

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

ГОРБОВА ЮЛІЯ СЕРГІЇВНА



УДК 316.354.2

**СОЦІОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата соціологічних наук

Львів - 2017

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України

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

Офіційні опоненти: доктор соціологічних наук, доцент
Безрукова Ольга Анатоліївна,
Запорізький національний університет,
професор кафедри соціології;

кандидат соціологічних наук, доцент,
Панькова Оксана Володимирівна,
Інститут економіки промисловості НАН України,
провідний науковий співробітник,
завідувач сектору економічної соціології.

Захист відбудеться «21» грудня 2017 р. о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 35.051.26 Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Університетська, 1, ауд. 319.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79005, м. Львів, вул. Драгоманова, 5.

Автореферат розісланий «__» листопада 2017 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Г. І. Кудринська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Розвиток громадянського суспільства з розгалуженою системою соціальних інститутів є основою для становлення соціально відповідальних відносин у суспільстві, оскільки громадяни отримують демократичні права та набувають відповідальності перед суспільством, державою й перед самими собою. У такому суспільстві відповідальними за результати своєї діяльності стають не тільки громадяни, але й держава, громадські організації та бізнес-структури. Останніми десятиліттями українські компанії намагалися сформуванати власний підхід до розуміння соціальної відповідальності. Ця зацікавленість була детермінована розповсюдженням практик відповідального ведення бізнесу в провідних країнах світу, усвідомленням українськими компаніями своєї приналежності до збереження оточуючого середовища, відповідальності за вирішення соціально-економічних проблем регіону, підвищення якості життя місцевої громади та дотримання прав людини. На основі цього формуються різні підходи до розуміння та вивчення корпоративної соціальної відповідальності, яка поступово стає своєрідною філософією ведення бізнесу. Без неї, на даний час, важко уявити сучасну організацію, що ефективно функціонує в умовах розвитку громадянського суспільства.

У сучасній Україні корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає все більш популярною не тільки серед бізнесової спільноти, але й наукового співтовариства. Адже виникають нові практики її реалізації як на рівні суспільства загалом, так і на регіональному або організаційному рівнях, що відображаються в соціальній поведінці індивідів, соціальних груп, соціальних організацій тощо. Усі ці прояви безпосередньо знаходяться у фокусі соціологічного пізнання. За таких умов дослідження соціологічного контексту означених практик дає змогу не тільки суттєво розширити межі соціологічного знання щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, але й дослідити саме українську специфіку їх реалізації на різних соціальних рівнях.

На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність є добровільною діяльністю компаній, перш за все, приватного сектору, хоча в останні роки організації державного сектору також керуються основними принципами цієї концепції. Розуміння корпоративної соціальної відповідальності та впровадження її в систему управління компанією багато в чому залежить від того, який зміст вкладають у це явище ті, хто безпосередньо зацікавлені у реалізації цього типу відповідальності на практиці. При широкому різноманітті концепцій корпоративної соціальної відповідальності (концепція досягнення конкурентних переваг, корпоративної підзвітності, концепція зацікавлених сторін, теорія корпоративного конституціоналізму, теорія корпоративного громадянства, концепція сталого розвитку тощо), трактування та визначення корпоративної соціальної відповідальності суттєво різняться, що ускладнює розуміння та вивчення її практик.

В Україні фактично не розвинені механізми налагодження зворотного зв'язку щодо ефективності реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності не лише для компанії, а й для суспільства, хоча наявна необхідність та доцільність використання підкреслюється багатьма даними. Саме застосування соціологічної дослідницької стратегії дає можливість вирішити означені суперечності та визначити притаманний українським реаліям соціологічний контекст практик корпоративної соціальної відповідальності.

Серед науковців, котрі першими звернули увагу на вивчення соціальної відповідальності як складного соціального явища, варто вказати М. Вебера, Е. Гідденса, Т. Гоббса, Х. Гроссмана, П. Дракера, В. Зомбарта, Ф. Котлера, Дж. Локка, Г. Маркузе, П. Сорокіна, Г. Спенсера, А. Селігмена, О. Тофлера, У. Уайт, У. Уорнера, Е. Фромма, Ф. Фукуяму та ін. Окремі питання дослідження соціальної відповідальності відображені у наукових пошуках, присвячених розвитку теорії соціального капіталу: П. Бурдьє, Дж. Коулмена, Р. Патнема. У контексті вивчення соціально-економічної відповідальності привертають увагу роботи К.-О. Апеля, Г. Йонаса, В. Канке, Ю. Хабермаса. Суттєвого розвитку дослідженню практик та моделей соціальної відповідальності, зокрема в комерційній сфері, надали ідеї Г. Боуена, Д. Віндзора, Е. Гарріга, Д. Мелє, Дж. Сіммонса, Р. Фрімена. Серед західних науковців, які зробили вагомий внесок у процес інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності, необхідно виокремити А. Керолла та Ф. Котлера, наукові праці яких створили підґрунтя для розробки класифікації та складових соціально-відповідальної діяльності. Особливості інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні знаходять відображення в роботах З. Галушки, І. Комарницького. Теоретичні та практичні засади розвитку корпоративної соціальної відповідальності в системі соціально-трудова відносин висвітлюються у наукових працях вітчизняних учених: В. Антонюк, В. Близнюк, О. Герасименко, О. Грішної, М. Дейч, А. Колота, О. Новікової, В. Надраги, І. Новак, І. Петрової, Л. Лутай, А. Єрмоленко, Г. Задорожного, О. Макарової, У. Садової, С. Цимбалюк, Л. Шаульської, А. Шастун, І. Ящишиної та ін.

У межах соціологічного дискурсу на пострадянському просторі проблематику корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях досліджують Ю. Благів, С. Перегудов, Ю. Попов, Г. Тульчинський, С. Туркін, О. Шулус. Особливості функціонування та принципи соціальної відповідальності бізнесу вивчали Т. Алексина, В. Макеєва, Д. Мертенс, В. Назаров, К. Хоманн та ін. Над виокремленням показників та елементів корпоративної соціальної відповідальності працюють Ю. Бегма, О. Вінніков, О. Іванова, О. Редько, І. Савченко, О. Солодуха та ін. Серед сучасних соціологів, які займаються даною тематикою в межах соціології підприємництва – В. Ворона, Ю. Пачковський, О. Рахманов, Є. Суїменко.

