капіталістичному, індустріальному суспільстві: економічна відповідальність є обов'язковою для бізнесу, такою, що відповідає жорстким суспільним вимогам; етична відповідальність є очікуваною суспільством, а філантропічна – бажаною [7, с. 88-89].

Основоположне значення в розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності також мають праці зарубіжних авторів Р. Акермана, Р. Бауера, Д. Вотави, С. Сеті, В. Фредеріка.

На думку Р. Акермана, в контексті концепції корпоративної соціальної відповідальності виклик для менеджмента полягає в розвитку методів організаційного навчання і їх адаптації з метою забезпечення

гнучкого і креативного сприйняття суспільних проблем у міру їх визрівання [10, с.158].

Отже, узагальнюючи погляди дослідників корпоративної соціальної відповідальності можна зробити висновок, що цей феномен постає одночасно як: багаторівневий процес реагування на конкретні вияви суспільного тиску; стратегія управлінської сприйнятливості; здатність корпорації сприймати суспільні потреби і суспільний вплив.

Необхідно також виділити внесок альтернативних концепцій у загальну еволюцію концепції корпоративної соціальної відповідальності. Серед них можна виділити основні: концепція ділової етики, концепція зацікавлених сторін, концепція загальних цінностей, концепція корпоративного громадянства і концепція корпоративної стійкості.

Грунтуючись на зазначених вище концепціях КСВ, можна зробити висновок, що трактування КСВ охоплює: корпоративну етику; корпоративну соціальну політику відносно суспільства; політику в сфері охорони навколишнього середовища; принципи й підходи до корпоративного керування; питання взаємодії із зацікавленими сторонами й урахування їхніх інтересів. Погоджуємось з думкою більшості дослідників, які виокремили такі елементи КСВ: відповідальність компанії у взаєминах з партнерами; відповідальність відносно споживачів; відповідальна політика відносно працівників; екологічна відповідальність; відповідальність компанії перед суспільством у цілому [2].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність була предметом численних досліджень та дебатів протягом багатьох років серед науковців та практиків. З огляду на сучасні реалії суспільства, постала нагальна проблема актуалізації корпоративної соціальної відповідальності у процесі професійної підготовки майбутніх менеджерів. Заклади вищої освіти (ЗВО) відіграють основну роль у сфері освіти щодо актуалізації КСВ, оскільки вони є основними учасниками процесу підготовки майбутніх підприємців, керівників підприємств, керівників тощо. Сприяння моральному та

соціальному самовдосконаленню студентів на додаток до інтелектуального розвитку вже здавна є завданнями ЗВО [4, с.27]. Для їх досягнення розробляються та впроваджуються педагогічні інструменти, що включають використання досвіду навчання, тематичні дослідження, спеціальні завдання, організацію навчальних спільнот та волонтерські проекти. На даний час не вистачає досліджень, які б об'єктивно оцінювали вплив таких інструментів на розвиток громадянських цінностей та думок студентів [5, с. 60].

ЗВО мають допомагати майбутнім менеджерам культивувати їх почуття громадськості та впевненість в тому, що вони можуть змінити на краще ситуацію в світі. Сьогодні розвиток соціальної відповідальності студентів є нагальним завданням педагогів, і це породило ряд ідейних інновацій. Спочатку деякі педагогічні ініціативи, пов'язані з розвитком соціальної відповідальності, запроваджувались в ізоляції. Вони були спрямовані на різні аспекти соціальної відповідальності – кооперативне навчання, вирішення конфліктів, полікультурна освіта, моральний розвиток, глобальна освіта, екологічна освіта, громадські роботи та залучення до вирішення політичних та соціальних питань. Нині актуальності набирають освітні експерименти, які поєднують усі ці програми як інтегральні частини концепції соціальної відповідальності та віддзеркалюються у навчальних планах та освітніх програмах. Метою цього є створення університетської корпоративної культури. Ці ініціативи допомагають студентам розвинути основні соціальні навички, почуття зв'язку з навколишнім світом та впевненість, що вони можуть змінити світ, адже корпоративна соціальна відповідальність є особистою інвестицією кожного в благополуччя інших людей та людства в цілому [3].

