Тема 5. Концептуальні основи розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

1. Глобалізація і глобалістика: виникнення напрямків. Глобальні проблеми сучасності: основні поняття.
2. Соціальна відповідальність бізнесу: історична довідка, основні поняття і підходи.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: виникнення, основні поняття і підходи.

1. Глобалізація і глобалістика: виникнення напрямків. Глобальні проблеми сучасності: основні поняття.

Глобалізація господарської діяльності призвела до того, що на механізм світового господарства все більш помітний вплив стали надавати проблеми, про які світове співтовариство вперше заговорило наприкінці 60-х років XX століття.

Глобалізація - процес всесвітньої економічної, політичної і культурної інтеграції та уніфікації.

Інтеграція (від лат. Integrum - ціле; лат. Integratio - відновлення, заповнення) - згуртування, об'єднання політичних, економічних, державних і громадських структур в рамках регіону, країни, світу.

Уніфікація (від. лат. Unus - один, facio - роблю; об'єднання) - приведення до однаковості, до єдиної форми або системі.

Відомий американський вчений Пітер Ратленд (професор Університету Уеслі, Міддлтаун, Коннектикут, США) виділяє наступні ключові риси глобалізації та пов'язані з ними проблеми:

- **Революція в інформаційно-комунікаційних технологіях.** Вона скоротила час і відстань, нові технології (супутник, комп'ютер, мобільний телефон та ін.) породили стимул до гармонізації культурних цінностей.
- **Економічна революція.** Вона зумовила лібералізацію міжнародних відносин.
- **Поширення ліберальної демократії.** У деяких регіонах таке поширення наштовхується на опір радикального ісламського фундаменталізму або етнічного націоналізму. Оптимізм змінився зростаючим усвідомленням меж поширення демократії.
- **Локалізація: політика націоналізму.** Для глобалізації характерний процес адаптації нових технологій до місцевих умов. На політичному рівні глобалізацію супроводжує пожвавлення націоналістичних тенденцій. Наприклад, Польща, Угорщина, Чехія, Словенія країни Балтії продемонстрували успішну міжнародну інтеграцію та економічну лібералізацію з утвердженням національної ідентичності. Кожній країні доводиться шукати форми поєднання націоналізму, регіоналізму та економічного глобалізму.
- **Горизонтальні зв'язки.** Глобалізація не зводиться до уніфікованої культурі. Одні країни привносять в світову культуру свій внесок, інші сприймають поп-культуру «горизонтально». Не всі країни здатні зберігати здатність грати роль генератора культурних цінностей.
- **Регіоналізація.** Вона розвивається паралельно глобалізації, зростає число регіональних економічних і політичних угруповань.
- **Поляризація.** Одним із наслідків глобалізації є розкол і нерівність між країнами і всередині них. Доступ до нових інформаційних технологій отримує меншість населення, а більшість стає пасивним споживачем.

Перераховані вище проблеми отримали назву глобальних, а в науковий обіг був введений термін "глобалістика" як специфічний напрямок міжнародних економічних досліджень.

Глобалістика - аналітична дисципліна з поки ще розмитими контурами предмета дослідження. Звідси множинність досліджень, які віддають пріоритет в глобалістиці або політиці, або економіці, або соціології, або культурі.

Глобалістика - це сукупність наукових, філософських, культурологічних і прикладних досліджень різних аспектів глобалізації і глобальних проблем, у тому числі отримані результати таких досліджень та практичну діяльність по їх реалізації в економічній, соціальній, політичній сферах.

Глобалістика як самостійна наукова дисципліна почала складатися в 60-і роки - саме в цей час спостерігалося загострення екологічної обстановки, складність, різноманіття і динамічність епохи, її технократичний характер.

Формування глобалістики можна розділити на 4 етапи:

1. Кінець 60-х - початок 70-х років: цей етап був присвячений вивченню окремих глобальних проблем і не поєднував їх в цілісну систему.
2. Друга половина 70-х років: становлення найважливіших теоретичних напрямків і визначення рамок

об'єкта дослідження.

3. 80-і роки: здійснення спроб практичних дій, принцип: «Думати глобально, діяти локально».
4. 90-і роки: особливо гостро постають проблеми забезпечення безпеки, розвивається політична глобалістика. Важливою віхою періоду стала Конференція ООН з навколишнього середовища і розвитку (1992), на якій було висунуто концепція сталого розвитку.

Незважаючи на всю різноманітність глобальних проблем, вони мають загальну специфіку, що виділяє їх на тлі інших проблем світової економіки.

Така специфіка глобальних проблем полягає в тому, що вони мають ряд загальних ознак:

- Носять загальносвітовий характер, тобто зачіпають інтереси і долі всього (або, принаймні, більшості) людства;
- Погрожують людству серйозним регресом в умовах життя і подальшому розвитку продуктивних сил (або навіть загибеллю цивілізації як такої);
- Потребують термінового і невідкладного вирішення;
- Взаємопов'язані між собою;
- Вимагають для свого рішення спільних дій усього світового співтовариства.