Серед наукових розвідок українських учених актуальними є теоретико-методологічні дослідження соціальної відповідальності: А. Андрущенко, В. Андрущенко, В. Бакіров, В. Бурега, О. Безрукова, О. Мазурик, О. Панькова,

Н. Полякова, І. Рябець, Л. Хижняк та ін. Проте їхня увага переважно зосереджена на теоретико-методологічній концептуалізації соціальної відповідальності. Поза межами досліджень залишаються механізми соціологічного дослідження сучасних практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Наукова проблема полягає в суперечності між об'єктивною потребою у концептуалізації механізмів розвитку практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні та відсутністю чітких критеріїв їх оцінювання із застосуванням соціологічного інструментарію.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах науково-дослідних тем Донецького державного університету управління «Соціально-гуманітарні аспекти державного управління» (номер державної реєстрації 0106U005128), «Сучасні суспільні проблеми у соціологічному вимірі» (номер державної реєстрації 011U006071) та науково-дослідної теми Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Тенденції структурної трансформації українського суспільства в контексті глобалізації та європейської інтеграції» (номер державної реєстрації 11БФ017-01).

Мета й завдання дослідження. Метою дослідження є розробка концептуальних засад вивчення практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Поставлена мета зумовила необхідність розв'язання низки **завдань**:

- вивчити генезис та місце концепції соціальної відповідальності в соціологічному дискурсі задля виокремлення стрижневих пояснюючих понять та категорій;
- узагальнити наукові підходи для здійснення аналізу сутнісних характеристик соціальної відповідальності в теоретичній площині соціології;
- розробити концептуальну схему аналізу практик корпоративної соціальної відповідальності;
- з'ясувати структуру та особливості процесу інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності в системі управління соціальними організаціями;
- дослідити міжнародний досвід, елементи та принципи соціально відповідального бізнесу задля виокремлення соціологічних індикаторів виміру соціальної відповідальності на рівні компанії;
- розробити та обґрунтувати систему показників оцінювання практик корпоративної соціальної відповідальності й механізм вимірювання її результативності в системі управління компанією;
- дослідити сучасні практики реалізації корпоративної соціальної відповідальності для визначення характерних рис, що відображають притаманний українським реаліям соціальний контекст ведення бізнесу;
- обґрунтувати доцільність соціологічного аналізу соціальної звітності українських компаній у системі оцінювання практик корпоративної соціальної відповідальності;

- окреслити тенденції та перспективи подальшого розвитку практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні та їх соціологічного вивчення.

Об'єктом дослідження є корпоративна соціальна відповідальність як соціальне явище.

Предмет дослідження – сучасні практики корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Методи дослідження. Дослідження передбачає залучення комплексу загальнонаукових методів пізнання: аналізу та синтезу теорій і концепцій корпоративної соціальної відповідальності в соціологічному дискурсі, зокрема для визначення дослідницької позиції в роботі. В емпіричній складовій дисертації, де здійснено перевірку та уточнення теоретичних положень роботи, застосовано власне соціологічні методи збору та аналізу емпіричних даних: а) анкетне опитування; б) вторинний аналіз статистичних та соціологічних даних для вивчення тенденцій впровадження корпоративної соціальної відповідальності; в) аналіз документів (класичний та елементи контент-аналізу) для дослідження практики нефінансового звітування українськими компаніями.

Емпіричну базу становить аналіз корпоративних соціальних звітів та результати соціологічного дослідження розуміння корпоративної соціальної відповідальності в Україні, проведеного за авторською методикою. Дослідження практик корпоративної соціальної відповідальності в українських компаніях проводилося на основі нефінансових звітів українських компаній виробничого та невиробничого сектору (2010–2016 рр.; 26 нефінансових звітів). У період з 8 грудня 2015 р. по 15 лютого 2016 р. методом експертного опитування на основі стандартизованого бланку опитано 78 управлінців у компаніях України. Вибірка цільова із застосуванням методу снігової кулі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці аналітичної схеми комплексного вивчення практик корпоративної соціальної відповідальності, яка пояснює логіку поширення зазначених практик із соціологічної точки зору.

Вперше:

- з метою оптимізації процесів оцінювання та управління практиками корпоративної соціальної відповідальності запропоновано використовувати основні теоретичні положення трансформаційної парадигми Д. Мертенс, яка базується на принципах соціальної справедливості, солідарності та дотриманні прав людини. Такий дослідницький підхід уможливує врахування інтересів усіх зацікавлених сторін;

- розроблено трьохрівневу концептуальну схему аналізу практик корпоративної соціальної відповідальності, положення якої розкрито на: теоретичному рівні (застосування організаційних, управлінських теорій, концепцій соціальної довіри, соціального капіталу, зацікавлених сторін, сталого розвитку та ділової етики); методологічному рівні (аналіз, класифікація та типологізація практик корпоративної соціальної відповідальності, розробка алгоритму, системи показників та індикаторів щодо дослідження й оцінювання

цих практик) та прикладному рівні (застосування експерт-опитувань та контент-аналізу соціальних звітів).

Удосконалено:

- категоріально-понятійний апарат дослідження корпоративної соціальної відповідальності через її аналіз на рівні соціально-відповідальної поведінки індивідів, соціальних груп та організацій; доведено, що корпоративна соціальна відповідальність є складноструктурованим соціальним явищем; містить добровільний набір соціально схвалюваних дій організацій у різних соціальних сферах, які знаходять відображення у комплексі різнорівневих практик, що підлягають соціологічному дослідженню;

- методику оцінювання програм та проектів К. Вайс шляхом її екстраполяції в площину корпоративної соціальної відповідальності та доповнення кількісно-якісним аналізом інформації про КСВ задля мінімізації суб'єктивності процесу оцінювання;

- підхід до оцінювання соціальних звітів компаній через структуру та уточнення сфер оцінювання, зокрема таких, як екологія, освіта, соціальний захист/забезпечення, соціально-економічний розвиток регіону, культурний розвиток регіону, допомога людям із проблемних соціальних груп, боротьба з корупцією, взаємодія зі стейкхолдерами, благодійність, волонтерський рух, спортивні ініціативи. Повнота їх відображення у нефінансових звітах віддзеркалює притаманний українським реаліям соціальний контекст ведення бізнесу;

- теоретичну й емпіричну інтерпретацію концепту корпоративної соціальної відповідальності крізь призму управлінського досвіду, шляхом окреслення головних перешкод ефективного розвитку КСВ (соціальна активність компаній, підміна добровільного бажання компаній бути соціально відповідальними державним впливом та примусом, низька державна підтримка соціально відповідальних практик, сприйняття соціально відповідальної поведінки в якості PR-ходу тощо).

