

DOI: 10.5281/zenodo.3805683

UDC: 336.64

JEL: M14

## CONCEPTUAL PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Olha O. Trut, Doctor of Economics, Professor  
Lviv University of Trade and Economics, Department of Management, Lviv, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-4131-843X  
Email: [menedgment@lute.lviv.ua](mailto:menedgment@lute.lviv.ua)

Kateryna P. Liashuk,  
Khmelnitskyi Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi, Ukraine  
ORCID: 0000-0001-8179-1251  
Email: [lyashuk215@ukr.net](mailto:lyashuk215@ukr.net)  
Received 16.08.2019

*Трут О.О., Ляшук К.П. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності. Оглядова стаття.*

У статті досліджено основні теоретичні підходи до визначення понять відповідальності, соціальної відповідальності, корпоративної соціальної відповідальності; проведено аналіз тлумачення поняття соціальної відповідальності, виділено особливості сприйняття даного поняття як індивідуальної відповідальності та відповідальності підприємства перед суспільством; розмежовано поняття соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності; сформульовано основні базові концепції корпоративної соціальної відповідальності; вивчено генезис базових концепцій корпоративної соціальної відповідальності, визначено основні напрями досліджень науковців та основні положення концепцій; визначено принципи впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності в діяльність підприємств.

*Ключові слова:* соціальна відповідальність, суспільство, стейкхолдери, концепція.

*Trut O.O., Liashuk K.P. Conceptual principles of corporate social responsibility. Review article.*

The main theoretical approaches to the definition of responsibility, social responsibility concepts, corporate social responsibility are investigated; the analysis of the interpretation of the concept of social responsibility is carried out, the features of perception of this concept as individual responsibility and responsibility of the enterprise to society are highlighted; the concepts of social responsibility and corporate social responsibility are differentiated; the basic concepts of corporate social responsibility is outlined; genesis of basic concepts of corporate social responsibility is studied, basic directions of research and basic provisions of concepts are determined; the principles of introduction of corporate social responsibility practices in the activity of enterprises are defined.

*Keywords:* social responsibility, society, stakeholders, concept.

Двадцять перше століття стало періодом активного розвитку і впровадження практик корпоративної соціальної відповідальності в бізнес середовище. Проблематика запровадження корпоративної соціальної відповідальності в практику українського підприємництва та її теоретичне осмислення неможливе без аналізу процесів її генезису. До сьогодні єдиного і однозначного визначення поняття соціальної відповідальності в міжнародній практиці не існує. Огляд наукових праць визначає різноманіття поглядів на дане явище. В умовах стрімкого розвитку бізнесу в нашій державі важливо дослідити основні концептуальні засади соціальної відповідальності, проаналізувати розвиток теоретичних положень існуючих базових концепцій корпоративної соціальної відповідальності та узагальнити основні підходи до визначення таких понять як «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність».

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження понять соціальної відповідальності, корпоративної соціальної відповідальності та їх основних концептуальних засад опираються на світові напрацювання. Дослідженнями цього питання займалися у різні часи видатні зарубіжні та вітчизняні науковці М. Фрідмен (Friedman M.), Г. Боуен (Bowen H.), К. Девіс (Davis K.), А. Керолл (Carroll A.), А. Колот, Ю. Благоевич, Л. Матвійчук.

Аналізуючи роботи науковців, варто зауважити, що не зважаючи на широке коло наукових досліджень з питань соціальної відповідальності, надзвичайно важливо вивчити та врахувати ті оптимальні фактори, які дали б можливість прогресивного розвитку соціальної відповідальності в бізнес середовищі нашої держави.

Метою статті є вивчення основних концептуальних засад корпоративної соціальної відповідальності, що можуть бути зrealізовані в українському бізнес-середовищі.

