

# Корпоративна соціальна відповідальність

Виконала  
Студентка 3 курсу 1 групи  
ФАМ  
Маркетинг  
Юдіна Юлія

# Зміст

1. Поняття корпоративної соціальної відповідальності
2. Еволюція теорії корпоративної соціальної відповідальності
3. Комплексна синтезована модель корпоративної соціальної діяльності
4. Новітні тенденції розвитку теорії корпоративної соціальної відповідальності

# Поняття корпоративної соціальної відповідальності

- ▶ **Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)**, насамперед, це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають.
- ▶ У загальному розумінні КСВ це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.



КСВ передбачає діяльність як у внутрішньому, так і зовнішньому, середовищі організації:

### Внутрішнє середовище КСВ включає:

– стабільність заробітної плати;

– розвиток людських ресурсів через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації;

– безпеку праці

– надання допомоги робітникам в критичних ситуаціях.

### Зовнішнє середовище КСВ включає:

– спонсорство та корпоративну благодійність

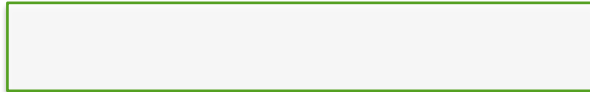
– сприяння охороні навколишнього середовища

– взаємодію з місцевою громадою та місцевими органами влади

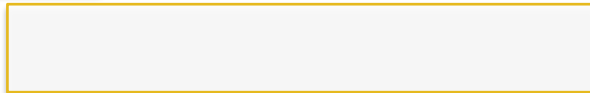
– відповідальність перед споживачами за якість товарів та послуг.

# Основними перевагами корпоративної соціальної відповідальності є:

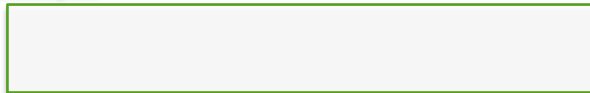
Поліпшення фінансових показників;



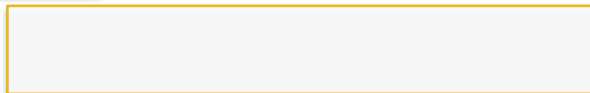
Поліпшення іміджу та репутації брендів;



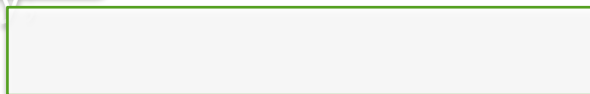
Підвищення продажу та лояльності споживачів;



Скорочення тиску з боку перевіряючих органів;



Зниження плинності кадрів, підвищення відданості персоналу;



# Еволюція теорії корпоративної соціальної відповідальності

- ▶ Науковці згрупували всі існуючі теорії та виділили чотири основні види підходів до концепції корпоративної соціальної відповідальності :

**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.

**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.

- ▶ **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.
  
- ▶ **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

- ▶ 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



Спонукає організацію до соціально корисних дій, формування нової якості життєдіяльності членів суспільства через добровільну участь у реалізації соц. Програм.

Потребує від ділової практики таких соціальних дій, які виправдовують сподівання суспільства

Пов'язана з додержанням вимог і норм, що містяться в чинних нормативно - правових актах