Подальшого розвитку одержали:

- положення про доцільність розгляду процесу управління соціальною відповідальністю в організації як безперервного, що передбачає низку послідовних етапів, а саме: визначення пріоритетних напрямків соціальної політики організації; створення соціальної структури управління та координаційного центру соціальних програм; навчання персоналу у руслі соціальної відповідальності; реалізація соціальних програм; складання організацією соціального звіту про результати соціально відповідальної діяльності та доведення його до зацікавлених сторін;

- можливості використання експертних опитувань у вивченні актуальних практик корпоративної соціальної відповідальності для різних форм бізнесу. Отримані емпіричні дані дали змогу охарактеризувати ці практики у двох аспектах: внутрішні прояви КСВ – управлінська діяльність, спрямована на потреби та розвиток персоналу компанії; зовнішні прояви – сприяння розвитку регіону, благодійні проекти, волонтерство тощо.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що визначення соціологічного контексту практик корпоративної соціальної відповідальності уможливило доповнення концепції соціальної відповідальності практичною складовою, а саме – кількісно-якісним соціологічним інструментарієм. Це, своєю чергою, удосконалює практику оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, обґрунтовує основні положення й особливості її проведення на організаційному рівні. Матеріали дослідження розширюють існуюче уявлення про корпоративну соціальну відповідальність і можуть бути використані для подальшої розробки стратегії розвитку соціально-відповідального бізнесу в Україні. Результати, отримані під час дисертаційного дослідження, є доречними для проведення занять у рамках навчальних дисциплін «Соціологія організацій», «Соціологія управління», «Корпоративна соціальна відповідальність».

Особистий внесок здобувача. Усі ключові ідеї, положення та висновки дисертаційного дослідження розроблено автором самостійно.

Апробація роботи та її результатів. Основні положення дисертації доповідалися та обговорювалися на наукових та науково-практичних конференціях, під час проведення круглих столів, а саме: Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» (м. Маріуполь, 2016 р.); Всеукраїнська науково-методична конференція за участю міжнародних представників «Студентоцентризм у системі забезпечення якості освіти в економічному університеті» (м. Київ, 2016 р.); I Міжнародна науково-практична конференція «Історія, проблеми та необхідні умови становлення громадянського суспільства в Україні» (м. Львів, 2015 р.); XII Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «Проблеми розвитку соціологічної теорії: теорії солідарності та конфлікту в поясненні сучасних суспільних процесів» (м. Київ, 2015 р.); VIII, IX, X Міжнародні наукові конференції «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» (м. Донецьк, 2012, 2013, 2014 рр.); II, III Міжнародні науково-практичні конференції молодих учених і студентів «Теоретичні, методологічні і практичні проблеми соціології управління» (м. Донецьк, 2013, 2014 рр.); Круглий стіл «Проблеми становлення та розвитку соціальної відповідальності: теорія та практика» (м. Донецьк, 2014 р.) Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Соціогуманітарні технології у методологічному та практичному вимірах» (2012 р.); II Міжнародна наукова конференція «Зінов'ївські студії» (м. Донецьк, 2011р.); XVI, XVII Наукові студентські конференції «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології і політології» (м. Донецьк, 2010, 2011 рр.).

Публікації. Результати дослідження представлено у двадцяти публікаціях, із них чотири – у збірниках що входять до затвердженого переліку фахових видань, одна – у закордонному виданні, п'ять – в інших виданнях та десять – у збірниках конференцій.

Структура дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Обсяг основної частини дисертації –

168 сторінок. Список використаних джерел включає 171 найменування і займає 17 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, ступінь розробленості наукової проблеми, визначено об'єкт, предмет, завдання й методи дослідження, розкрито наукову новизну дослідження.

У **першому розділі** «*Теоретичні підходи до вивчення соціальної відповідальності*» окреслено передумови формування соціальної відповідальності, проаналізовано підходи до її вивчення та складових.

Представлено аналіз генезису концепції соціальної відповідальності в соціологічному дискурсі, що дало змогу визначити засади формування соціальної відповідальності. Проаналізовано підходи до вивчення поняття «соціальна відповідальність» у роботах М. Вебера, Е. Гідденса, П. Дракера, Г. Йонаса, В. Канке, Т. Парсонса, П. Сорокіна, О. Тофлера, У. Уайта, У. Уорнера, на основі чого досліджено процес розвитку наукової думки від аналізу соціально відповідальної поведінки індивідів до організаційного рівня реалізації даного явища. Вивчено низку підходів до розуміння соціальної відповідальності, зокрема відповідальність щодо законодавчих норм (юридична), відповідальність через прибуток (економічна), відповідальність перед громадськістю (морально-етична).

Досліджено сутність соціальної відповідальності, спираючись на роботи Г. Боуена, М. Вебера, Х. Гросмана, П. Сорокіна та ін. Розглянуто специфіку соціальної відповідальності в системі взаємодії індивід-індивід, індивід-суспільство та на організаційному рівні. Зазначено, що відповідальність перед суспільством реалізується, з одного боку, через різноманітні форми соціального контролю, а з іншого – через розуміння організаціями відповідальності за свою діяльність перед суспільством. У характеристиці соціальної відповідальності приділено увагу її принципам, закріпленим у міжнародних стандартах (підзвітності, прозорості, етики, прав людини, законслухняності, зацікавленості сторін), котрі далі будуть нами позиціонуватися як показники дослідження даного явища в Україні.

