

*Соціальна
відповідальність як
чинник стійкого
розвитку*



1. **Відповідальність та довіра.**
2. **Визначення морального статусу корпорації**
3. **Підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу»**
4. **Аргументи «за» і «проти» соціально відповідальної поведінки корпорацій**
5. **Основні моделі соціальної відповідальності**
6. **Корпоративна соціальна відповідальність як елемент концепції сталого розвитку**

1. Відповідальність та довіра.

Відповідальність – це гарантоване суспільством і державою ставлення, що забезпечує дотримання інтересів і свобод взаємопов'язаних сторін. Вона включає в себе три складові частини: усвідомлення боргу, оцінку поведінки і накладення санкції.

Відповідальність має такі характеристики:

1) носить історичний характер;

2) встановлює взаємну залежність індивідів один від одного у виконанні взаємних вимог і передбачає певні дії;

3) безпосередньо пов'язана із правовими відносинами;

4) націлена на необхідність виконання певного обов'язку;

5) стосується виконання цього обов'язку не лише індивідами, а й соціальними групами, державою, тому визначається як соціальна відповідальність;

6) спрямована на розв'язання проблеми забезпечення соціальної справедливості.

Рівні відповідальності:

1) пізнавальний рівень;

2) аксіологічний рівень;

3) інструментально-корегуючий рівень;

4) практичний рівень.

Довіра є виникаюче в рамках певного співтовариства очікування того, що члени даного співтовариства будуть поводитися нормально й чесно, проявляючи готовність до взаємодопомоги відповідно до загальновизнаних норм

Ф. Фукуяма «Довіра. Соціальні чесноти та творення добробуту»

Типологічні прояви довіри за джерелами виникнення:

1. довіра, що базується на позаекономічній загрозі покарання, коли одна сторона впевнена в надійності іншої, оскільки втрати від санкцій за порушення довіри значно перевищують вигоди від опортунізму;
2. довіра, що базується на розрахунку, тобто на раціональному виборі – характеристиці взаємодій на основі економічного обміну, вона виникає внаслідок того, коли довіритель усвідомлює, що інша сторона має намір здійснити вигідну їй дію;
3. довіра, що базується на відносинах, яким характерна повторювана взаємодія між сторонами, коли основну інформацію для формування довіри довіритель отримує від тривалого позитивного досвіду самих відносин;
4. довіра, що базується на інститутах, що діють як механізми реалізації довіри, тобто індивід довіряє інституту, а інститут потім вирішує, хто в зоні його компетенції вартий такої довіри.

2. Визначення морального статусу корпорації

*Корпорація являє собою штучне утворення,
невидиме, невідчутне, таке, що існує лише у
припущенні права; воно має лише ті
властивості, які або виразно надає йому
статут, або притаманні самому його
існуванню*

Визначення Верховного суду США 1819 р.

Рішення, прийняті в організаціях,
є атрибутами цих організацій, а
не конкретних "приймаючих
рішення" індивідів.

Дж. Ладд "Мораль і ідеал раціональності
у формальних організаціях" 1970

Корпоративні «наміри» втілюються у «внутрішній корпоративній структурі прийняття рішень» (corporations internal decision making structure – CID). CID структура містить у собі два основних компоненти: 1) власне організаційну структуру компанії, що задає позиції та рівні розподілу відповідальності в корпоративній ієрархії; 2) правила визнання прийнятих рішень, зазвичай вбудовані в «корпоративну політику». Відповідно, рішення є корпоративним, тобто таким, що відображає її «наміри», у тому випадку, якщо воно прийнято в рамках організаційної структури корпорації та відображає її політику.

French P. 1979. The corporation as a moral person.
American Philosophical Quarterly 16 (3): 207–215.

3. Підходи до визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу»

«До чорта народ! Я працюю на акціонерів»

Уїльям Вандербілд

Ендрю Карнегі вклав понад 350 млн дол. у соціальні програми і побудував понад 2000 публічних бібліотек.

Джон Д. Рокфеллер пожертвував 550 млн дол. і заснував фонд Рокфеллера, кошти якого використовуються для розв'язання соціально значущих проблем у сфері економіки, науки, культури.

