

Грицина Л.А.

Хмельницький національний університет, Україна

Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств

Вступ. Процеси трансформації економіки України в ринкову призвели до зміни розуміння ролі держави як на рівні відносин держава-громадянин, так і у стосунках держава-підприємство. Головним чином ці зміни проявляються у різкому відході від практики державного патерналізму, яка була характерною для суспільства. В результаті, початковий етап економічної трансформації в Україні перетворився на процес первинного нагромадження капіталу, де головною рушійною силою виступало прагнення до максимізації прибутків без огляду на негативний, а, подекуди і шкідливий, вплив на суспільство та оточуюче середовище.

Розвинена система соціального захисту, в даному випадку, сприймалася підприємствами лише як джерело необґрунтованих додаткових витрат. Зважаючи при цьому на фінансову неспроможність держави підтримувати її у належному стані, легко було спрогнозувати різке зменшення рівня соціального захисту населення – скорочення кількості об'єктів соціальної інфраструктури, погіршення якості соціальних послуг.

Натомість, в останні роки, завдяки досягненню певної стабільності економічного розвитку та зростанню рівня життя населення, відбувається зміна суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентноздатності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати неекономічні показники роботи підприємства – рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки інтернатів, лікарень та шкіл, запровадження на підприємстві механізму контролю якості, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо.

Подібний підхід до ведення підприємницької діяльності набув за останні 50 років значного розвитку у країнах ринкової економіки, сформувавшись у концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), у якій знайшли відображення культурні, історичні та соціальні особливості різних країн. Різноманіття підходів до розуміння корпоративної соціальної відповідальності знайшло своє відображення у роботах Говарда Боуена, Кіта Девіса, Мільтона Фрідмана, Едварда Фрімен, Джон Елкінгтона, Арчі Керолла, Джеремі Муна, Пітера Друкера, Томаса Бредгарда, Філіпа Котлера, Ю. Благова, С. Літовченко, А. Горошилова, М. Кормакова та багато інших. В той же час в Україні лише в останні роки почали приділяти увагу даному питанню та робити перші кроки на шляху формування власного бачення корпоративної соціальної відповідальності підприємств враховуючи особливості економічного, політичного, культурного та соціального розвитку нашої держави. Серед вітчизняних дослідників даного напрямку можна назвати Ф. Євдокимова, Ю. Саєнко, П. Яницького, Г. Назарова, Г. Попович, І. Акімова, О. Осінкіна, О. Філіпченко та інші. Однак більшість робіт вітчизняних вчених представляють собою або ж емпіричні дослідження розуміння концепції КСВ вітчизняними підприємцями або ж вивчення окремих проявів КСВ. При цьому багаторічні напрацювання закордонних вчених або повністю ігноруються, або ж використовуються фрагментарно. Тому, головна мета даної статті полягає у проведенні комплексного дослідження еволюції та формування наукових підходів до розуміння корпоративної соціальної відповідальності, їх класифікації та аналізу.

Основний матеріал дослідження. Перші наукові підходи до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності, її принципів та методів зароджуються у 50-х роках ХХ століття. Провідна роль у їх розвитку належала американським вченим, у той час як у Європі концепція корпоративної соціальної відповідальності офіційно була сформована лише наприкінці ХХ століття та знайшла своє відображення у документі Європейської комісії «Зелена книга», який був опублікований у 2001 році [3, с. 116].

Зважаючи на історичні, культурні, політичні та соціальні відмінності, характерні для розвитку США та країн Європи, вчені відмічають значні регіональні розбіжності у розумінні корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1) [6, 7, 10].

Таблиця 1

Аналіз розбіжностей у визначенні КСВ у США та країнах Європи

Ознаки розбіжностей	США	Країни Європи
Мета діяльності компанії	Максимізація доходів акціонерів	Досягнення стратегічних цілей з врахуванням інтересів зацікавлених сторін
Спонукальні мотиви	Особисте бажання керівника компанії, який керується власними моральними принципами	Соціальні вимоги суспільства
Головні учасники	Підприємства	Підприємства, державні органи влади, профспілки та професійні об'єднання
Документи, якими керується	Кодекс компанії	Законні та регуляторні акти, закріплені на рівні держави

Як видно з таблиці 1, основні розбіжності у відношенні до концепції корпоративної соціальної відповідальності у США та країнах Європи, визначаються на рівні відносин підприємство – держава. Так, якщо діяльність американських корпорацій загалом визначається його власниками та керівниками, то європейські компанії зазнають значного впливу з боку державних органів влади та професійних об'єднань, які жорстко визначають мінімальні вимоги до їх діяльності.