Розглянуто соціальну відповідальність у рамках двох підходів до управління нею, які відображають: 1) позицію стейкхолдерів (Е. Гарріг, Д. Мелє, Дж. Сіммонс, М. Фрімен та ін.); 2) позицію етичних та моральних норм (Дж. Роулз, Л. Сакконі, Ю. Хабермас). У теорії зацікавлених сторін висувуються на передній план нові ідеї для вивчення практик соціальної відповідальності. У ній підкреслюється, що поняття «корпорація» доцільно розглядати як операційне у центрі мережі взаємопов'язаних стейкхолдерів, які створюють, підтримують і збільшують значення потенціалу організації. Основна ідея, з позиції етичних норм, – соціально відповідальна практика – полягає у взаємному договорі між компанією та зацікавленими сторонами щодо позитивних та негативних ефектів діяльності організації.

Визначивши причини впровадження соціальної відповідальності в організації, розглянуто управління нею. Управління соціальною відповідальністю в організації – це безперервний процес, що складається з наступних етапів: визначення пріоритетних напрямків соціальної політики організації, створення соціальної структури управління та координаційного центру соціальних програм, навчання персоналу, реалізація соціальних програм, складання організацією соціального звіту про результати соціальної відповідальності та доведення його до зацікавлених сторін. Зазначено, що найбільш поширеним типом соціальної відповідальності на організаційному рівні виступає корпоративна соціальна відповідальність.

Для комплексного аналізу обраної теми розроблено трьохрівневу концептуальну схему аналізу практик корпоративної соціальної відповідальності, положення якої розкриваються на теоретичному, методологічному та прикладному рівнях. Базуючись на положеннях означеної схеми, корпоративна соціальна відповідальність визначається як складноструктуроване соціальне явище, охарактеризоване як добровільний набір соціально схвалюваних дій організацій, котрі знаходять прояви у комплексі різнорівневих практик, що підлягають соціологічній оцінці.

У другому розділі *«Корпоративна соціальна відповідальність як складова управління організацією»* досліджено характеристики та шляхи інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), проаналізовано підходи до її вивчення та визначено принципи й індикатори соціально відповідального бізнесу.

Інституціоналізація корпоративної соціальної відповідальності починається у 50-60-х роках минулого століття. Перші визначення КСВ пов'язані з формуванням підзвітності бізнесу широкому колу зацікавлених осіб у його фінансових і нефінансових операціях. Корпоративна соціальна відповідальність починає розглядатися як багаторівнева відповідальність економічним, правовим, етичним та дискреційним очікуванням, що висувуються суспільством до організації у певний період (А. Керрол) або у якості «корпоративної поведінки» (С. Сеті). Поширення та розвиток практик КСВ в діяльності організацій з часом актуалізує соціальний запит на дослідження та оцінювання її стану.

Доведена можливість удосконалення кількісного дослідження КСВ якісним аналізом інформації з фокусуванням на методиці оцінювання матеріалів, запропонованій К. Вайс. На цій основі автором констатується, що проведення кількісно-якісного аналізу інформації про корпоративну соціальну відповідальність буде більш результативним, оскільки надає комплексну інформацію та мінімізує суб'єктивність дослідника чи представників компанії, які відповідають за її представлення. Окреслено принципи КСВ, якими керуються організації при реалізації її стратегії. Вони були розмежовані на зовнішні та внутрішні. Зокрема, до зовнішніх принципів віднесено: управління впливами на навколишнє середовище; розкриття інформації, нефінансове звітування; чесна конкуренція, співпраця зі споживачами, постачальниками, громадськістю, органами місцевого самоврядування; соціальне інвестування;

благодійність, волонтерство. До внутрішніх принципів корпоративної соціальної відповідальності належать: управління якістю (продукції чи послуг); екологічний менеджмент; охорона здоров'я та безпека працівників; дотримання прав людини щодо персоналу; мотивація та кар'єрне зростання працівників; волонтерство всередині компанії.

Розглянуто рівні КСВ (мікро-, мезо-, макро- та мегарівень). Проведення оцінювання корпоративної соціальної відповідальності відбувається за такими напрямками: врахування думки споживачів; врахування інтересів ділових партнерів; дотримання етичних норм; відносини з робітниками; відносини зі структурами влади та місцевим населенням. Доведена доцільність застосування індексів для вимірювання рівня корпоративної соціальної відповідальності (за М. Кричевським та С. Гончаровим). Проаналізовано індикатори, що запропоновані у міжнародних стандартах (Рекомендації Глобальної ініціативи зі звітності у сфері сталого розвитку GRI, Стандарт Системи менеджменту якості ISO 9001:2000; стандарти звітності серії A1000, SA8000, ISO14101:2004; Керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000). Це дало змогу, з одного боку, визначити обов'язкові складові КСВ, а з іншого, – окреслити можливості застосування технології соціального аудиту до визначення стану КСВ в компаніях.

У третьому розділі «Практики реалізації корпоративної соціальної відповідальності в управлінні організацією» запропоновано механізм емпіричного дослідження цих практик в управлінні компанією та алгоритм аналізу соціальних звітів. Окреслено тенденції та перспективи подальшого розвитку практик КСВ в Україні.

Визначено соціальну відповідальність як своєрідний інструментарій для вивчення соціальних відносин у різних сферах життєдіяльності суспільства. З метою аналізу практик реалізації корпоративної соціальної відповідальності проведено експерт-опитування, на основі якого отримано наступні результати. З'ясовано, що для представників бізнес-структур практики корпоративної соціальної відповідальності поділяються на дві категорії: внутрішні, тобто соціальна відповідальність компаній, передусім, спрямована на розвиток потенціалу та задоволення потреб працівників; зовнішні, які полягають у сприянні розвитку регіонів, благодійній діяльності та участі в різного роду соціальних програмах, спрямованих на підвищення соціального престижу компаній. Визначено, що чим довше компанія на ринку й чим крупніша форма бізнесу (малий, середній та великий), тим вагомішу цінність в оцінках управлінців мають принципи й практики корпоративної соціальної відповідальності. Примітною є висока ступінь розгляду КСВ як елементу корпоративного управління. В той же час, керівники компаній високо оцінюють необхідність КСВ для розвитку бізнесу в Україні, імовірно, це й пояснює високу зацікавленість експертів щодо оцінювання та моніторингу стану КСВ в організаціях.