## Виклад основного матеріалу дослідження

Соціальна відповідальність на сьогоднішній день виступає в ролі фундаменту взаємовідносин у суспільстві і виступає невід'ємним елементом системи людина-держава-суспільство. Академічний тлумачний словник української мови визначає, що відповідальність це «покладений на когось або взятий на себе обов'язок відповідати за певну ділянку роботи, справу, за чийсь дії, вчинки, слова», а поняття «соціальний» тлумачить як «пов'язаний із життям і стосунками людей у суспільстві».

Існує багато трактувань поняття соціальна відповідальність. Стандарт ISO-26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» визначає, що соціальна відповідальність - це відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці взаємовідносин [1].

Проведений нами аналіз трактування поняття соціальна відповідальність показав різноманітність поглядів науковців, які можна розділити на дві категорії:

- відповідальність індивіда перед суспільством;
- відповідальність підприємства перед суспільством.

До першої категорії відносять визначення таких науковців, як Л. Білецька, Д. Ліпінський, О. Пахотний, І. Семякін.

Л. Білецька визначає, що соціальна відповідальність – це обов'язок особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у разі порушення їх – обов'язок звітувати перед суспільством і нести покарання.

Д.А. Ліпінський в своїх роботах стверджує, що соціальна відповідальність – це діалектичний взаємозв'язок між особою і суспільством, який характеризується взаємними правами і обов'язками щодо дотримання і виконання приписів соціальних норм, що тягне за собою схвалення, заохочення, а у випадках безвідповідальної поведінки, яка не відповідає приписам соціальних норм, – обов'язок перетерпіти несприятливі наслідки і їх пере терпіння.

О. Пахотний вважає, що соціальна відповідальність - це реакція суспільства на поведінку індивіда та система відповідей індивіда на вимоги суспільства.

І. Семякін визначає соціальну відповідальність як обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом.

Науковці, які визначають відповідальність підприємства перед суспільством мають інші трактування даного поняття. Зокрема, Р.Х. Андерсен (R.H. Andersen) визначає соціальну відповідальність як необхідність врахування підприємством індивідуального або колективного впливу від прийнятих підприємством рішень на суспільну систему.

С.К. Ділі (S.C. Dilley) трактує, що соціальна відповідальність є ведення або зупинення діяльності підприємства без очікування безпосередніх прибутків або збитків, спрямована на підвищення рівня добробуту суспільства або певної його частини.

О. Поляков визначає, що це зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що порушують соціальну комунікацію, яка є легітимною соціальною відповіддю на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання.

Р. Хачатурова та Р. Ягутьяна вважають, що соціальна відповідальність – це дотримання суб'єктами суспільних відносин вимог соціальних норм, який реалізується у випадках безвідповідальної поведінки, що дисонує приписам цих норм та порушує суспільний порядок, перетерпіння винним позбавлень особистісного чи майнового характеру [2].

З врахуванням вищевикладених трактувань цього поняття ми можемо визначити, що соціальна відповідальність в загальному значенні – це вплив бізнесу на суспільство [1].

Проте, узагальнюючи усе вищеперераховане, ми також можемо визначити і більш вузьке трактування поняття соціальної відповідальності – взаємозв'язок між підприємством (або особою) та суспільством, що характеризується наявністю взаємних прав та обов'язків з виконання приписів встановлених на даний момент часу соціальних норм та покладанням на нього діючих різноманітних засобів впливу у разі її порушення.

Перші наукові дослідження проблематики соціальної відповідальності не індивіда, а організації спостерігаємо ще на початку ХХ ст., коли активно починає розвиватися промисловість і виробничий сектор. Витоком систематизації та наукового аналізу цих понять можна вважати першу наукову працю Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (Bowen H., 1953 p.), в якій було визначено окреслені умови та напрями подальшої дискусії явища соціальної відповідальності. Тоді ж і виникає поняття корпоративної соціальної відповідальності, яка трактується як реалізація такої політики, прийняття таких рішень або додержання такої лінії поведінки підприємства, які були б бажані для цілей і цінностей суспільства [3].