Таким чином, актуалізація соціальної відповідальності майбутніх менеджерів та створення сприятливих умов для культивування їх почуття корпоративної соціальної відповідальності займає важливе місце у їх професійній підготовці. Це, у свою чергу, потребує детального

дослідження процесу соціального становлення молоді, зокрема, майбутніх менеджерів.

Дослідження свідчать, що діти починають будувати зв'язки зі світом на ранньому етапі життя, і що ролі батьків та викладачів є критичними для формування у кожної дитини позитивних та відповідальних відносин із суспільством. Найефективнішим способом допомогти молоді розвивати ці відносини є надання їм можливості ввійти в реальний світ навколо них. Ми використовуємо термін "відносини", тому що люди не приймають моральні рішення в ізоляції. Ці рішення виникають безпосередньо завдяки розумінню людьми пануючої моралі в політичній та соціальній культурі та завдяки відчуттю власної здатності впливати на цю культуру. У стінах ЗВО допомогти студентам культивувати соціальні відносини означає збалансувати акцент на особисту самореалізацію та особисті досягнення з акцентом на соціальну самореалізацію та колективні досягнення. Важлива роль у цьому відводиться викладачам, як найактивнішим учасникам навчального процесу. Зокрема, викладачі повинні допомагати своїм студентам зрозуміти нашу глобальну взаємозалежність, надати їм досвід громади, заохотити їх розвивати основні соціальні та організаційні навички, надавати їм можливості робити внесок у спільну справу [4].

Щодо розуміння нашої взаємозалежності, викладачам необхідно допомогти студентам зрозуміти нашу соціальну та екологічну взаємозалежність. Стати частиною громади та набути соціальної свідомості означає усвідомити, насамперед, групові потреби. Це означає відчувати атмосферу, яка панує в певній групі та розуміти, як впливає взаємодія людей на продуктивність роботи групи та розуміти вплив своїх дій на групу в цілому. Становлення соціально відповідальної особистості означає використання своєї соціальної свідомості для покращення здатності групи жити і працювати разом. «Свідомість групи» можна культивувати лише через досвід [8]. Стиль навчання в більшості навчальних закладів вищої освіти України є або індивідуалістичним, або

конкурентним, і тому студенти не відчувають необхідних умов та не є вмотивованими для розвитку цієї навички. Отже, для створення «свідомої групи» необхідно створити певні умови для проведення студентами спільних дій для досягнення колективної мети. Це означає створення спільного набору цінностей або цілей, які спонукатимуть студентів до спільної участі у прийнятті рішень. З досвіду роботи в спільноті молодь не лише усвідомлює групові потреби, але й починає розуміти сенс загального блага та бачити, що їх зусилля можуть змінити ситуацію на краще [11]. Усвідомлення цього є особливо важливим для майбутніх менеджерів, тому що робота в спільноті та прийняття рішень для досягнення колективної мети є важливими складовими їх професійної діяльності. Навички групового вирішення проблем допоможуть майбутнім менеджерам навчитися спиратися на різноманітні ресурси та таланти групи. Розвиток основних соціальних навичок та формування почуття соціальної відповідальності потребують основних соціальних навичок, таких як комунікація, співпраця, управління конфліктами.

Виходячи з зазначеного вище, необхідною умовою для розвитку корпоративної соціальної відповідальності є створення освітнього середовища, що моделюватиме соціальні навички студентів. Це може бути створення певних навчальних ситуацій, що потребують індивідуального внеску для досягнення спільної мети. Створення такого середовища допоможе майбутнім менеджерам оцінити вплив їх потенційних рішень на майбутні покоління. Створення таких ситуацій має бути вбудовано у навчальні плани з початку підготовки у ЗВО. Передумовами забезпечення ефективності навчальних ситуацій є відмова від сприйняття лише критичної природи наших проблем і конфліктів та заохочення студентів до пошуку ефективних рішень.