Існуючі регіональні розбіжності знайшли своє відображення у великій кількості наукових підходів щодо суті, ролі та значення корпоративної соціальної відповідальності, які доповнюють або ж навпаки заперечують одна одній. В основі кожної з них лежить ідея аналізу організації з погляду системності, тобто організація представляється як «комплекс взаємопов'язаних та взаємозалежних частин, організованих таким чином, що продукує єдине ціле» [2, с. 81-82].

Різниця є лише у тому чи сприймати організацію як відкриту, чи як закриту систему. Оскільки як закрити система, організації не зазнають впливу з боку зовнішнього середовища і не взаємодіють з ним. На противагу, організації як відкриті системи, динамічно взаємодіють із своїм оточенням. Однак, якщо виходити з розуміння організації як закритої системи, то ідея корпоративної соціальної відповідальності значно звужується, охоплюючи лише відповідальність перед власниками та працівниками. Варто зазначити, що подібне розуміння даної концепції превалювало на початку зародження ідей соціальної відповідальності. В той же час, сприйняття організації як відкритої системи породжує багато запитань щодо мети, принципів, напрямків, механізму реалізації підприємством своєї соціальної функції та інформування громадськості про реалізовані заходи.

При цьому варто зазначити, що у багатьох розроблених теоріях концепція корпоративної соціальної відповідальності часто заміщувалася іншими визначеннями, які на думку науковців краще відображали суть відносин підприємства та суспільства. Так, найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна чуттєвість», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство», тощо. Щоб поєднати існуюче розмаїття підходів А. Керолл запропонував розглядати концепцію корпоративної соціальної відповідальності як своєрідного «ядра», яке узгоджується з іншими теоріями або трансформується у них [4, с. 18].

А це, в свою чергу, дозволило науковцям згрупувати всі існуючі теорії та виділити чотири основні види підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності [9]:

1) *інструментальний підхід*, згідно якого підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Найвідомішим прибічником даного підходу є економіст М. Фрідман, який вважав, що «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу - використати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків, при умові дотримання правил гри, тобто займатися відкритою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства» [1, с. 142]. Тобто, діючи таким чином, організація виконує свою економічну функцію, виробляючи товари та послуги, необхідні для суспільства та створюючи при цьому робочі місця і забезпечуючи максимізацію прибутку для акціонерів.

Деякі сучасні дослідники, прихильники інструментального підходу, наголошують на тому, що лише максимізація прибутку у довгостроковій перспективі визначає справжню відповідальність бізнесу, оскільки подібний підхід дозволяє поєднати інтереси як акціонерів, так і інших зацікавлених сторін. Крім того, вони погоджуються, що забезпечення максимізації прибутків у довгостроковій перспективі може вимагати від бізнесу певних поточних витрат на соціальні та екологічні цілі. Саме інструментальний підхід, який визначає соціально-відповідальне ведення бізнесу елементом його стратегічного управління та необхідною передумовою його ефективності та прибутковості, набув в останні роки надзвичайної популярності [8, 9].

2) *підхід з позиції політичного впливу*, який базуються на тому, що підприємства мають здатність впливати на суспільство, і через те повинні відповідально використовувати цю здатність. При цьому під соціальною силою розуміють здатність впливати на результати важливих суспільних процесів з метою вирішення суспільних проблем незалежно від політичних інститутів. Найбільш відомою є концепція «корпоративного громадянства», яка зародилася на початку XXI століття. Згідно даної концепції роль підприємства може бути розглянута у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та певних загально визначених обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні - підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян.

3) *підхід з позиції соціальних вимог*, згідно якого підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій. У 1970-х роках концепція корпоративної соціальної відповідальності дещо змінює свій фокус з позиції «що є добрим для суспільства», до визначення «що суспільство вимагає від бізнесу». З огляду на це діяльність будь-якого підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна визначатися очікуваннями суспільства від нього. При цьому деякі автори розрізняють – вимоги щодо скорочення негативного впливу та вимоги щодо посилення позитивного впливу підприємства на суспільство. Виникнення у 80-х роках теорії зацікавлених сторін призвело до появи нового напрямку дослідження, відповідно до якого соціальна роль бізнесу має визначатися вимогами зацікавлених сторін, заміщуючи тим самим поняття суспільства поняттям зацікавлені сторони.