Експертами позитивно були відзначені можливості проведення оцінювання соціальних звітів, оскільки це надає змогу підтвердити достовірність самих звітів та підвищити ефективність корпоративних практик

звітності. Основою для оцінювання соціальних звітів можуть бути як різного типу соціальні стандарти, так внутрішні прояви соціальної відповідальності. Отримані результати актуалізували необхідність якісного оцінювання корпоративних соціальних звітів, які публікуються компаніями.

Результати наших досліджень дають підстави стверджувати, що корпоративна соціальна звітність визначається як складна система інформації, що відображає не тільки благодійні та спонсорські програми компанії, але й будь-які інші соціально значущі аспекти її діяльності, які можуть спричинити суттєві наслідки для самої компанії, споживачів її продукції, акціонерів, державних органів, контрагентів чи будь-яких інших, пов'язаних із нею, груп суспільства. Зазначено, що соціальна звітність дає конкретизоване й структуроване уявлення про соціально відповідальну діяльність бізнесу, включаючи й ті її види, які не піддаються кількісному вимірюванню.

На основі проведеного контент-аналізу соціальних звітів було виявлено, що їх можна розділити на дві категорії, залежно від сфери, у якій діє компанія: виробничі та невиробничі. Констатовано, що компанії мають право самостійно визначати перелік і зміст різних напрямків своєї діяльності, що буде відображено у соціальній звітності. Позитивом є те, що соціальні звіти складені зрозуміло, з ілюстраціями й відсотками, співвідношеннями, а також те, що компанії подають динаміку змін (порівняння з попереднім роком). Аналіз загальної побудови вивчених звітів свідчить про те, що компанії продовжують працювати над удосконаленням своєї структури надання інформації. Усі компанії відобразили чотири складові елементи нефінансового звіту: надання загальних відомостей про компанію; звернення керівництва; основна частина звіту, яка, своєю чергою, включає низку блоків інформації; заключна частина звіту, що містить зведені таблиці основних показників за рік і плани подальшого розвитку. Основна частина нефінансового звіту оцінювалася за наступними сферами: екологія, освіта, соціальний захист/забезпечення, соціально-економічний розвиток регіону, допомога людям із проблемних соціальних груп, взаємодія зі стейкхолдерами, боротьба з корупцією, формування культури ділової поведінки, благодійність, волонтерський рух, спорт.

Порівняльний аналіз нефінансових звітів показав, що кожна компанія на перше місце ставить вигідні для неї елементи корпоративної соціальної відповідальності, тим самим зменшуючи обсяг інформації про частково реалізовані складові КСВ. Нами доведено, що в нефінансових звітах невиробничих компаній увага приділяється скоріше зовнішнім аспектам взаємодії та розвитку. Ймовірно, це пов'язано зі специфікою діяльності компаній, а також прагненням закріпитися на ринку послуг і створити собі позитивний імідж в очах споживачів. Особливостями соціальних звітів є: збільшення (порівняно з минулими роками) їх обсягу за рахунок надання більш детальної інформації; відсутність опису великих затратних проектів, які мають місце у виробничих компаніях; фокусування на волонтерстві, благодійності та спонсорських проектах.

Зазначено, що з кожним роком усе більше компаній намагаються представити соціальні звіти, складені за міжнародними стандартами AA, GRI та іншими, що дає можливість не тільки порівнювати структуру звітів між українськими компаніями, а й проводити порівняння із закордонними організаціями тієї ж типологічної групи. Завдяки уніфікації підходів до визначення критеріїв соціальної відповідальності і, зокрема, аналізу соціальної звітності, дослідники можуть отримати більш повну інформацію, а отже, точніше розуміти стан реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Розглянуто корпоративну соціальну відповідальність як інструмент формування ефективно функціонуючої системи соціальних гарантій для представників різних груп і прошарків суспільства. Це створює умови для вільного розвитку, максимального розкриття творчого потенціалу кожного індивіда, забезпечення особистої безпеки громадян, підтримки екологічно здорового середовища їх проживання. Констатовано, що для практики соціальної відповідальності в Україні характерним є перенесення інтересів бізнесу з персоналу компанії на зовнішнє соціальне оточення. Вже зараз можна прогнозувати трансформації в соціальних інтересах національного бізнесу, коли компанії прагнуть вийти за межі своєї виробничої діяльності. Проблема ефективного розвитку корпоративної соціальної відповідальності полягає в тому, що на сьогодні серед компаній спостерігається низька соціальна активність. Проте органам державної влади варто сприяти розвитку законодавчих норм, що регулюють соціальні обов'язки бізнесу.

Акцентовано, що соціальна відповідальність як окремої організації, так і різних інституцій для України вже не є новою категорією. Проте практика проведення оцінювання нефінансових звітів компаній та соціальної відповідальності поки ще не отримала належного розповсюдження, на відміну від світової практики ведення бізнесу. Отже, проведене експерт-опитування та оцінювання соціальних звітів компаній надали змогу проілюструвати доцільність соціологічного дослідження практик корпоративної соціальної відповідальності.

ВИСНОВКИ

У висновках дисертаційної роботи формулюються основні результати, отримані на основі узагальнення теоретичних підходів та аналізу емпіричних досліджень. Визначається здобуток дисертанта у вирішенні поставленої проблеми й перспективи подальшої розробки дисертаційної тематики.

Спираючись на вивчення основних шляхів генезису концепції соціальної відповідальності в соціологічному дискурсі, було визначено засади формування соціальної відповідальності як складноструктурованого соціального явища. Воно поступово розвивалось від соціально-відповідальної поведінки індивідів і соціальних груп до організаційного рівня. У вивченні зазначеного явища головним є усвідомлене прагнення організації нести відповідальність за свою діяльність перед суспільством. Це потребує дотримання наступних принципів, а

саме: прозорості та етичної поведінки; врахування інтересів зацікавлених сторін; дотримання законодавчих норм (національних та міжнародних); збільшення аспектів соціальної відповідальності, інтегрованих у діяльність компанії. На основі аналізу наукових підходів до розуміння соціальної відповідальності, вона класифікується за сферами спрямованості, а саме: юридична, економічна, морально-етична.