Виходячи з цих ознак, до глобальних стали відносити такі проблеми світового господарства: подолання бідності та відсталості; проблема миру, роззброєння (демілітаризація), запобігання світової ядерної війни; продовольча; екологічна; демографічна проблеми і т.д.

Глобальні проблеми сучасності - це сукупність найгостріших, життєво важливих загальнопланетарних проблем, вирішення яких вимагає спільних зусиль країн світового співтовариства.

Глобальні проблеми сучасності породжені ходом попереднього суспільного розвитку, досягли надзвичайної гостроти до початку 21 століття в силу вкрай посиленої нерівномірності соціально-економічного, політичного, науково-технічного, демографічного, екологічного і культурного розвитку різних держав.

Відмінною особливістю цих проблем є їх комплексність, системність і загальність, що обумовлено зростаючою єдністю сучасного світу, посиленням взаємозв'язку і взаємозалежності складових його частин. Їх вирішення вимагає об'єднання зусиль усіх країн для подолання небезпеки. Глобальність даних проблем залежить від того, що вони так чи інакше стосуються всього людства і не можуть вирішуватися ізольовано одна від одної.

Всі глобальні проблеми умовно можна розділити на чотири групи:

1. соціально-політичні проблеми
2. соціально-економічні проблеми
3. соціально-екологічні проблеми
4. соціально-гуманітарні проблеми

1. Глобальні соціально-політичні проблеми.

Вони охоплюють комплекс питань, пов'язаних із забезпеченням миру і міжнародної безпеки.

2. Глобальні соціально-економічні проблеми.

В якості найбільш важливих можна виділити три проблеми:

- проблема економічної відсталості,
- демографічна проблема,
- продовольча проблема.

Проблема економічної відсталості.

Вона проявляється у величезній відсталості країн, що розвиваються, їх нездатності налагодити ефективне виробництво, забезпечити себе продовольством, ліквідувати жебрацтво, вирішити численні соціальні проблеми. Розрив за всіма соціально-економічними показниками між цими країнами і високорозвиненими державами досягає колосальних розмірів і продовжує збільшуватися.

Вирішення цієї глобальної проблеми вимагає:

- з одного боку, проведення широких прогресивних перетворень в найвідсталіших країнах, модернізації їхніх національних економік
- з іншого боку - надання дієвої допомоги цим країнам з боку світової спільноти, перегляду і списання частини зовнішніх боргів, надання безоплатних позик і пільгових кредитів, перебудови міжнародної торгівлі на більш справедливих принципах, створення і затвердження нового світового економічного порядку

Демографічна проблема.

В результаті «демографічного вибуху» у другій половині XX ст. світове населення більш ніж подвоїлося і склало на початок XXI ст. - 6 млрд. людей. При цьому більше 80% приросту населення

припадає на країни, що розвиваються в Азії, Африці та Латинській Америці. За деякими прогнозами, найближчим часом в цих країнах буде концентруватися більше 90% всього світового населення.

Подібна демографічна ситуація тягне за собою цілий ряд негативних наслідків: нерівномірність розподілу населення по відношенню до життєвих ресурсів, посилення руйнівного впливу на навколишнє середовище, перенаселення і зростання бідності в відсталих країнах, виникнення неконтрольованих міграційних потоків, погіршення умов життя людей.

Продовольча проблема.

«Демографічний вибух» особливо загострив продовольчу проблему в країнах, що розвиваються.

Вирішення цієї глобальної проблеми, перш за все, пов'язано зі створенням високоефективного сільськогосподарського виробництва в країнах, що розвиваються. Здійснення в них так званої «зеленої революції» (різкий підйом сільськогосподарського виробництва на основі широкого застосування передових технологій). Це дозволило б прогодувати населення в 2-рази більше нинішнього. Слід також мати на увазі, що сучасні можливості отримання продовольства в світі в цілому реалізуються далеко не повністю. Так, з усіх придатних для землеробства площ за прямим призначенням використовується лише 40%. Значно можна збільшити виробництво і видобуток продуктів харчування в Світовому океані. Нарешті, необхідно переглянути багато в чому несправедливу систему розподілу запасів продовольства в світі, розширити продовольчу допомогу економічно відсталим країнам.

3. Глобальні соціально-екологічні проблеми.

Ці проблеми висуваються сьогодні на перший план у зв'язку зі зростаючою небезпекою руйнування природного середовища проживання людини. Сучасна екологічна криза виражається в забрудненні повітряного і водного басейнів Землі, глобальну зміну клімату, знищення лісів, зникнення багатьох видів рослин і тварин, ерозії ґрунту, скорочення родючих земель.

Вирішення екологічних проблем передбачає розробку і здійснення природоохоронних програм на національному, регіональному та міжнародному рівнях. Особливого значення набувають спільні заходи країн щодо поліпшення складу атмосфери, збереженню озонового шару, раціонального використання природних ресурсів, встановлення міжнародних екологічних стандартів, впровадження безвідходних і природо-зберігаючих технологій і т.д.