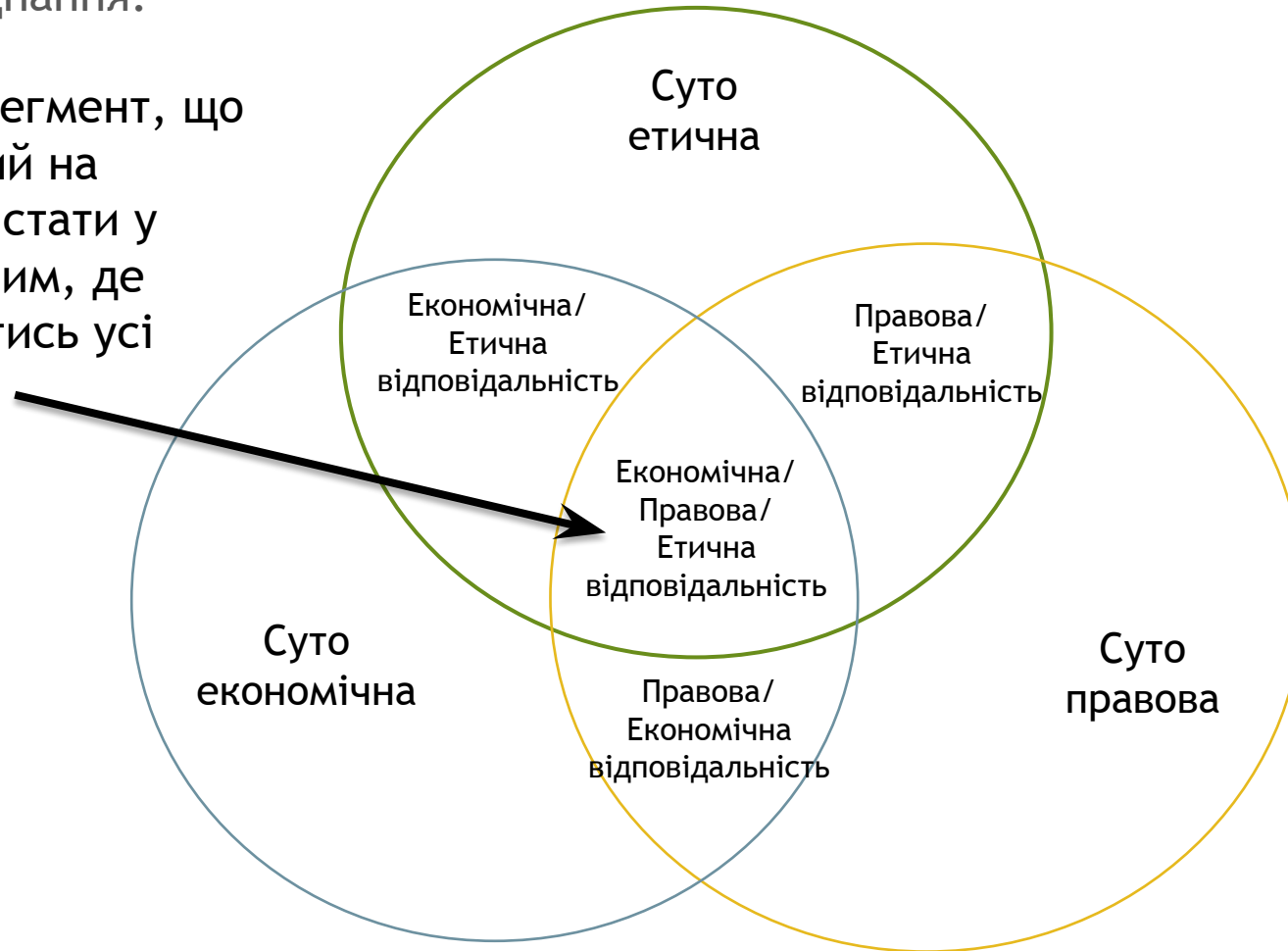
Визначається базовою функцією компанії на ринку товарів та послуг, на якому вона постає в ролі виробника.

*Піраміда корпоративної соціальної відповідальності*



- ▶ На думку А. Керолла і М. Шварца, нова інтерпретація моделі соціальної відповідальності бізнесу більш повно описує реалії сьогодення, а саме те, що лише окремі компанії одночасно реалізують усі типи соціальної активності і відповідальності, а більшість обмежується різними варіантами їх поєднання.

Центральний сегмент, що представлений на рисунку, має стати у перспективі тим, де мають опинитись усі компанії.



# Комплексна синтезована модель корпоративної соціальної діяльності

- ▶ Наступний етап у розвитку світової думки в царині соціальної відповідальності бізнес-організацій - це намагання створити комплексну модель, яка б об'єднала раніше опрацьовані теоретичні концепції та прикладні аспекти у якості елементів єдиної моделі до активізації соціально відповідальної поведінки.
- ▶ Пошук такої моделі здійснювався багатьма науковцями за різними напрямками. Втім найбільш вдалою, затребуваною як з боку наукового товариства, так і представників бізнес-структур, виявилася модель, втілена у концепції корпоративної соціальної діяльності (corporate social performance - CSP).
- ▶ Модель КСД в цілому набула завершеної форми у роботах Д. Вуд. Визначаючи достоїнства моделі КСД, запропонованої С. Вартіком і Ф. Кохреном, Д. Вуд звернула увагу на ряд її “вузьких місць” і чи не основне – спрощене розуміння категорії “діяльність”. Згодом Д.Вуд запропонувала свою цілісну модель корпоративної соціальної діяльності.

Принципи	Процеси	Політика
<p>Корпоративна соціальна відповідальність</p> <p>[1] Економічна [2] Правова [3] Етична [4] Дискреційна</p>	<p>Корпоративне соціальна сприйнятливість</p> <p>[1] Реактивна [2] Оборонна [3] Адаптивна [4] Проактивна</p>	<p>Вирішення суспільних проблем</p> <p>[1] Ідентифікація проблем [2] Аналіз проблем [3] Розробка проекту</p>
<p>Спрямовуюча сила</p> <p>[1] Суспільний договір [2] Корпорація як моральний агент</p>	<p>Спрямовуюча сила</p> <p>[1] Здатність до сприйняття суспільних проблем, що змінюються [2] Управлінський підхід до розробки способів сприйняття.</p>	<p>Спрямовуюча сила</p> <p>[1] Мінімізація ризиків [2] Впровадження ефективної корпоративної соціальної політики</p>
<p>Філософська орієнтація</p>	<p>Інституціональна орієнтація</p>	<p>Організаційна орієнтація</p>

- *Модель корпоративної соціальної діяльності С. Вартіка і Ф. Кохнера*

## Принципи корпоративної соціальної відповідальності

- Інституціональний принцип легітимності: Суспільство забезпечує бізнесу легітимність і наділяє його владою. У довгостроковій перспективі цю владу втрачають ті, хто, з точки зору суспільства, не використовують її відповідально.
- Організаційний принцип публічно-правової відповідальності: Організації у бізнесі відповідальні за ті результати, які відносяться до сфер їх первинної і вторинної взаємодії з суспільством.
- Індивідуальний принцип свободи управлінського вибору: Менеджери є моральними агентами. У кожній сфері корпоративної соціальної відповідальності вони зобов'язані використовувати наявну у них свободу вибору задля досягнення соціально-відповідальних результатів.

