

ОСТАПЧУК Юрій,

магістрант ФС-540 факультету лінгвістики та соціальних комунікацій Національного авіаційного університету

КОРПОРАТИВНА ЕТИКА І ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

З кінця 80-х років ХХ століття у багатьох західних країнах та компаніях отримала підтримку та розвиток філософія корпоративної соціальної відповідальності.

Щоб зрозуміти місце та роль соціальної відповідальності в сучасному корпоративному управлінні, спочатку звернемося до історії виникнення та розвитку цього явища, а потім проаналізуємо його основні елементи.

Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» сформувалося у світі в цілому порівняно недавно, близько 40 років тому. До цього періоду існували різні стандарти та правила в галузі корпоративного управління, які полягали в описі кадрової політики, підходів до охорони навколишнього середовища, корпоративної етики, взаємовідносини з конкурентами, обов'язки щодо суспільства та держави.

У науковій літературі корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) розглядають як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству і сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного.

Під корпоративною етикою розуміють систему норм і правил поведінки, які регулюють відносини між співробітниками, керівництвом, клієнтами, партнерами та суспільством в цілому в рамках корпоративної культури.

Серед основних виділяють п'ять основних рівнів корпоративної соціальної відповідальності:

- відповідальності компанії у взаєминах з партнерами;

- відповідальність по відношенню до споживачів;
- відповідальна політика щодо працівників;
- екологічна відповідальність;
- відповідальності компанії перед суспільством в цілому.

Одним із видатних учених, які детально досліджували це поняття, був А. Керолл. Він запропонував трактування корпоративної соціальної відповідальності, яке припускає відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним (філантропічним) очікуванням, що пред'являються певній організації суспільством у даний період [2].

Щодо форм здійснення політики корпоративної соціальної відповідальності, то багато керівників компаній розуміють, що соціальна відповідальність не є чистою благодійністю або піар-кампанією, а служить системою управління ризиками, спрямованою на довгостроковий розвиток бізнесу. Деякі компанії фокусуються тільки на одному компоненті концепції корпоративної соціальної відповідальності, наприклад, екологічної політики чи соціальних програм для місцевого співтовариства. Інші ж прагнуть включити філософію соціальної відповідальності у всі напрямки своєї діяльності. Це зазвичай великі компанії.

Корпоративна етика та соціальна відповідальність базуються на принципах поваги до людської гідності, справедливості, чесності, довіри та співпраці. Корпоративна етика та соціальна відповідальність сприяють підвищенню репутації компанії, зміцненню довіри до неї з боку стейкхолдерів, покращенню мотивації та лояльності співробітників, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності роботи компанії. Це своєю чергою вимагає розробки та впровадження відповідних стратегій, політик, стандартів та практик, а також контролю та оцінки їх виконання та результатів.

Отже, політика соціальної відповідальності стає і складовою оцінки діяльності та успішності корпорацій (компаній). Соціальна відповідальність бізнесу сьогодні – це багата суспільна практика. Великі сучасні корпорації усвідомлюють соціальну

відповідальність і щодо своїх працівників, і щодо суспільства загалом.

Відповідальність як соціальна дія, націлена на благо суспільства в цілому: охорона довкілля, боротьба з бідністю та хворобами тощо, тоді стає дійсною дією сучасної корпорації, коли вона приносить їй додаткові дивіденди в конкурентній боротьбі. КСВ передбачає стійкий баланс корпорації між її інтересами в економіці, охороною навколишнього середовища та вирішенням поточних соціальних питань усередині корпорації та за її межами. Як наслідок такі зусилля призводять до сталого розвитку компанії. Стійкий розвиток корпорації – це сучасна управлінська філософія, яка передбачає, що будь-яке управлінське рішення приймається з урахуванням економічного, соціального та екологічного ефекту.

Список літератури

1. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. Vol. 38 (3). P. 268–295