Необхідна умова ефективності екологічної політики - створення природоохоронного законодавства, що передбачає відповідальність за його порушення і широку систему заходів, які спонукають до охорони навколишнього середовища (наприклад, введення податкових пільг для екологічно чистих виробництв).

4. Глобальні соціально-гуманітарні проблеми.

Вони охоплюють широке коло питань, що мають безпосереднє відношення до Людини. Це - матеріальна і духовна незабезпеченість життя; порушення прав і свобод особистості; фізичне і психічне нездоров'я людини; війни, насильство та ін. Стихійні лиха, локальні війни, міжнаціональні конфлікти призводять до справжніх гуманітарних катастроф.

Зростаючі потоки біженців, загальне число яких досягає в усьому світі 50 млн. осіб в рік створюють серйозні труднощі для багатьох країн: забезпечення величезних мас харчуванням, житлом, їх працевлаштування, небезпека поширення епідемій, злочинності, наркоманії і т.д. Значною мірою подібні проблеми породжує нелегальна міграція, яка захльостує процвітаючі країни світу.

Глобальні проблеми тісно переплетені між собою.

Усвідомлення зростаючих загроз спонукало багатьох вчених світу об'єднати зусилля для дослідження глобальних проблем і пошуку шляхів їх вирішення.

У 1968 році виник **Римський клуб** - міжнародна неурядова організація, яка об'єднує вчених, політичних та громадських діячів багатьох країн світу. Засновником цієї організації був італійський економіст, бізнесмен і громадський діяч - Аурелio Печчеї.

Аурелio Печчеї (1908 - 1984) - італійський вчений, який досліджував глобальні моделі розвитку людства, автор книг і документів з глобальної проблематики і концепції сталого розвитку. Був віце-президентом компанії «Olivetti», членом адміністративної ради компанії «Фіат».

Звичайно, реалізація програм і планів щодо вирішення проблем такого масштабу представляється вкрай складною справою. Перш за все, потрібні величезні фінансові кошти, якими не володіє світова спільнота. Деякі дослідники вважають, що вихід можна знайти у розвитку конверсії, скорочення військових витрат, перерозподіл коштів, що йдуть на утримання численних армій. Певні надії фахівці покладають на перебудову технологій, використання чистих джерел енергії, застосування ресурсозберігаючих виробничих циклів, перехід до екологічної економіки, яка передбачає витрати на охорону і відновлення навколишнього середовища.

2. Соціальна відповідальність бізнесу: історична довідка, основні поняття і підходи.

Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем. Тому особливо важливе значення сьогодні набуває соціальна відповідальність бізнесу (підприємництва) - підприємств і організацій, пов'язаних з розробкою, виготовленням і постачанням продукції і послуг, торгівлею, фінансами, оскільки вони володіють основними фінансовими та матеріальними ресурсами, що дозволяють вирішувати світові соціальні проблеми.

Будь-який бізнес створюється для отримання прибутку, але він реалізується не в вакуумі, а в певному середовищі і при певних обставинах, і може бути успішним тільки при чітких і зрозумілих правилах гри.

Створення таких правил гри є першочерговим завданням держави, але держава не всесильна. Вона має в своєму розпорядженні ті ресурси, які надали йому в розпорядження бізнес і суспільство. Суспільство, в свою чергу, повинно бути забезпечено робочими місцями, можливостями придбання професійних кваліфікацій, ростити здорових дітей, піклуватися про людей похилого віку. Це замкнене коло взаємних зобов'язань змушує формувати відносини партнерства «держава – бізнес – суспільство» і в рівній мірі нести зобов'язання один перед одним.

Поділ проблем на політичні та соціальні є тут в якійсь мірі умовним, так само як і учасники і сфери, де проблеми концентруються, тому що вирішення багатьох соціальних проблем знаходиться також в сфері політичних рішень (законодавство, державні соціальні програми та ін.).

Вплив суспільства на державні рішення реалізується через діяльність депутатів в парламенті, дії неурядових організацій (екологічні, правозахисні, професійні і т.д.).

Представники ділової спільноти беруть участь в створенні своїх професійних асоціацій і союзів для об'єднання зусиль в діалозі з державою і просування законодавчих ініціатив. В професійному середовищі вже сьогодні встановлюються свої правила корпоративної поведінки, які оформлюються у вигляді кодексів корпоративної поведінки та кодексів ділової етики, які відрізняються за формою і змістом, але в тій чи іншій мірі містять позиції з соціальної відповідальності бізнесу.