Соціальна відповідальність
бізнесмена полягає у "реалізації
тієї політики, прийнятті таких
рішень або проведенні такої лінії
поведінки, які були б бажані з
позицій цілей і цінностей
суспільства

Г. Боуен "Соціальна відповідальність
бізнесмена", 1953 р.

У...(вільній) економіці у бізнесу існує
одна, і тільки одна, соціальна
відповідальність – використовувати свої
ресурси і виконувати дії, що направлені
на збільшення його прибутків до того
часу, доки це відповідає правилам гри,
тобто, приймати участь у відкритій і
вільній конкуренції без обману і
шахрайства

«Капіталізм та свобода» М. Фрідмен

"...висловлювання бізнесменів з приводу соціальної відповідальності... можливо, приносять їм у короткостроковій перспективі престиж. Однак це дозволяє підсилити і без того переважаючу думку про те, що гонитва за прибутком є нечистою та аморальною справою, і її необхідно стримувати та контролювати за допомогою зовнішніх сил".

The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits by Milton Friedman *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company.

СВБ – відповідність економічним,
правовим, етичним і дискреційним
очікуванням, що висуваються
суспільством до організації на даний
період

Carroll Archie B. The Pyramid of Corporate Social
Responsibility: Toward the Moral Management of
Organizational Stakeholders, Business Horizons,
July-August 1991

Третє завдання менеджменту полягає в управлінні соціальним впливом і соціальною відповідальністю свого підприємства. Організація не може існувати у вакуумі. Кожна установа розглядається як складова частина суспільства і працює для цього суспільства. Комерційні підприємства не будуть в цьому сенсі винятком. Існування вільного підприємництва не може виправдовуватися тільки тим, що воно корисне для економіки; вільне підприємництво повинно приносити користь суспільству.

Peter Ferdinand Drucker The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management

Корпоративна соціальна
відповідальність - це вільний вибір
компанії на користь зобов'язання
підвищувати добробут суспільства,
реалізуючи відповідні підходи до
ведення бізнесу і виділяючи
корпоративні ресурси

Філіп Котлер

Соціальна відповідальність – це
спроба вирішити соціальні
проблеми, які повністю або
частково спричинені діяльністю
компаній

Х. Гордон Фітч

СВБ – заходи, які добровільно приймає компанія для того, щоб вся її діяльність йшла на благо навколишнього середовища, її працівників і суспільству, у якому вона функціонує. ...Вона є важливим доповненням національного законодавства, що сприяє внесенню максимально можливого внеску бізнесу в стійкий розвиток

ООН

Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства у соціальній, економічній та екологічній сферах, що напряду пов'язана з основною діяльністю компанії і виходить за межі визнаного законом мінімуму

Я.А. Жаліло

4. Аргументи «за» і «проти» соціально відповідальної поведінки корпорацій

- порушується принцип максимізації прибутку;
- витрати на участь у соціальних програмах;
- недостатній рівень звітності для широкої громадськості;
- недостатність досвіду у розв'язанні соціальних проблеми.

Переваги від СВ

- формується більш привабливий образ організації в суспільстві;
- зростає довіра до організації;
- збільшуються товарообіг, кількість клієнтів і т.д., обумовлені поліпшенням ставлення до організації;
- з'являється можливість одержати більш вигідні замовлення;
- завдяки авторитетові організація може проводити більш активну, ефективну політику в суспільстві, розширюючи свою діяльність, зокрема ринки збуту;
- з'являється можливість домогтися зниження місцевих податків і т.д.