У межах аналізу соціальної відповідальності в загальній соціологічній теорії і теоріях управління було зазначено, що відповідальність перед суспільством реалізується, з одного боку, через різноманітні форми соціального контролю, а з іншого – через розуміння організаціями своєї значимості як суб'єкта соціальної відповідальності. Відповідальність індивіда має соціальну природу, що визначається суспільним характером відносин та місцем самого індивіда в системі цих відносин. Таким чином, соціальна відповідальність має прояв, якщо поведінка індивіда має значення для суспільства та регулюється соціальними нормами. Отже, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність відіграє в суспільстві регулятивну функцію, оскільки забезпечує таку поведінку членів суспільства, яка відповідає соціальним нормам, традиціям, звичаям, що діють у суспільстві. З огляду на це, відповідальність як соціальну категорію доцільно розглядати в двох аспектах: як реакцію суспільства на дії індивіда та як відповідь індивіда на вимоги суспільства.

З метою оцінювання та управління практиками КСВ запропоновано використовувати основні теоретичні положення трансформаційної парадигми Д. Мертенс. Такий підхід уможливує оцінювання практик корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін. У теорії управління соціальна відповідальність розглянута в рамках підходів, які відображають позиції стейкхолдерів та компанії щодо етичних і моральних норм. Завдяки використанню даних підходів, управління соціальною відповідальністю в організації охарактеризовано як безперервний процес, що передбачає низку послідовних етапів: визначення пріоритетних напрямків соціальної політики організації, створення соціальної структури управління та координаційного центру соціальних програм, навчання персоналу в галузі соціальної відповідальності, реалізація соціальних програм, складання організацією соціального звіту про результати своєї діяльності та доведення його до зацікавлених сторін.

Дослідницька позиція щодо вивчення інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на концепціях та практиці її реалізації в країнах Європи, регіональних та національних моделях, підходах до застосування КСВ у менеджменті та теорії і практиці соціального аудиту. На підставі цього зазначається, що соціальна відповідальність може розглядатися як один із інструментів управління організаціями. Аналіз зарубіжних та вітчизняних підходів до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності дозволив зазначити, що в різних соціальних реаліях вона реалізується згідно з соціальними та економічними умовами, тому українським компаніям необхідно працювати над формуванням власної стратегії

впровадження КСВ у свою діяльність, враховуючи специфіку та запити українського суспільства. Завдяки цьому можна досягти цілісності суспільства, суспільної справедливості та удосконалення суспільних відносин. Зростання рівня соціальної відповідальності залежить від таких умов, як розвиток демократії, культура суспільства, можливості самореалізації в організації, участь у вирішенні суспільних проблем тощо.

Визначення сутності складових елементів та принципів соціально відповідального ведення бізнесу надало змогу виявити, що існуючі вектори вивчення КСВ представлені у вигляді дещо несистематизованого та суб'єктивного знання. Спираючись на оціночну методику К. Вайс, розглянуто можливість доповнення кількісного дослідження КСВ, на основі чого автором констатується, що проведення кількісно-якісного аналізу інформації про корпоративну соціальну відповідальність буде більш результативним та мінімізує суб'єктивність дослідника чи представників компанії, які відповідають за надання інформації широкій громадськості. Ґрунтуючись на аналізі принципів корпоративної соціальної відповідальності, виявлено найбільш поширені практики для українських компаній: дотримання прав людини, соціальне інвестування, співпраця із зацікавленими сторонами, належна якість товарів чи послуг, прозорість, підзвітність.

Розглянувши параметри оцінювання корпоративної соціальної відповідальності у системі управління організацією, зазначено, що проведення дослідження стану КСВ відбувається за такими напрямками: врахування думки споживачів; врахування інтересів ділових партнерів; дотримання етичних норм; відносини з робітниками; відносини із структурами влади та громадськістю. Узагальнено показники для аналізу практик корпоративної соціальної відповідальності в залежності від зацікавленої сторони, на задоволення потреб якої спрямована діяльність організації. Перша група – показники, що стосуються споживачів та держави; друга група – працівників; третя група – місцевої громади. Це уможливує використання їх для вивчення практик корпоративної соціальної відповідальності.

На основі емпіричних даних соціологічного експерт-опитування уточнено найбільш поширені практики корпоративної соціальної відповідальності для різних форм бізнесу – малого, середнього та великого. Для представників бізнес структур ці практики можна поділити на дві категорії – внутрішні та зовнішні. Перша з них характеризується соціальною відповідальністю компаній, що спрямована на розвиток потенціалу та задоволення потреб працівників; друга – полягає у сприянні розвитку регіонів, благодійній діяльності та участі в різного роду соціальних програмах, спрямованих на підвищення соціального престижу компаній. Простежується наступна взаємозалежність у розумінні необхідності практик КСВ: чим більший досвід функціонування компанії, її форма, тим вагомішу цінність в очах управлінців мають принципи й практики корпоративної соціальної відповідальності. Визначено, що більше половини компаній, у яких працюють опитані експерти, використовують у своїй діяльності практики публікацій соціальних звітів. Більшою мірою це характерно для середнього та великого бізнесу. Отримані результати

актуалізували необхідність оцінювання корпоративних соціальних звітів, які публікуються компаніями. Таким чином, соціальний звіт, як один із основних зовнішніх проявів КСВ, є комплексним документом, соціологічний аналіз якого дає змогу вивчити, які практики корпоративної соціальної відповідальності більшою мірою представлені в українському бізнес-середовищі.

Завдяки емпіричному дослідженню соціальної звітності компаній визначено, що при дослідженні практик КСВ необхідно застосовувати показники якісної оцінки корпоративного соціального звіту, яка повинна здійснюватися за критеріями повноти та вимірюваності наданої інформації (фінансові та виробничі показники, якість продукції, управління персоналом, природоохоронна й енергозберігаюча діяльність, управління розвитком місцевої спільноти) та за критеріями ефективності зв'язку зі стейкхолдерами (наявність/відсутність анкети зворотного зв'язку, кількість опублікованих соціальних звітів).