## Процеси корпоративної соціальної сприйнятливості

- Оцінювання середовища ведення бізнесу [контекст]
- Управління заінтересованими сторонами [діючі особи]
- Управління проблемами [інтереси]

## Результати корпоративної поведінки

- Вплив на суспільство
- Соціальні програми
- Соціальна політика

► *Модель корпоративної соціальної діяльності Д. Вуд*

# Новітні тенденції розвитку теорії корпоративної соціальної відповідальності.

- ▶ Характерною особливістю досліджень у царині КСВ, як уже зазначалось, є перехід від загальних теоретичних констатувань, філософських суджень щодо сутності, місця, ролі КСВ до розроблення управлінських технологій активізації соціально відповідальної поведінки, обґрунтування впливу практик КСВ на соціально-економічний розвиток організацій. Складником новітніх тенденцій у розвитку теорії КСВ є розгляд цього феномену крізь призму потенційних і реальних ресурсів організацій.



▶ На основі широкого масиву емпіричних даних доведено, що вплив практик КСВ на соціально-економічний розвиток організації *детермінований низкою обставин та інституціональних характеристик* економіки і суспільства.

### *1. Загальний рівень соціально-економічного розвитку і якість інституціонального середовища.*

- Результати досліджень, що представлені в сучасних наукових джерелах, переконують у тому, що позитивна кореляція між КСВ і економічними результатами діяльності компаній найбільше виявляється у високорозвинених економіках і суспільствах. Менш однозначним є вплив КСВ на економічні результати бізнес-структур, які функціонують в економіках і суспільствах, що

### *2. Специфіка ділового і соціального середовища, в якому функціонує або з яким стикається та чи інша компанія.*

- Ідеться про рівень інтегрованості в міжнародний бізнес, розміри компанії, рівень доходів і поінформованості споживачів, галузеву належність, рівень конкуренції тощо.

### 3. Диференційований характер зв'язку різних напрямів КСВ з параметрами економічної ефективності діяльності компанії.

- Останні дослідження на прикладі іноземних бізнес-структур висвітлюють вплив окремих напрямів КСВ на певні фінансово-економічні показники діяльності компанії. При цьому чимраз частіше акцент ставиться на тому, що на фоні загального позитивного впливу КСВ на економічну результативність напрями соціальної активності неоднаково діють на ті чи інші параметри фінансово-економічного стану.

### 4. Диференційований характер сили впливу КСВ на фінансово-економічні результати в коротко- і довгостроковому періодах.

- Дослідження, що проведені на прикладі великої кількості іноземних компаній різних видів економічної діяльності, свідчать, що соціальна активність і відповідальність компаній впливають на результативність їхньої діяльності здебільшого в *довгостроковому періоді*. При цьому КСВ «працює» на збільшення ринкової вартості компанії і на зниження ризиків.

### 5. Ціннісні орієнтири власника (власників) і топ-менеджерів.

- Розмаїття переконань, настанов, поглядів представників бізнес-структур на природу КСВ, її зв'язок з показниками результативності не може не позначатися на соціальній активності і соціально відповідальній поведінці. Останні значною мірою залежать від ціннісних орієнтирів тих, хто визначає корпоративну політику.

- ▶ Однією з новітніх тенденцій у розвитку теорії соціальної відповідальності загалом і корпоративної зокрема є наукове опрацювання феномену *консолідованої (спільної, комунітарної) соціальної відповідальності*. Філософські та теоретико-методологічні засади останньої пов'язані з тим, що інтереси забезпечення стійкої соціальної динаміки потребують, щоб соціально відповідальним був не окремий партнер, а всі учасники суспільної коаліції, які вправі очікувати від інших адекватної соціально відповідальної поведінки.
- ▶ Консолідована (спільна) соціальна відповідальність заперечує домінування індивідуального і колективного егоїзму, натомість передбачає *рівноцінну відповідальність* усіх соціальних партнерів. Так, бізнесова структура, яка виконує свій обов'язок перед власним персоналом, державою, громадою та постійно прагне підвищити свій внесок у соціальний розвиток організації, регіону, держави, вправі очікувати адекватної соціальної поведінки від інших партнерів по суспільній коаліції і, зокрема, від держави.



# Використані джерела

- ▶ 1. А. Колот стаття “Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів”. - К.: Аспекти праці, 2013.
- ▶ 2. Соціальна відповідальність бізнесу: Навчальний посібник / Авт. О.П. Гоголя, І.П.Кудінова. - Видавничий центр Національного університету біоресурсів і природокористування України.
- ▶ 3. Грицина Л.А. : Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємств

Дякую за увагу!