Соціальні й моральні зобов'язання компанії прийнято розглядати в парадигмі чотирьох рівнів відповідальності ділової організації:

1. Рівень економічної відповідальності відноситься до базової обов'язкової відповідальності, яку організація і її керівництво несуть перед власником (або власниками) і полягає в тому, щоб приносити прибуток, тобто виконувати своє основне призначення як інструмента бізнесу;

2. Рівень правової відповідальності – дотримання закону є обов'язком будь-якої організації, порушення якої спричиняє серйозні санкції з боку держави і його силових структур;

3. Рівень етичної відповідальності - полягає в погодженні моральних принципів суспільства й самої компанії. Погодженість відповідальності на цьому рівні – стає можливою якщо на неї не розповсюджується тверде формальне регулювання;

4. Рівень соціальної відповідальності - полягає в сприянні поліпшенню добробуту й підвищенню якості життя суспільства. Він перебуває на самій вершині піраміди відповідальності й не регулюється ніякими формальними або неформальними відносинами. Це - бажаний рівень відповідальності, що виправдовує соціальне існування організації

Історична довідка.

США.

Основи такого явища, як соціальна відповідальність бізнесу, були закладені ще в кінці 19 століття. У цей час найбільш відомим у світі благодійником і філантропом (філантропія - в перекладі з грецької мови: «phileo» - люблю, «anthropos» - людина, тобто любов до людства, благодійна діяльність, надання допомоги і покровительства незаможним, нужденним) вважався мультимільйонер Ендрю Карнегі, який створив свій статок на виробництві стали в США. У книгах, присвячених його біографії, значиться, що ця людина заробила за своє життя приблизно $ 400 млн. ($ 130 млрд. в перерахунку на сьогоднішні дні), з них $ 350. млн. роздав на благодійність ($ 114 млрд. в перерахунку на сьогоднішні дні) або близько 88% від усіх зароблених коштів. У 1900 році Е. Карнегі видав працю, де розписав доктрину капіталістичної благодійності, відповідно до якої прибуткові організації повинні жертвувати частину своїх коштів на благо суспільства.

Історія шанує ще одного найбільш прогресивного філантропа світу, найбагатшої людини в американській історії - Джона Рокфеллера. Він сформував величезну імперію благодійних організацій, що включає Чиказький університет, Коледж Спелмана, Університет Рокфеллера, Музей сучасного мистецтва, різні монастирі, Фонд Рокфеллера.

Європа.

У Європі більш активно обговорювати соціальну роль і відповідальність бізнесу почали в 1950-х рр. Це було обумовлено розвитком співробітництва між бізнесом і владою під час Другої світової війни. У цей період було опубліковано першу фундаментальну працю на тему соціальної відповідальності. Автор книги «Соціальна відповідальність бізнесмена» американський економіст Говард Боуен показав, наскільки бізнесу вигідна участь в соціальних програмах і які економічні вигоди від цього отримує суспільство. Автор сформулював доктрину соціальної відповідальності, як обов'язок бізнесменів проводити ту політику, приймати ті рішення і слідувати тим напрямкам діяльності, які бажані з точки зору цілей і цінностей суспільства.

В Європі утвердилося таке розуміння соціальної відповідальності бізнесу:

- Бізнес - як цивільна особа, повинен дотримуватися законів, норми суспільного життя;
- Бізнес - як виробник, повинен виробляти безпечні надійні товари, встановлювати справедливі ціни;
- Бізнес - як роботодавець, повинен піклуватися про матеріальне становище працівників, про недопущення їх дискримінації;
- Бізнес - як суб'єкт управління ресурсами, повинен ефективно використовувати ресурси і займатися тими територіями, на яких розташовано підприємство;
- Бізнес - як об'єкт інвестування, повинен захищати інтереси інвесторів та давати правдиву інформацію про своє становище;
- Бізнес - як конкурент, не повинен брати участь у нечесній конкуренції і необґрунтованому обмеженні конкуренції;
- Бізнес - як учасник соціального розвитку, повинен стимулювати і підтримувати інновації і визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих.

В цілому, соціальна відповідальність бізнесу - це відповідальність тих, хто приймає бізнес - рішення, перед тими, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Дане визначення соціальної відповідальності бізнесу швидше ідеальне, і не може бути повністю втілено в реальність хоча б тому, що прорахувати всі наслідки одного рішення просто неможливо.

Соціальна відповідальність бізнесу - це не правило, а етичний принцип, який повинен враховуватися при прийнятті рішення.

Якщо узагальнити визначення соціальної відповідальності бізнесу понад 50 міжнародними організаціями (Світовий Банк, ООН, Business for Social Responsibility, Caux Round Table, Corporate Citizenship International, European Academy for Business in Society, European Association of Communication Agencies (EACA), International Business Leaders Forum (IBLF), Market Opinion Research Institute (MORI), Social Accountability International, World Business Council for Sustainable Development), ***соціальна відповідальність як підхід до бізнесу має такий набір характеристик***:

- соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний вибір компанії в умовах зростаючої конкуренції і зниження довіри до бізнесу;
- соціальна відповідальність бізнесу виходить за рамки зобов'язань, визначених бізнесу законодавством, зі сплати податків, створення робочих місць і генерації прибутку;
- соціальна відповідальність бізнесу включає всіх членів місцевого співтовариства: бізнес, ЗМІ, владу, неприбуткові організації, населення, інвесторів тощо;
- соціальна відповідальність бізнесу – це не спосіб вирішити проблеми суспільства за рахунок бізнесу, а спосіб брати участь у розвитку того середовища, в якому бізнес працює;
- соціальна відповідальність бізнесу – це підхід до сталого розвитку з прямим (як правило, довгостроковим) впливом на фінансові показники компанії.

