

Щепиліна А.К., студ.
Науковий керівник - к.е.н., доц. **Н.А. Бочарова**
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ПІДХОДИ ДО КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

На даний момент існує широке різноманіття підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Дослідивши наявні теорії, можна виділити такі види підходів до концепції КСВ.

1) Підхід з позицій корпоративного егоїзму, згідно з яким підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Найвідомішим прибічником такого підходу є економіст М. Фрідман. Часто цитують його ідею про те, що «існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови, що він додержується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства» [1, с. 67]. Тобто, діючи таким чином, організація виконує свою економічну функцію, виробляючи товари та послуги, потрібні суспільству, та створюючи при цьому робочі місця і забезпечуючи максимізацію прибутку для акціонерів. Фрідману особливо не подобається термін «соціальна», який для нього політично асоціюється із соціалізмом.

2) Підхід з позицій корпоративного альтруїзму, який базується 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 ХХІ століття. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та певних загально визнаних 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 з яким 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 із позиції «що є добрим для суспільства» на визначення «чого суспільство вимагає від бізнесу». З огляду на це діяльність будь-якого підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності має визначатися очікуваннями суспільства від нього.

4) Підхід з позиції зацікавлених сторін (стейкхолдерів), який передбачає, що незалежно від типу підприємства чи організації, існують групи людей, які впливають на організацію або на які впливає сама організація. Розуміння потреб, очікувань та думок зацікавлених сторін, аналіз та збалансоване врахування цих очікувань має принципове важливе значення для діяльності будь-якої організації. Ці групи поділяються на зовнішніх стейкхолдерів та внутрішніх:



Рисунок 1. Внутрішні та зовнішні стейкхолдери компанії [2]

Якщо підприємство здійснює самостійну оцінку своєї діяльності, то необхідне відокремлення таких груп, що безпосередньо впливають на виробничу діяльність підприємства та зацікавлені в підвищенні рівня КСВ та її кінцевих результатів [3, с.136]. Це акціонери підприємства, його персонал та громадські організації.

При цьому потрібно зазначити, що інтереси різних категорій власників можуть розбігатися. Від їхньої діяльності залежить використання капіталу, отриманого від виробництва. Тому необхідно розрізняти акціонерів-власників та акціонерів-інвесторів. При однаковому переліку цілей в цих групах можуть домінувати зовсім різні очікування.

Щодо персоналу підприємства, то тут необхідно, передусім, враховувати очікування робітників-виконавців. Адже без зацікавленості робітників у досягненні очікуваного рівня діяльності КСВ, не можливо налагодити процес виробництва та досягти необхідної якості продукції.

Громадські організації є представниками інтересів місцевого населення, яким не байдужий стан екології та соціального середовища, в якому вони мешкають. Це означає, що вони відіграють дуже важливу роль у діяльності підприємств.

Тому можливо виділити наступні зацікавлені групи: інвестори, власники, робітники та громадські організації. Для кожної групи показники КСВ різні в залежності від цілей, що вони ставлять перед підприємством.

На рис. 2 відбиті очікування від корпоративної соціальної діяльності підприємства для кожного зацікавленого суб'єкта.