Багато шкіл та університетів Європи та США впроваджують державні та місцеві ініціативи з культивування корпоративної соціальної відповідальності молоді. Ключовими елементами цих програм є моральні

дискусії, кооперативне навчання, спільне прийняття рішень на рівні академічної групи, факультету, ЗВО, побудова академічної спільноти, кооперація з місцевою громадою [8]. Ще одним напрямом таких ініціатив може бути впровадження соціальних проектів, що сприяють просоціальній поведінці молоді та культивують такі особисті якості, як відчуття суспільної корисності, чесність та відповідальність. У навчальних планах багатьох європейських та американських ЗВО можна виокремити низку елементів, які, інтегруючись на міжпредметному рівні, сприяють підвищенню рівня корпоративної соціальної відповідальності майбутніх менеджерів: навчання кооперації; сприяння навичкам надання допомоги; побудова позитивних моделей наслідків колективної діяльності; сприяння розумінню студентами почуттів та звичаїв інших людей; розвиток самоконтролю та внутрішнє засвоєння ключових цінностей через "позитивну дисципліну" [10]. Опитування педагогів, батьків та роботодавців свідчать про те, що ці проекти сприяють розумінню студентами значення співпраці та вміння боротися з конфліктами [3, с.36].

Висновки. Корпоративна соціальна відповідальність є одним з ключових елементів навчального плану майбутніх менеджерів. Заклади вищої освіти повинні допомогти майбутнім менеджерам культивувати їх почуття громадськості та впевненість в тому, що вони можуть змінити на краще ситуацію в світі. Важлива роль у цьому відводиться викладачам, як найактивнішим учасникам навчального процесу. На міжпредметному рівні з метою розвитку корпоративної соціальної відповідальності навчальні плани мають актуалізувати: розуміння студентами природи соціальної та екологічної взаємозалежності через глобальну, мультикультурну та екологічну освіту; розвивати навички співпраці та вирішення конфліктів; розуміння поточних соціальних та політичних проблем регіону та країни, інтегруючи реальні проблеми у навчальні ситуації; розвивати переконання, що майбутні менеджери можуть змінити на краще ситуацію у світі.

Література

1. Адаптивне управління: міжгалузеві зв'язки, науково-прикладний аспект: колективна монографія / Г. В. Єльнікова, Т. А. Борова, З. В. Рябова та ін. [За заг. та наук. редакцією д-ра пед. наук, професора Г. В. Єльнікової] – Харків: Мачулін, 2017. – 440 с.
2. Йонас Г. Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації: монографія / Г. Йонас. – К.: Лібра, 2001. – 400 с.
3. Лободинська О. Формування соціальної відповідальності у випускників ВНЗ як чинника успішного працевлаштування / О. Лободинська // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2013. – Вип. 2. – С. 36–38.
4. Молодченко В.В. Модернізація цінностей в українському суспільстві засобами освіти (філософський аналіз): монографія/В.В. Молодченко. К.: Знання України, 2010. – 383 с.
5. Розвиток соціальної відповідальності студентів у просторі вищої технічної освіти: Міжнародна науково-практична конференція, 18–19 жовтня 2013 р. //Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. – К.: ВПК «Політехніка», 2013. – № 2 (38). – Спец. випуск. – 80 с.
6. Burton, B. K., & Hegarty, W. H. (1999). Some determinants of student corporate social responsibility orientation. *Business and Society*, 38(2), 188–2005.
7. Carroll, A. B. (2015a). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complimentary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87–96.
8. Carroll, A. B., Lipartito, K. J., Post, J. E., Werhane, P. H., & Goodpaster, K. E. (Eds.). (2012). *Corporate responsibility: the American Experience*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Davis, K. (1975). *Blomstrom. Business and society: environment and responsibility* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill Book Company.

10. Ibrahim, N.A., Angelidis, J.P., Howard, D.P.: Corporate social responsibility: A comparative analysis of perceptions of practicing accountants and accounting students. *J. Bus. Ethics* 66, 157–167 (2006).
11. http://pidruchniki.com/83403/sotsiologiya/kontseptsii_sotsialnoi_vidpovidalnosti