Аргументи на користь соціальної відповідальності:

1. Створюються сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи. Соціальні дії фірм поліпшують життя місцевого співтовариства або усувають необхідність державної участі. У довгостроковій перспективі вони можуть стимулювати прибуток, оскільки у споживачів, постачальників і місцевого співтовариства формується більш привабливий імідж компанії.

2. Зміна потреб й очікувань. Пов'язані із бізнесом соціальні очікування змінилися з 60-х років. Щоб зменшити розрив між новими очікуваннями й реальним відгуком компаній, їх залучення у рішення соціальних проблем стає й очікуваним, і необхідним.

3. Наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем. Оскільки бізнес має у своєму розпорядженні значні людські і фінансові ресурси, йому варто було б передавати їхню частину на соціальні потреби.

4. Моральне зобов'язання поводитися соціально відповідально. Компанія є членом суспільства, тому норми моралі також повинні управляти її поведінкою. Подібно до індивідуальних членів суспільства, компанія повинна діяти соціально відповідальним чином і сприяти зміцненню моральних основ суспільства. Більше того, оскільки закони не можуть передбачити всі випадки життя, поведінка керівництва компанії повинна відповідати нормам моралі, щоб підтримувати суспільство, засноване на законності.

Аргументи проти соціальної відповідальності:

1. Порушення принципу максимізації прибутку. Спрямування частини ресурсів на соціальні потреби знижує вплив принципу максимізації прибутку. Компанія веде себе в найбільшій мірі соціально відповідально, зосереджуючись тільки на економічних інтересах і залишає соціальні проблеми державним організаціям і службам, благодійним інститутам тощо.

2. Витрати на соціальне залучення. Засоби, спрямовані на соціальні потреби, для підприємства є витратами. В результаті, ці витрати переносяться на споживачів у вигляді підвищення цін.

3. Недостатній рівень звітності перед суспільством. Оскільки керівників не обирають, вони не є безпосередньо підзвітні широкій громадськості. Ринкова система добре контролює економічні показники компаній і погано — їх соціальну задіяність. До тих пір поки суспільство не розробить порядок прямої відповідальності йому компаній, останні не будуть брати участь в соціальних діях, за які вони не вважають себе відповідальними.

4. Недолік вміння вирішувати соціальні проблеми. Персонал любої компанії краще всього підготовлений до діяльності в сферах економіки, ринку і техніки. Він позбавлений досвіду, який дозволяє робити значні вклади в рішення проблем соціального характеру.

Висновок. Ключова роль і участь бізнесу у вирішенні завдань соціально-економічного розвитку створює стабільність і стійкість в суспільстві, що робить сам бізнес стабільним.

У багатьох відношеннях поняття соціальної відповідальності бізнесу є мостом між макро- і мікро- рівнем прийняття етичних рішень. В економічній теорії рішення на рівні фірми прийнято відносити до мікро- рівня (мікроекономіка), але в етиці бізнесу цілком обґрунтованим є їх розгляд на деякому проміжному рівні. Це пов'язано з тим, що, як правило, важливу роль у розвитку та підтримці соціальної відповідальності бізнесу відіграє держава. І навпаки: рішення фірми, що стосуються соціальних проблем, можуть у певних випадках впливати на державну політику. Більше того, в галузі соціальної відповідальності часто спостерігається свого роду "демонстраційний ефект". Отже, уявляється виправданим розглядати соціальну відповідальність бізнесу як свого роду міст між макро- і мікро рівнем прийняття етичних рішень.

Узагальнюючи наведене вище, **соціальну відповідальність бізнесу можна визначити як** добровільне зобов’язання бізнес організацій проводити таку політику, приймати такі рішення, розвивати такі напрямки діяльності, які є бажаними з точки зору цілей та цінностей суспільства.

3. Корпоративна соціальна відповідальність: виникнення, основні поняття і підходи.

Розуміння лідерами бізнесу своєї особливої, провідної, ролі у вирішенні соціальних проблем суспільства призвело до виникнення в кінці XX століття терміна «корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)», який став найважливішою складовою поняття про сталий розвиток не тільки бізнесу, а й людства в цілому.