4) *підхід з позиції етики*, головною особливістю якого є те, що в основі лежить ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством. Серед підходів даної групи варто виділити підхід з позиції «потрійної результативності діяльності» (triple bottom line) Дж. Елкінгтона, та нормативний підхід з позиції зацікавлених сторін Е. Фрімена. Відповідно до підходу Дж. Елкінгтона кожне підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, тим самим забезпечуючи свою життєздатність. Ідеї Дж. Елкінгтона набули подальшого розвитку та знайшли своє відображення у теоріях «універсальних прав» та «сталого розвитку». Так, теорія «універсальних прав» базується на визнанні прав людини, прав у сфері праці та поваги до оточуючого середовища як необхідних умов для роботи підприємств. В основі теорії «сталого розвитку» лежить ідея, що підприємство у своїй діяльності відповідає не лише перед сучасним, а й перед майбутніми поколіннями. Саме тому, воно повинно контролювати

як економічні, так і соціальні та екологічні показники своєї діяльності. Натомість нормативний підхід Е. Фрімена дозволив описати відносини між підприємствами та групами осіб, всередині та за його межами, зацікавленими у його діяльності. Відповідно до цієї теорії підприємство несе моральну відповідальність не перед суспільством загалом, а лише перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів та територіальні громади, у яких здійснює свою діяльність [9].

Надзвичайно цікавим у контексті об'єднання існуючих теорій є підхід, висловлений А. Кероллом, який запропонував трактувати корпоративну соціальну відповідальність як своєрідну «піраміду», яка складається з економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством (рис. 1.).



Рис. 1. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керолла

В основі «піраміди» А. Керолла лежить економічна відповідальність, оскільки історично компанії створювалися як виробники товарів та послуг, що дозволяло забезпечувати потреби членів суспільства, та, відповідно, отримувати прибуток. Правова відповідальність передбачає необхідність дотримуватися існуючих законів, підпорядковуючи свою економічну діяльність існуючим законодавчим нормам. Етична відповідальність вимагає від підприємства діяти відповідно до суспільних очікувань, які не фіксуються правовими нормами (подекуди перевищують їх), але базуються на існуючих нормах моралі зацікавлених сторін. Дискреційна (філантропічна) відповідальність передбачає, що організація буде добровільно відповідати на очікування суспільства та направляти свою діяльність на підтримку та розвиток соціальних програм, виступаючи при цьому у ролі «корпоративного громадянина» [5].

Висновки. Як видно із розглянутого вище з часу свого зародження концепція КСВ зазнала значних змін, трансформувавшись від повного заперечення ідеї корпоративної соціальної відповідальності підприємства (М. Фрідман), до визнання відповідальності підприємства за розвиток суспільства на рівні з державою (концепція “корпоративного громадянства”). Звичайно, зазначені підходи відображають діаметрально протилежне бачення корпоративної соціальної відповідальності підприємства, однак вони дають можливість оцінити наскільки змінилися думки та підходи науковців до питання налагодження зв'язків підприємства із суспільством, у якому воно функціонує. В той же час підхід, А.Керолла до розуміння корпоративної соціальної відповідальності підприємства, як багаторівневої структури дозволив розв'язати певні суперечності у підходах до даного питання. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А. Керолла об'єднує та віддзеркалює існуючі підходи до розуміння корпоративної соціальної відповідальності, показуючи як їх історичну еволюцію (від розуміння організації як закритої економічної

системи, до визнання її зв'язків із суспільством), так і зміни щодо розуміння неоднорідності суспільних потреб (від визнання загального характеру суспільних потреб, до їх персоніфікації в залежності від існуючих суспільних груп). В той же час, варто зазначити, що на сучасному етапі розвитку суспільства дотримання економічної, правової та етичної відповідальності є невід'ємною умовою забезпечення життєздатності підприємств будь-якої галузі, натомість дискреційна відповідальність дійсно може бути свідченням відповідального ставлення керівників та власників підприємств до потреб середовища, у якому вони функціонують.

Література

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; Пер. с англ. – М.: «Дело», 1993 – 703с.
2. Стефан П. Робінс, Девід А. Де Ченцо Основы менеджменту. Переклад з англ. – К.: Основи, 2002, 670 с.
3. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность —новый фактор взаимодействия бизнеса и общества.: Сб. ст., лекций и выступлений / Под общ. ред. Л.Г. Лаптева. — М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. – 310 с.
4. Ю. Е. Благов Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление//Российский журнал менеджмента №3, 2004. С. 17–34
5. Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August 1991 <http://bas.sagepub.com/cgi/content/refs/38/3/268>
6. 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>;
7. Dirk Matten, Jeremy Moon “Corporate social responsibility in Europe –state-of-the-art and future perspectives in a globalizing economy”, at Academy of Management Annual Conference, August 2003, Seattle. <http://www.nottingham.ac.uk/nubs/ICCSR/news/conferencecontributions.html>
8. 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>
9. Frans Paul van der Putten A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility, NRG working paper series November 2005 no. 05-09 <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>
10. José Allouche and Patrice Laroche The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: A survey <http://gregoriae.univ-paris1.fr/protect/cahier/2005-03.pdf>