Переваги впровадження соціальної відповідальності в бізнесі

Для бізнесу	Для суспільства	Для держави
можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю	можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю	можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю
забезпечення суспільної репутації організації, поліпшення іміджу	удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення	вирішення частини ключових соціальних проблем
зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг	можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери	збереження і використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону
зростання професіоналізму і утримання кадрового потенціалу на підприємстві	можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів	можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери
забезпечення лояльності персоналу компанії	розвиток соціальної і творчої активності населення	розвиток соціальної і творчої активності населення
можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці	створення соціальних ресурсів виробничої діяльності	відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти як фактор посилення іміджу держави
зростання вартості нематеріальних активів	збільшення матеріальної бази, що обкладається податком, та сплата податків	збільшення матеріальної бази, що обкладається податком, та сплата податків

Недоліки впровадження соціальної відповідальності в бізнесі

Для бізнесу	Для суспільства	Для держави
порушення принципу максимізації прибутку. (направлення частини ресурсів на соціальні потреби знижує вплив даного принципу)	недостатній рівень звітності широкій публіці	Вилучення коштів на соціальні програми за рахунок зменшення бюджетів економічних програм
витрати на соціальну залученість (засоби, що направляються на соціальні потреби, є для підприємства витратами)	перенесення витрат на заходи соціальної відповідальності на споживачів у вигляді підвищення цін	
недолік уміння вирішувати соціальні проблеми (персонал підприємств, як правило, позбавлений досвіду роботи з даними питаннями)	перенесення відповідальності за вирішення соціальних проблем на сферу бізнесу	

Типологія підходів до соціальної відповідальності бізнесу

Ініціатор		
Акцент	Знизу ввверх (ініціатива бізнесу)	Зверху вниз (ініціатива уряду)
Соціальна відповідальність	(1) Соціальна відповідальність між бізнесом і суспільством	(3) Соціальна відповідальність між урядом та бізнесом
Відповідальність на рівні ринку праці	(2) Соціальна відповідальність в бізнесі	(4) Соціальна відповідальність між політикою зайнятості та бізнесом

Аналіз розбіжностей у визначенні КСВ у США та країнах Європи

Ознаки розбіжностей	США	Країни Європи
Час виникнення	Біля 100 років тому	30-35 років тому
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
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
Позиція бізнесу	Соціальна відповідальність у тій мірі, яка дозволить збільшити вартість компанії	Ініціативність в межах закону; усвідомлення своєї ролі в соціально-економічних процесах
Основні форми СВБ	Програми і плани компаній, розроблені спільно з громадянами, спрямовані на поліпшення умов праці та соціальні гарантії працівників	Соціальні програми, розробка соціальних стандартів та соціальна звітність

Міра соціальної відповідальності	Законодавчо не врегульована	Чітке законодавче окреслення норм і нормативів соціальної відповідальності
Роль держави	Співпраця з місцевими органами влади; відносно низькі ставки податків	Відносно високий рівень втручання держави; високі ставки податків
Позиція громадянського суспільства	Активне співробітництво	Активна; недовіра до приватного бізнесу
Форма контролю СВБ	Суспільний	Державний і з боку громади

Д. Кемпбел виділив чотири типи
корпорацій:

1. соціально-обструкціоністські;
2. соціально-слухняні;
3. соціально-доброзичливі;
4. соціально-конструктивні.