Тема корпоративної соціальної відповідальності зараз є однією з найбільш обговорюваних в діловому світі. Це пов'язано з помітним зростанням ролі бізнесу в розвитку суспільства, а також підвищенням вимог до відкритості в діловій сфері. Багато компаній чітко усвідомили, що успішно вести бізнес, функціонуючи в ізольованому просторі, неможливо. Тому інтеграція принципу корпоративної соціальної відповідальності в стратегію розвитку бізнесу стає характерною рисою провідних компаній.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності **(Corporate social responsibility - CSR)**, її різні інтерпретації в світі відомі вже досить давно.

Концепція корпоративної соціальної відповідальності та її реалізація через соціально відповідальну поведінку зародилися в середині 20 століття в США.

У США концепція КСВ пройшла в своєму розвитку три етапи.

- Перший етап (60-ті - середина 70-х років XX століття) характеризується розквітом філантропії та благодійності. Ділова і соціальна активність в той період були розмежовані. Допомога виділялася переважно в натуральній і грошовій формі на основі особистих симпатій керівника.
- Другий етап (середина 70-х - початок 80-х років XX століття) характеризується становленням

стратегічної філантропії. В цей час бізнес починає пов'язувати вирішення соціальних проблем зі стратегічними цілями корпорації.

- Третій етап (кінець 80-х років XX століття) характеризується розвитком практики здійснення соціальних інвестицій. Зусилля комерційного, некомерційного та державного секторів в цей період починають об'єднуватися для вирішення конкретних соціальних проблем.

Прийнято вважати, що однією з перших спроб реалізації принципів соціальної відповідальності стала соціальна програма Генрі Форда, яку він здійснював в 1914 - 1920 роках. Основним пунктом програми було встановлення найвищої в той час оплати праці промислових робітників при дотриманні ними певних умов, а також будівництво малих підприємств в сільській місцевості.

Сьогодні можна констатувати появу цілком **сформованої концепції корпоративної соціальної відповідальності**, в процесі розвитку якої виникли **три її основні інтерпретації.**

Перша концепція КСВ (класична, традиційна) - теорія корпоративного «егоїзму» - підкреслює, що єдина відповідальність бізнесу - збільшення прибутку для своїх акціонерів.

Ця точка зору була оприлюднена Нобелівським лауреатом з економіки Мілтоном Фрідманом в 1970 році в статті «Соціальна відповідальність бізнесу - робити гроші». М. Фрідман побоювався, крім іншого, посилення впливу держави на бізнес з використанням КСВ як ефективного важеля тиску і надмірну «соціалізацію» корпоративного сектора. Прогноз надзвичайно актуальний в наші дні, особливо в США, Європі, Україні. Основним недоліком класичного підходу вважається тимчасова обмеженість. Якщо компанія в короткостроковому періоді несе додаткові витрати, то в довгостроковому виграє від покращення корпоративного іміджу і розвитку відносин з місцевою громадою. Зокрема, М. Фрідман відзначав: «Боротьба з бідністю не є функцією приватного бізнесу. Це справа держави. Наша справа - заробляти гроші для акціонерів і клієнтів в рамках закону. Інших обов'язків у нас немає. Ми платимо податки і більше нічого не винні нікому, крім Бога і совісті». На його думку, менеджери, які мають цілі інші, ніж максимізація прибутку, привласнюють собі роль невибраних вершителів політики. Тобто, не маючи законного права і достатньою компетентності, вони намагаються вирішувати питання і визначати шляхи розвитку суспільства, хоча цим повинні займатися політичні діячі. Ця позиція досі має своїх послідовників, наприклад, співробітник Інституту економічних досліджень (Лондон) Д. Хендерсон називає доктрину соціальної відповідальності бізнесу «оманливою» і «руйнівною», що базується «на сумнівних або помилкових припущеннях» і ведучою «до зростання витрат і погіршення результатів роботи».

Друга концепція КСВ - теорія корпоративного «альтруїзму», прямо протилежна теорії Фрідмана, з'явилася одночасно з його публікаціями.

Основна ідея цієї інтерпретації полягає в тому, що бізнес повинен не тільки дбати про зростання прибутку, але і робити все можливе для вирішення суспільних проблем, підвищення якості життя громадян та спільноти, а також охорони навколишнього середовища. Авторство цієї теорії належить Комітету з економічного розвитку (Committee for Economic Development). У рекомендаціях Комітету підкреслювалося, що «корпорації зобов'язані вносити значний вклад у поліпшення якості американського життя». Компанії не можуть відокремлюватися від соціальних проблем, оскільки є відкритими системами, активно беручи участь в лобіюванні законів та інших державних рішень, спонсоруючи різні партії та інші громадські об'єднання.

Третя концепція КСВ - теорія «розумного егоїзму». Вона будується на тому, що соціальна відповідальність бізнесу - не просто «хороший бізнес», оскільки скорочує довгострокові втрати прибутку. Витрати на соціальні та благодійні програми скорочують поточний прибуток, але в довгостроковій перспективі вони дають сприятливий соціальне оточення і, отже, стійкість прибутку. Філантропічні та спонсорські програми сприяють узаконеному зниженню оподатковуваної бази компанії і дають хороший «ефект публічності». Саме це є основним мотивом соціальної діяльності компанії.

