

ЕВОЛЮЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

асистент **Коваленко Є.В.**

Сумський державний університет (Україна)

Корпоративна соціальна відповідальність як концепція, присвячена дослідженню взаємовідносин і відповідальності бізнесу перед суспільством, має довгу історію. Корпоративна соціальна відповідальність поєднує кілька напрямів наукових досліджень, зокрема, економічну теорію, політичні науки, менеджмент, соціологію та філософію. Взаємовідносини між бізнесом і суспільством і розвиток на цій основі підприємницької відповідальності можна прослідкувати протягом багатьох століть.

Переважним підходом до розуміння відповідальності бізнесу до середини 20 століття було зобов'язання створювати прибуток для своїх власників (ціна або спосіб одержання прибутку не мали жодного значення). Повна відсутність державного втручання у приватний сектор видається дивною у сучасних умовах, але в період початку індустріальної революції це було звичним явищем. Пізніше уряди різних країн почали встановлювати певні рамки для діяльності бізнесу, результатом яких стало державне регулювання економічної, соціальної та екологічної відповідальності учасників економічних відносин. Проте ще до початку 19 століття економічні, політичні і соціальні права найманих працівників залишались у зародковому стані. З середини 19 століття під тиском суспільства відбувається поступовий розвиток прав і свобод найманого персоналу, усвідомлення ролі і відповідальності бізнесу у суспільстві суттєво змінюється. В результаті формується сучасне розуміння соціальної відповідальності бізнесу, яке стає провідною концепцією у теорії і практиці сталого розвитку як на мікро-, так і на макрорівні.

Корпоративна соціальна відповідальність як об'єкт наукових досліджень набула актуальності у 1960-х роках. Саме в цей період науковці почали чітко наголошувати, що відповідальність бізнесу є значно ширшою, ніж виконання законів і одержання прибутку. Зокрема, корпорації мають цікавитись політичними процесами, добробутом громади, задоволеністю найманих працівників та усього суспільства. Бізнес починає сприйматись як важлива складова суспільства, нарівні з громадою і окремим громадянином. Такий підхід поступово поглиблює поняття соціальної відповідальності бізнесу, відокремлює таких два напрями як зовнішня і внутрішня відповідальність. Це закладає основи для розвитку таких течій у складі концепції КСВ як соціальна відповідність вимогам, бізнес етика, теорія стейкхолдерів, які одержали широкий розвиток впродовж наступних десятиліть.

У 1990-х дослідження корпоративної соціальної відповідальності значно поглиблюються, а сфери практичного застосування теоретичних розробок суттєво розширюються, що сприяє появі таких напрямів як соціальна продуктивність та корпоративне громадянство. На цьому етапі корпоративна соціальна відповідальність стає об'єктом уваги у політичних процесах, важливим економічним інструментом для забезпечення регулювання на регіональному, національному та глобальному рівні. Так, прийнята в 1992 р. конференцією ООН з питань зовнішнього середовища і розвитку Програма 21 містила численні згадування про відповідальність, етичний менеджмент, роль бізнесу у суспільстві. В цей час значний інтерес до корпоративної соціальної відповідальності як до інструменту політико-економічного регулювання проявляється як в окремих європейських країнах (Нідерланди, Данія, Німеччина), так і на рівні Європейського Союзу в цілому. Результатом стала поява низки міжнародних стандартів соціальної відповідальності, розробка засад національної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності у провідних країнах світу, включення питань корпоративної соціальної відповідальності у порядок денний міжнародних організацій, збільшення фінансування досліджень з питань корпоративної соціальної відповідальності за рахунок державних та недержавних джерел. Внаслідок посилення тиску громадськості щодо підвищення підприємницької відповідальності бізнес зайняв проактивну позицію: КСВ перетворилась на інструмент забезпечення підвищених суспільних очікувань і спосіб захисту корпоративної репутації і бренду.

Отже, посилення тенденцій прагнень суспільства до регулювання корпоративної соціальної поведінки сприяло появі низки течій і теорій КСВ, еволюції розуміння соціальної відповідальності бізнесу, створенню міжнародних стандартів і різноманітних інструментів державного регулювання, були розроблені основи державної політики у сфері відповідальності бізнесу. Також підприємства почали використовувати КСВ як обов'язкову складову стратегічного управління, яка сприяє підвищенню ефективності бізнесу і його сталому розвитку.

Коваленко, Є.В. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Є.В. Коваленко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 173-174.