

Марушак Н.*

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) досі не має єдиного загальноприйнятого визначення. Але більшість дослідників та практиків КСВ сходяться до єдиної думки, що її сутність зводиться до того, що КСВ виступає в якості добровільної діяльності компаній приватного і державного секторів, спрямованої на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище, з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу та показників прибутковості у довгостроковому періоді.

Ідеологічне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене ще у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. Тобто, меценатство було першим втіленням в життя ідеї корпоративної соціальної відповідальності. При цьому основними областями, на яких фокусувалася добродійна діяльність в цей час, були: культура і мистецтво, допомога бідним і розвиток освіти тощо [4].

Наступним історичним етапом теоретичного розвитку цієї ідеї стало зародження у США на початку XX ст. доктрини капіталістичної благодійності, згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, тобто фінансувати суспільні потреби [5, с.509-528]. Підприємства були змушені будувати свої відносини з державою та суспільством за новими правилами і розвивати нові адресні програми, перш за все, в галузі екології і захисту праці.

Початок систематичної дискусії на тему корпоративної соціальної відповідальності було покладено у 50-ті роки XX століття. Саме в цей час починається переосмислення ідеї соціальної відповідальності як суто практичних дій на вимогу суспільства та переходом до теоретичного обґрунтування цієї концепції та її ефективності. Визначним здобутком цього періоду стала наукова робота Г. Боуена (Howard R. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена» опублікована в 1953 р. На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийняття таких рішень чи слідування такій лінії поведінки, які були б бажаними для цілей та цінностей суспільства» [6, ст.18-21]. Ідея корпоративної соціальної відповідальності отримала подальший розвиток та поширила свою популярність в 60-х рр. здебільшого завдяки роботам прогресивних науковців та поширеним в той час соціальним рухам на захист цивільних прав, прав жінок, прав споживачів та на захист навколишнього середовища. 80-ті роки відзна-

* Аспірантка кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського Національного Університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: професор Кредісов А.І.

чилися появою вже меншої кількості нових визначень і збільшенням кількості емпіричних досліджень, які пов'язують КСВ економічною ефективністю бізнесової діяльності. Варіанти визначення КСВ включала корпоративну суспільну політику, бізнес етику, регулювання відносин із стейкхолдерами та подальший розвиток концепції корпоративної соціальної діяльності.

Наступним етапом еволюції ідеї корпоративної соціальної відповідальності стала орієнтація соціально-відповідальної діяльності підприємства на загальну стратегію його розвитку. Проблема корпоративної соціальної відповідальності починає розглядатися з позиції формування репутації підприємства та створення сприятливих умов для його майбутнього розвитку. При цьому підприємство у своїй діяльності починає орієнтуватися не на забезпечення високого рівня прибутку у короткостроковій перспективі, а на створення необхідних умов для забезпечення довгострокового сталого розвитку та зростання, яке базується на врахуванні інтересів всіх зацікавлених сторін.[7, с.74-85]. Об'єктами соціальних акцій на цьому етапі стають умови життя населення, відпочинок співробітників, поліпшення інфраструктури міст тощо.

Після 2000 року в Європі поняття КСВ асоціюється з інтеграцією турботи про соціальний та економічний аспекти ведення бізнесу із турботою про добробут акціонерів. Ця концепція реалізується в результаті формування та укріплення ділової репутації; раціонального використання природних ресурсів; управління розвитком персоналу та забезпеченням його здоров'я, безпеки та охорони праці; взаємодія з місцевими органами влади, державними структурами та суспільними організаціями для вирішення спільних соціальних проблем; соціальних аспектів взаємодії з постачальниками та споживачами.

Отже, з часу свого зародження концепція КСВ зазнала значних змін, трансформувшись від виключно практичного застосування ідеї соціальної відповідальності підприємства, до визнання відповідальності підприємства за розвиток суспільства на рівні з державою. У сучасному корпоративному середовищі все більшої підтримки набуває ідея того, що КСВ – це не просто філантропія чи зовнішній PR "для наведення лоску", а частина стратегії компанії, яка націлена на довгострокову перспективу і враховує особливості суспільного середовища, в якому бізнес діє.

Література

1. Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. 6th, 7th, 8th editions, 1988, 1992, 1996. McGraw-Hill (Coauthors: Keith Davis, James Post, Anne Lawrence, James Weber)
2. Crowther D, Ortiz Martinez: Corporate Social Responsibility: history and principles; Social Responsibility World, 102-107; Penag; Ansted University Press.
3. Davide Secchi Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts Working paper, 2004/34, Department of Economic, Università degli Studi dell'Insubria <http://eco.uninsubria.it>;
4. Elisabet Garriga, Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories, Journal of Business Ethics 53: 51-71, August 2004. <http://www.iese.edu>
5. J.J. Asongu: The History of Corporate Social Responsibility. Journal of Business and Public Policy, v.1. №2. 2007.
6. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции; Высшая школа менеджмента СПбГУ. - 2010. – 272 с., с.10-11.

7. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М.Бутко, М. Мурашко // Економіка України. –№ 7. – С. 74-85
8. Задек С. На пути к корпоративной ответственности. 2005. Harvard Business Review – Россия. (6): 93-99.