Крім зазначених різновидів концепції КСВ, в 1990-х роках почав формуватися **інтегрований підхід до соціальної відповідальності**, в рамках якого благодійна і соціальна активність компаній стала у все зростаючій мірі концентруватися навколо будь-якої певної області, яка була безпосередньо пов'язана з основним напрямком діяльності компанії.

Такий підхід до розуміння сенсу соціальної відповідальності бізнесу отримав назву **соціально значущих напрямків діяльності** (Socially anchored competences). Головна його перевага полягає в тому, що він пом'якшує протиріччя між інтересами компанії та суспільства, використовуючи для цього весь набір доступних компанії інструментів, причому соціальні програми тут не розглядаються як джерела неефективних витрат.

Об'єднанням існуючих теорій є підхід, висловлений А. Кероллом, який запропонував трактувати **КСВ з позиції концепції обов'язків**. Формування КСВ А. Керолл подав у вигляді піраміди (рис. 1).

Рис. 1. Формування КСВ за А. Кероллом

В основі «піраміди» А. Керолла лежить **економічна відповідальність**, оскільки історично компанії створювалися як виробники товарів та послуг, що дозволяло забезпечувати потреби членів суспільства та 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.

Філантропічна (дискреційна) 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».

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.

Вперше **офіційне поняття «корпоративна соціальна відповідальність бізнесу»** прозвучало на Всесвітньому економічному форумі в Давосі в 1999 році в доповіді Генерального секретаря ООН Кофі Аннана «Розробка керівних принципів щодо ролі соціальної відповідальності приватного сектора».

Причини, що спонукали до розробки керівних принципів соціальної відповідальності:

- глобалізація;
- скорочення державного сектора в соціальній сфері;
- переміщення приватного капіталу через національні кордони (економічне ослаблення країн);
- значне зростання приватних активів і прибутку (вплив на процес прийняття політичних рішень).

В даному документі:

- введено визначення та поняття, що дозволяють сформулювати елементи соціальної відповідальності бізнесу, оцінити ступінь розвитку його форм;
- надано загальний огляд вжитих ініціатив (в першу чергу, розробки кодексів поведінки);
- сформульовано міжурядові підходи до соціальної відповідальності бізнесу;
- визначено механізми міжнародної стандартизації соціальної відповідальності бізнесу;
- надано висновки і рекомендації.

Згодом ООН ініціювала міжнародний рух в сфері дотримання прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища і боротьби з корупцією - так званий **Глобальний договір (пакт) ООН (Global Compact, 2000).**

Причини висунення ініціативи Глобального договору ООН:

- наростаючі темпи глобалізації супроводжуються зростанням соціальної напруженості;
- 500 найбільших міжнародних промислових корпорацій контролюють 25% світового обсягу виробництва і мають значний вплив на процеси світового розвитку;
- світовий бізнес має величезні ресурси і поруч із попередніми ініціативами, вже сформулював наміри про підвищення рівня соціальної відповідальності.

Сьогодні до Глобального договору ООН приєдналися сотні найбільших компаній з різних країн, у числі перших - США, Швейцарія, Норвегія. Приєднання до цього договору означає, що компанія вибудовує свій бізнес з урахуванням його основних принципів, роблячи їх частиною своєї корпоративної стратегії і культури, таким чином декларуючи свою соціальну спрямованість.

Для того щоб об'єднати зусилля підприємців з діяльністю профспілок, громадських організацій, державних органів і направити їх на підтримку і застосування універсальних принципів у сфері захисту прав людини, забезпечення стандартів роботи, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією, **в 2000 році був створений Глобальний договір ООН** (Global Compact).

Глобальний договір ООН - є волонтерською добровільною ініціативою і покликаний об'єднати соціально відповідальні компанії для обміну досвідом в реалізації різних програм.

Сьогодні Глобальний договір ООН – масштабний міжнародний рух, до якого приєдналося вже понад 4 тис. комерційних компаній і громадських організацій з більш ніж 100 країн, одна з найбільших в світі добровільних ініціатив в сфері КСВ.

Глобальний договір ООН є основою для представників ділових кіл, які бажають погоджувати свою діяльність і стратегії з **десятьма принципами** з області прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією, які отримали загальне визнання.

Десять базових принципів соціально відповідальних компаній:

Права людини

Принцип 1: Ділові кола повинні підтримувати та поважати захист проголошених на міжнародному рівні прав людини;

Принцип 2: Ділові кола не повинні бути причетні до порушень прав людини.

Трудові відносини

Принцип 3: Ділові кола повинні підтримувати свободу об'єднання та реальне визнання права на укладення колективних договорів;

Принцип 4: Ділові кола повинні виступати за ліквідацію всіх форм примусової та обов'язкової праці;

Принцип 5: Ділові кола повинні виступати за повне викорінення дитячої праці;

Принцип 6: Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері праці та зайнятості.