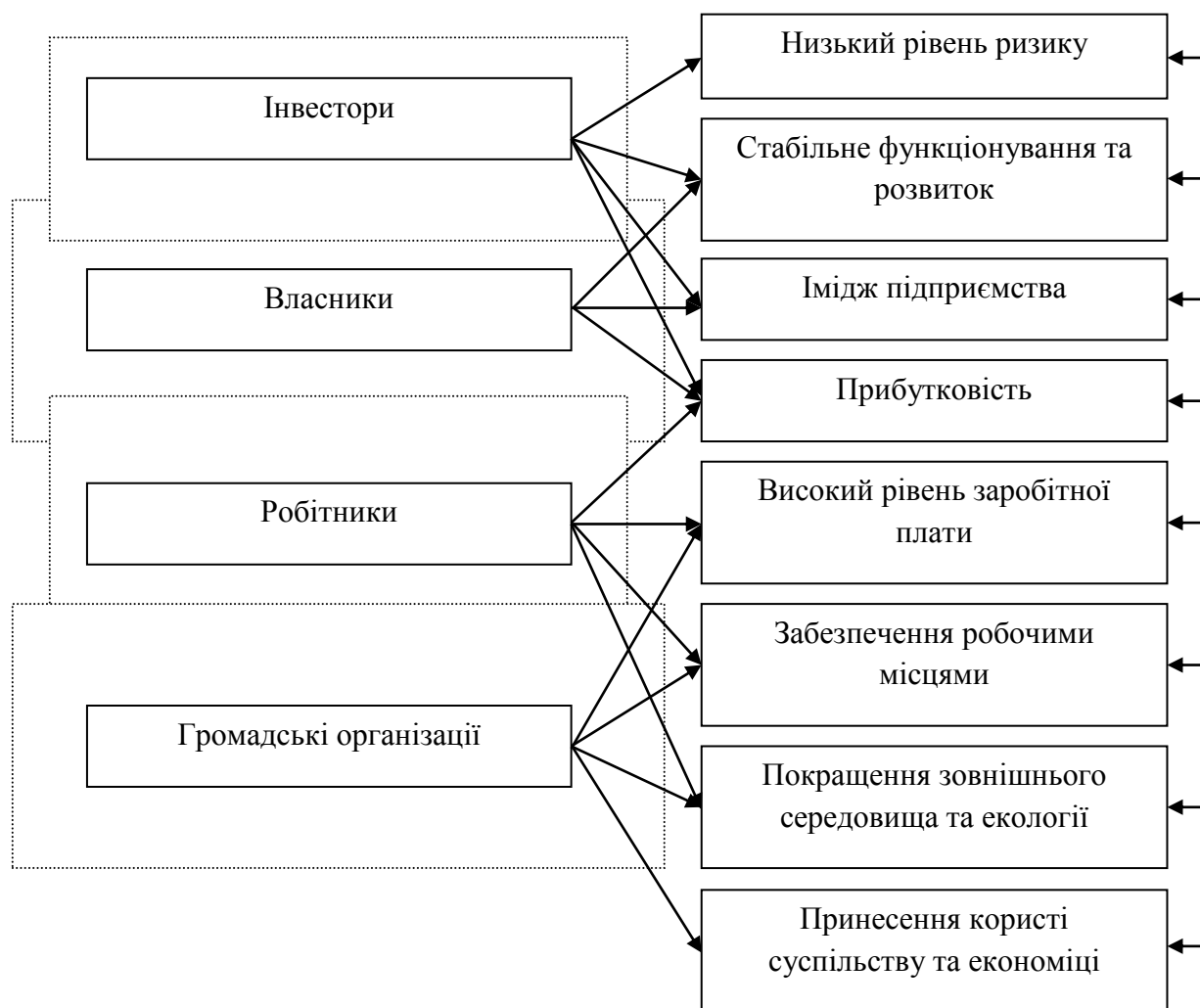


Рисунок 2. Очікування від корпоративної соціальної діяльності підприємства для різних зацікавлених груп

5) Підходи з позиції етики, головною особливістю яких є те, що в основі лежить ідея етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством. Серед підходів цієї групи варто виділити підхід з позиції «потрійної результативності діяльності» Дж. Елкінгтона [4, с. 48]. 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 в теоріях «універсальних прав» та «сталого розвитку».

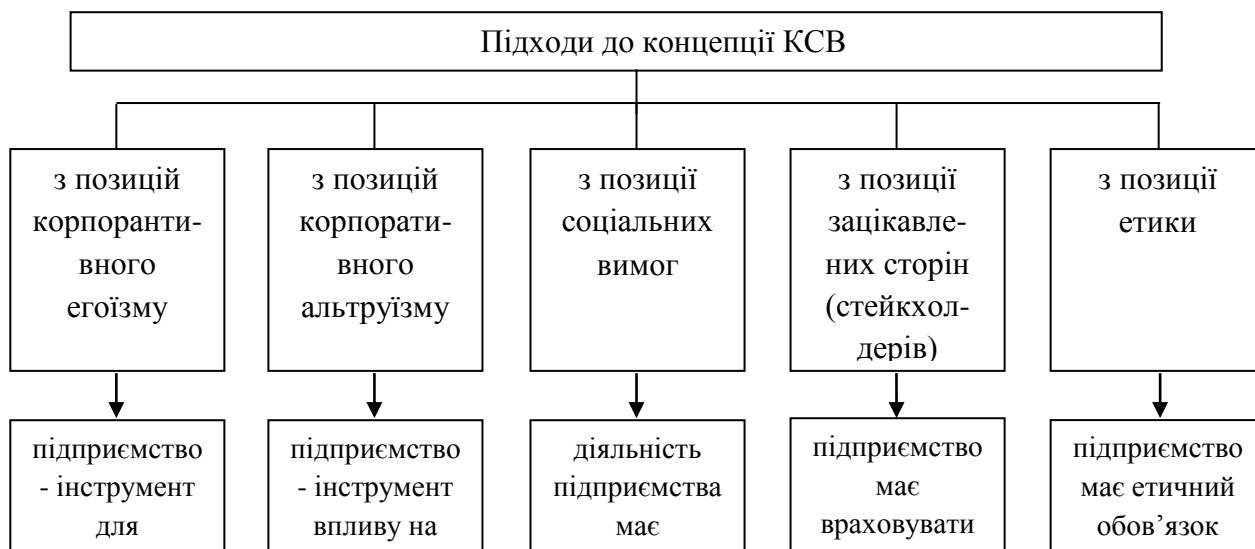


Рисунок 3. Підходи до концепції КСВ

Отже, для кращої візуалізації розглянутих підходів, їх було зведено в схему (рис. 2) та визначено роль підприємства для кожної позиції.

Список використаних джерел:

1. Савицкая Л. Корпоративна соціальна відповідальність виникає. Жертви чи вигоди? /Л.Савицкая // Новий менеджмент. – 2008. – №8. – С.20.
2. Конспект лекцій з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.studfiles.ru/preview/5350171>.
3. Бочарова Н.А. Оцінка ефективності функціонування підприємства з позиції різних зацікавлених груп / Бочарова Н.А. // Экономика транспортного комплекса. – 2011. – № 18. – С. 133–143. – Харків: «Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет».
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. — К.: Стандарт, 2005. — 302 с.