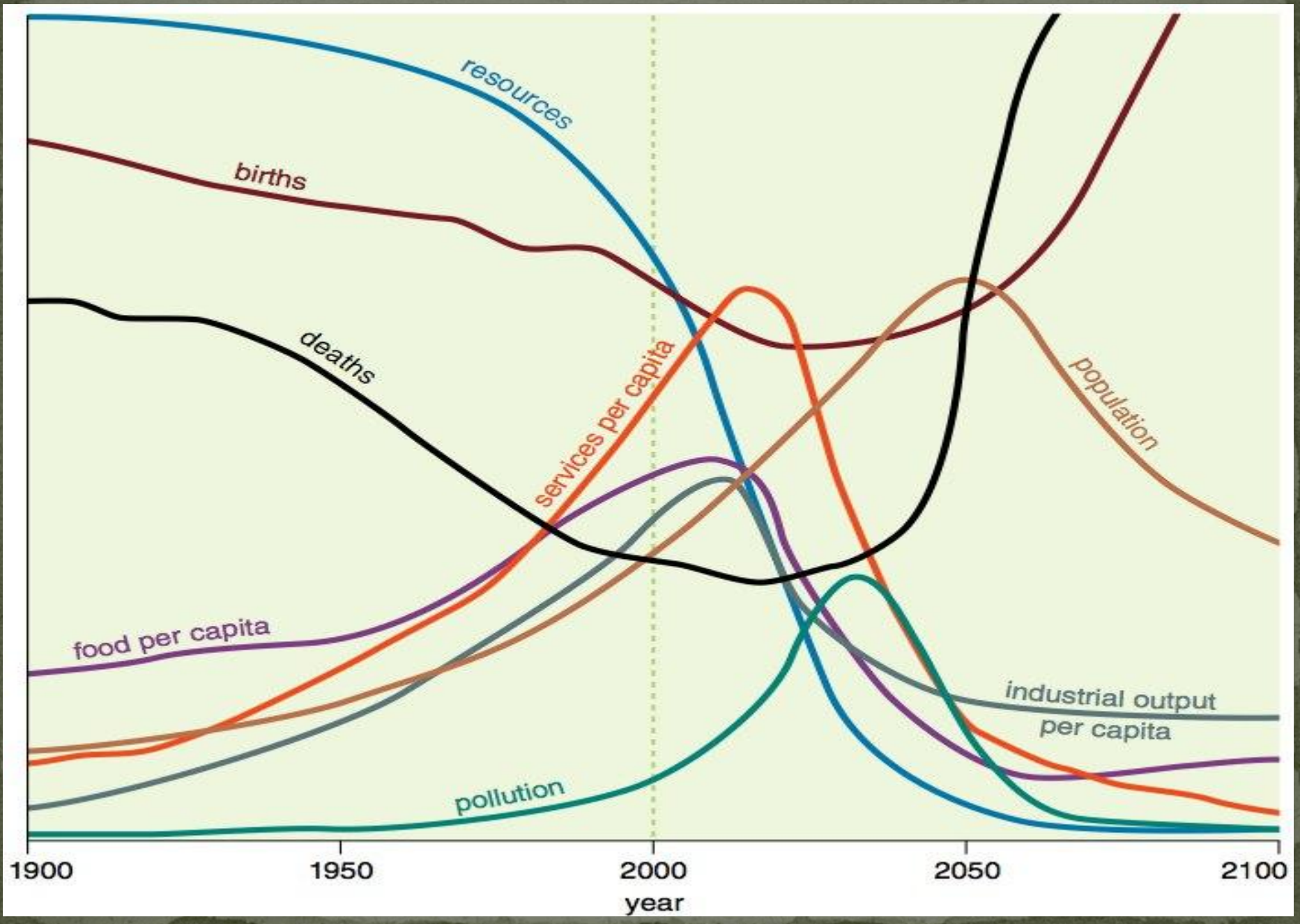
6. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент концепції сталого розвитку

Якщо зростання населення не контролюється, то воно відбувається за законами геометричної прогресії, а засоби для існування людини зростають лише за законами арифметичної прогресії"

Томас Мальтус ("An Essay on the Principle of Population") 1798

Джон Мілль ,1848 р.

"зростання влади людини над природою" та "необхідності регулювання державою народжуваності задля гарантування зайнятості й достойної заробітної плати всім, хто народився".



Метою сталого розвитку є –
"задоволення потреб нинішнього
покоління без шкоди для
можливостей майбутнього
покоління задовольняти свої
власні потреби".

Сталий розвиток включає в себе два ключових взаємопов'язаних поняття:

1. поняття потреб, в тому числі пріоритетних (необхідних для існування найбільш вразливих верств населення);
2. поняття обмежень (що зумовлені станом технології та організацією суспільства), що накладаються на можливість навколишнього середовища задовольняти теперішні і майбутні потреби людства.

Ієрархічно взаємопов'язані проблеми, з рішенням яких пов'язаний сталий розвиток

1) сталого масштабу економіки, який би відповідав її екологічній системі життєзабезпечення;

2) справедливості розподілення (*distribution*) ресурсів та можливостей не тільки в рамках нинішнього покоління людей, але також між нинішнім та майбутніми поколіннями, а також між людиною та іншими біологічними видами;

3) ефективного розподілу (*allocation*) ресурсів у часі, який би адекватно враховував природній капітал.