Довкілля

Принцип 7: Ділові кола повинні підтримувати підхід до екологічних питань, заснований на принципі обережності;

Принцип 8: Ділові кола повинні вживати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища;

Принцип 9: Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

Протидія корупції

Принцип 10: Ділові кола повинні протистояти всім формам корупції, включаючи вимагання і хабарництво.

Дотримання принципів КСВ відбувається на добровільній основі без членських внесків. Штаб-квартира в Нью-Йорку лише перевіряє компанії на предмет чистоти їх фінансових операцій.

Досить активно приєднуються до договору і українські бізнесмени: учасниками Глобального договору ООН вже є більше 90 вітчизняних компаній.

Український бізнес офіційно заявив про готовність сприяти вирішенню соціальних проблем не так давно.

У грудні 2005 року більше сотні громадських і комерційних організацій ініціювали створення Всеукраїнського громадського руху «Форум соціально відповідального бізнесу України». Тоді серед учасників Форуму налічувалося понад сто організацій з усіх регіонів України.

Навесні 2006 року лідери національних ділових кіл поставили свої підписи під Глобальним договором ООН. Перші підписанти договору, а це були переважно міжнародні та транснаціональні компанії, стали свого роду провідниками світових стандартів корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Вони взяли на себе дуже відповідальну роль: показати, як ефективно вести діалог між бізнесом, державою і суспільством. Втім, міжнародним компаніям значно простіше - концепція програми та механізм її реалізації «спускається» з головного офісу материнської компанії, де проекти соціальної відповідальності здійснюються вже десятиліттями.

Серед перших вітчизняних компаній, що відкрито заявили про свою соціальну відповідальність, були UMC («МТС»), «Київстар», «МакДональдз Україна», «Ніссан Мотор Україна», «Оболонь», «Сіменс Україна», «Системи швидкого харчування», «Тетра Пак», «ТНК - ВР» в Україні, «Укрсоцбанк», ГК «Фокстрот», «XXI Століття», «Ейвон Косметікс Юкрейн», «Ернст & Янг», Intel

Microelectronics, Leo Burnett Ukraine, «Євроіндекс» та інші. Як бачимо, першими про свою соціальну відповідальність заявили непромислові компанії, орієнтовані на масового споживача і мають велику кількість клієнтів. Висновок простий: приносячи користь суспільству, компанія завойовує нових споживачів і активно розвивається.

З моменту підписання Глобального договору ООН кількість його учасників з української сторони постійно збільшується. Але, на жаль, це той випадок, коли кількість ще не переросла в якість. В Україні, тільки кожен третій керівник великої вітчизняної компанії розуміє, що таке корпоративна соціальна відповідальність. Ніяких стандартів і правил КСВ українські бізнесмени до цих пір не виробили. Як і загальної концепції, що ж називати КСВ, а що - благодійністю.

Особливість у веденні КСВ

Представництвами міжнародних іноземних підприємств в Україні

Найчастіше КВС має досить обмежений фокус (наприклад, лише сфера освіти, здоровий спосіб життя чи охорона природи) відповідно до внутрішньої політики та розпоряджень із штаб-квартири.

Вітчизняними підприємствами

КСВ має дещо епізодичний характер і частіш за все представлена окремими акціями благодійного характеру

Але, позитивні здвиги є - найбільш прогресивна частина українського ділового співтовариства вже не вважає програмами КСВ одноразові благодійні акції.

Зараз приходить розуміння корпоративної соціальної відповідальності як системи управління ризиками в рамках довгострокової стратегії розвитку бізнесу.

В цілому, під КСВ мається на увазі встановлення прозорим і зрозумілим способом соціальних, природоохоронних та економічних підходів в області визначення цінностей, культури ведення операцій, прийняття рішень, формування стратегії компанії з метою використання їх в практичній діяльності для підвищення добробуту самої компанії і розвитку суспільства.

Однак, незважаючи на постійно зростаючу увагу до даного питання, єдиного загальноприйнятого розуміння соціальної відповідальності бізнесу (або корпоративної соціальної відповідальності) як і раніше не існує.

Оскільки бізнес відіграє головну роль в підвищенні добробуту суспільства, корпоративна соціальна відповідальність є центральним поняттям в системі менеджменту. Вона позиціонує компанії як з точки зору діючих ризиків, так і з позиції переваг і наданих їй можливостей, особливо щодо їх корпоративної репутації та широкого залучення до діяльності зацікавлених сторін - акціонерів, співробітників, споживачів, спільноти, постачальників, уряду, неурядових організацій, міжнародних і інших організацій, з якими пов'язана діяльність компанії.

Приклади благодійності іноземних компаній підтверджують їх системні підходи в цьому питанні, поширення світових знань в країнах присутності бізнесу. Сьогодні це вже приклади допомоги, яка виявляється не «за покликом серця», а є системним рішенням усунення тієї чи іншої проблеми суспільства.