Зазначено, що однією з найбільш суттєвих проблем, що постають перед українськими комерційними компаніями, є корупція, при цьому у звітах про сталий розвиток представлена вкрай обмежена інформація про те, які заходи вживають компанії для боротьби з цим явищем. Щорічна публікація нефінансового звіту вдосконалює структуру відображення інформації, проте простого порівняльного аналізу недостатньо для повноцінного розгляду корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, завдяки уніфікації підходів до визначення критеріїв соціальної відповідальності, і зокрема аналізу соціальної звітності, дослідники можуть отримати більш повну інформацію, а отже, точніше розуміти стан реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

З'ясована роль корпоративної соціальної відповідальності в Україні, її основні характеристики та практики. Це дало змогу визначити перешкоди для ефективного розвитку корпоративної соціальної відповідальності, які знаходять відображення в низькій соціальній активності компаній. Вивчення корпоративної соціальної відповідальності відкриває перед дослідниками широке поле для аналізу існуючих практик її застосування й теоретичних узагальнень щодо подальшої оптимізації та удосконалення в управлінській практиці. Констатовано, що в процесі реалізації компаніями практик корпоративної соціальної відповідальності держава є не тільки арбітром, а й зацікавленою стороною, яка так чи інакше має вигоду від сплати податків, відрахувань у пенсійний фонд, захисту навколишнього середовища, внесків у бюджет місцевих громад тощо. Оцінювання практик КСВ є системою моніторингу таких напрямків бізнес-структур, як соціально-мотиваційна політика, соціальні інвестиції, вирішення проблем розвитку місцевих громад та ін.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у фахових виданнях

1. Білоног Ю. С. Соціальний звіт як складова корпоративної соціальної відповідальності бізнесу (на прикладі вітчизняних компаній). *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. праць ДонДУУ*. Т. XIII. Д. : ДонДУУ, 2012. С. 367–375 (Серія «Соціологія», вип. 217).
2. Білоног Ю. С. Роль держави в становленні соціального аудиту. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. праць ДонДУУ*. Т. XIV. Д. : ДонДУУ, 2013. С. 200–208 (Серія «Соціологія», вип. 258).
3. Білоног Ю. С. Порівняльний аналіз підходів до вивчення корпоративної соціальної відповідальності. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. праць ДонДУУ*. Т. XV. Донецьк: ТД «Дружба», 2014. С. 155–163. (Серія «Спеціальні та галузеві соціології», вип. 281).
4. Білоног Ю. С. Характеристика та аналіз структурних елементів соціальної відповідальності бізнесу. *Грані: науково-теоретичний та громадсько-політичний альманах*. Дніпропетровськ: вид-во «Грані». №5, 2015. С. 30–36.
5. Білоног Ю. С. Институционализация практик корпоративной социальной ответственности в Украине: социологический аспект анализа. *Проблемы управления*. Минск: Академия управления при президенте республики Беларусь. № 4, 2017. С. 62–66.

Публікації в інших виданнях

1. Зарубежные модели и опыт социального аудита: Сб. стат. / сост. О. В. Мазурик, Ю. С. Білоног. Донецьк: ЦСА, 2010. 112 с. (Серія: Библиотека социального аудитора). (Особистий внесок здобувача: аналіз та систематизація матеріалів щодо англосаксонської та російської моделей соціального аудиту С. 5–54).
2. Социальный аудит в схемах и таблицах / Авт.-сост. О. В. Мазурик, Ю. С. Білоног. Донецьк: ЦСА, 2010. 120 с. (Серія: Библиотека социального аудитора). (Особистий внесок здобувача: розробка схем проведення соціального аудиту, його інструментарію та етичної складової С. 76–113).
3. Международные стандарты социального аудита: / сост. О. В. Мазурик, Ю. С. Білоног, Е. Г. Ярышева. Донецьк: ЦСА, 2011. 508 с. (Серія: Библиотека социального аудитора). (Особистий внесок здобувача: аналіз та систематизація комплексу європейських стандартів соціального аудиту С. 133–282).
4. Національні стандарти соціального аудиту: / уклад. О. В. Мазурик, Ю. С. Білоног. Донецьк: ЦСА, 2011. 396 с. (Серія: Библиотека социального аудитора). (Особистий внесок здобувача: визначення складових та сутнісних характеристик національних стандартів соціального аудиту С. 86–215).

Матеріали конференцій

1. Білоног Ю. С. Соціальний звіт компаній як інструмент соціального аудиту. *Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*

«Соціогуманітарні технології у методологічному та практичному вимірах» 1 березня – 30 травня 2012 р. URL: <http://www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Bilonog.pdf>.

2. Білоног Ю. С. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу (закордонний досвід). *Матеріали XVI наукової студентської конференції «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології і політології»*. – Д.: ДонДУУ. 2010. С. 35–41.

3. Білоног Ю. С. Аналітичний огляд міжнародних стандартів щодо соціальної відповідальності. *Матеріали XVII наукової студентської конференції «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології і політології»*. – Д.: ДонДУУ. 2011. С. 17–24.

4. Білоног Ю. С. Соціальний аудит як соціологічна діагностична технологія. *Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів*. Д.: ДонДУУ, 2013. С. 11–14.

5. Білоног Ю. С. Світовий досвід та особливості корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів*. Д.: ДонДУУ, 2014. – С. 13–16.

6. Білоног Ю. С. Технологія оцінки нефінансової звітності незалежними організаціями. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 30-31 січня 2015 року)*. Львів: ГО "Львівська фундація суспільних наук", 2015. С. 26–29.

7. Білоног Ю. С. Аналіз корпоративних соціальних звітів як інструмент подолання конфліктів між великим бізнесом та суспільством. *Матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю "Проблеми розвитку соціологічної теорії: Теорії солідарності та конфлікту в поясненні сучасних суспільних процесів" (м. Київ 1-22 травня 2015 року)* / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка під заг. ред. Куценко О.Д., Судаков В. І. К.: Логос, 2015. С. 17–18.

8. Білоног Ю. С. Характеристика структурних елементів корпоративної соціальної відповідальності. *Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» м. Маріуполь, 5 червня 2015 р.* Маріуполь: ДонДУУ, 2015. С. 104–107.

9. Білоног Ю. С. Соціально-відповідальна співпраця бізнесу з університетами. Студентоцентризм у системі забезпечення якості освіти в економічному університеті. *Матеріали Всеукр. наук.-метод. конф. за участю міжнар. представників Київ, 2-3 березня, 2016 р.*, Київ:КНЕУ, 2016 С. 376–377.

10. Білоног Ю. С. Практики реалізації корпоративної соціальної відповідальності: сучасний стан та перспективи аналізу. *Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» м. Маріуполь, 2016 р.* Маріуполь: ДонДУУ, 2016. С. 24–27.

11. Білоног Ю. С. Індикатори оцінки соціальної звітності компаній в контексті соціологічного дослідження практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» м. Маріуполь, 2017 р.* Маріуполь: ДонДУУ, 2017. С. 33–36.

АНОТАЦІЯ

Горбова Ю.С. Соціологічний контекст практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2017.

Дисертацію присвячено дослідженню соціологічного контексту практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні. В роботі сформульовані теоретичні узагальнення та запропоновані нові підходи для подолання суперечності між об'єктивною потребою у концептуалізації механізмів розвитку практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні та відсутністю чітких критеріїв їх оцінювання із застосуванням соціологічного інструментарію. Вивчено генезис та місце концепції соціальної відповідальності в соціологічному дискурсі; проаналізовано етапи та особливості процесу інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності в системі управління соціальними організаціями; розроблено та обґрунтовано систему індикаторів оцінювання практик корпоративної соціальної відповідальності й механізм вимірювання її результативності в системі управління компанією; емпірично досліджено практики реалізації корпоративної соціальної відповідальності в Україні; доведено доцільність соціологічного аналізу соціальної звітності українських компаній; визначено тенденції та перспективи подальшого розвитку практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: відповідальність, соціальна відповідальність, соціальне управління, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна діагностика, соціальні практики, практики корпоративної соціальної відповідальності, соціальний звіт.

АННОТАЦИЯ

Горбова Ю.С. Социологический контекст практик корпоративной социальной ответственности в Украине. – Рукопись. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.04 – специальные и отраслевые социологии – Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Львов, 2017.

Диссертация посвящена исследованию социологического контекста практик корпоративной социальной ответственности в Украине. В работе сформулированы теоретические обобщения и предложены новые подходы для решения противоречия между объективной потребностью в концептуализации механизмов развития практик корпоративной социальной ответственности в Украине и отсутствием четких критериев их оценки с применением социологического инструментария. Изучено генезис и место концепции социальной ответственности в социологическом дискурсе; проанализированы

этапы и особенности процесса институционализации корпоративной социальной ответственности в системе управления социальными организациями; разработана и обоснована система индикаторов оценки практик корпоративной социальной ответственности и механизм измерения ее результативности в системе управления компанией; эмпирически исследованы практики реализации корпоративной социальной ответственности в Украине; доказана целесообразность социологического анализа социальной отчетности украинских компаний; определены тенденции и перспективы дальнейшего развития практик корпоративной социальной ответственности в Украине.

Ключевые слова: ответственность, социальная ответственность, социальное управление, корпоративная социальная ответственность, социальная диагностика, социальные практики, практики корпоративной социальной ответственности, социальный отчет.

SUMMARY

Horbova Y. Sociological context of the corporate social responsibility practices in Ukraine. – Manuscript. Thesis for a Candidate's degree in sociological sciences on a speciality 22.00.04. – special and branch sociologies. – Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2017.

Thesis is devoted to the study of sociological context of the corporate social responsibility practices in Ukraine. In this work, theoretical generalizations are formulated and new approaches to solve a contradiction between objective need for conceptualization of development of corporate social responsibility practices mechanisms in Ukraine and absence of accurate criteria for their assessment via sociological tools are offered.

Genesis and a place of social responsibility concept in a sociological discourse is studied; stages and features of corporate social responsibility institutionalization process in the management system of social organizations are analysed; the system of assessment indicators of the corporate social responsibility practices and the mechanism of measurement of its productivity within the company management system is developed and proved; practices of realization of corporate social responsibility in Ukraine are empirically investigated; expedience of the sociological analysis of the Ukrainian companies' social reporting is proved; tendencies and prospects of further development of corporate social responsibility practices in Ukraine are defined.

The research that was conducted towards features of social responsibility management allowed to characterize it as continuous process, which consists of sequence of the following stages: definition of the priority directions of the organization's social policy, creation of social structure of management and coordination center of social programs, training for the personnel in the field of social responsibility, implementation of social programs, drawing up the social report on results of social responsibility by the organization and bringing it to notice of interested parties.

Based on the sociological expert questioning, the most widespread practices of corporate social responsibility for the different forms of business are specified. In addition, the algorithm of sociological evaluation of corporate social reports published by companies is developed. Based on this it was well proven, that a social report, as one of basic external displays of corporate social responsibility, is a complex document subjected to a sociological analysis. The evaluation of social report allows to study, what practices of corporate social responsibility are the most presented in Ukrainian business-environment.

The conclusions and results of research enabled to define obstacles for effective development of corporate social responsibility, which are reflected in low social activity of companies. Moreover, the substitution of voluntary willingness of companies to be socially responsible for state compulsion and influence can become a barrier for harmonization of societal development.

The practical value of the results is that determination of sociological context of corporate social responsibility practices allows complementing conception of social responsibility by practical constituent, namely – by the quantitative high-quality evaluation of corporate social responsibility practices. The received results help to enrich practice of evaluation of corporate social responsibility and ground the substantive provisions and features of sociological evaluation at organizational level. Research materials complement, deepen the existent picture of corporate social responsibility, and can be used to further improve the strategy of socially responsible business as a necessary condition for development of steady society in Ukraine.

Горбова Юлія Сергіївна

**СОЦІОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ПРАКТИК
КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
В УКРАЇНІ**

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата соціологічних наук

Відповідальний за випуск:
доктор соціологічних наук, доцент Мазурик Олег Володимирович

Підп. до друку 30.10.2017. Формат 60×90¹/₁₆. Папір. офс. Гарнітура “Таймс”. Друк. офс.
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 0,9. Наклад 100 прим. Зам. 775.

Віддруковано у ТОВ-Видавництві “ЛОГОС” із оригіналів автора.
Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК № 201 від 27.09.2000 р.
01030, Київ-30, вул. Богдана Хмельницького, 10, тел. 235-60-03