На наш погляд можна ототожнювати поняття соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності, оскільки у загальних визначеннях ці поняття схожі, проте, якщо «соціальна відповідальність» це спроба вирішити тільки соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені

діяльністю компанії [4], то «корпоративна соціальна відповідальність» поняття більш ширше, оскільки торкає не лише соціальні проблеми, а й економічні і екологічні. Тому, розглядаючи відносити бізнесу і суспільства ми вважаємо, що соціальна відповідальність бізнесу це і є корпоративна соціальна відповідальність[5].

Таблиця 1. Генезис концепцій соціальної відповідальності

№	Назва концепції	Автор	Основні напрями досліджень	Основні положення концепції
1	Концепція корпоративної соціальної відповідальності від (КСВ) Corporate social responsibility (CSR, CSR-1)	Г. Боуен, 1953	поклав початок сучасного розуміння ролі і місця КСВ	визначено і впорядковано зміст КСВ, систематизовано його рівні
		К. Девіс, 1960	працював над розвитком поняття КСВ	
		А. Керролл, 1979	прослідкував основні термінологічні зміни КСВ, визначив багаторівневу пірамідальну модель КСВ	
2	Концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (КСС) Corporate social responsiveness (CSR-2)	Р. Аккерман, 1973	визначив один з напрямів підвищення ефективності сприйняття корпорацією суспільних проблем	визначено проблеми реалізації соціальної відповідальності на рівні окремих підприємств
		В. Фредерік, 1986	визначив дану концепцію як здатність корпорації сприймати суспільну думку	
3	Концепція корпоративної соціальної діяльності (КСД) Corporate social performance (CSP)	С. Сеті, 1975	розглянув корпоративні поведінкові механізми, як виконання соціальних зобов'язань	розроблено модель корпоративної соціальної діяльності
3	Концепція корпоративної соціальної діяльності (КСД) Corporate social performance (CSP)	Е. Епштайн, 1987	визначив категорію «процес корпоративної політики»	розроблено модель корпоративної соціальної діяльності
		В. Фредерік, 1986	ввів систему абривіатурного позначення концепцій КСВ	
		А. Керролл, 1979	запропонував тривимірну модель: «корпоративна соціальна відповідальність» - «соціальні проблеми» - «соціальна сприйнятливість»	
		С. Вартік Ф. Кохрен, 1985	визначили основоположний зв'язок між принципами соціальної відповідальності, процесами соціального сприйняття та політикою	
		Д. Вуд, 1991	запропонувала цілісну концепцію КСД	
4	Менеджмент (концепція) зацікавлених сторін (МЗС) Stakeholder management (SM)	Е. Фріман, 1984	визначив поняття зацікавлених сторін (стейкхолдерів)	наведено нове визначення корпорації та її зв'язок із зацікавленими сторонами, запропоновано нову парадигму досліджень відношень бізнесу і держави
		Т. Дональдсон, Л. Престон 1995	запропонував комплексний підхід, що включає описативну, нормативну та інструментальну складові, вивели концепцію зацікавлених сторін на рівень відповідної теорії	
5	Корпоративне громадянство (КГ) Corporate citizenship (CC)	Г. Боуен, 1953	вперше ввів термін «корпоративне громадянство»	сформульовано зобов'язання корпорації до своїх зацікавлених сторін
		Д. Лонгсон, Д. Вуд, 2002	розвернуто фокус взаємовідносин з усіх стейкхолдерів на потребу конкретної спільноти, представлення компанії в ролі «хорошого громадянина»	
6	Концепція корпоративної стійкості Corporate sustainability (CS)	Дж. Елкінгтон 2002	вивів поняття потрійного підсумку діяльності корпорації, визначив три пістави стійкості позначених як 3 Р (People, Planet, Profits)	наведено зв'язок соціальної відповідальності з громадськими проблемами, а корпоративної стійкості – з агентськими проблемами
7	Універсальна концепція соціальної корпоративної відповідальності Guidance on social responsibility	Міжнародний стандарт ISO 26000	визначив основні напрями діяльності підприємства по впровадженню КСВ	сформульовано сім основних принципів корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: складено авторами за матеріалами [3]

За працями науковців, зокрема А. Керролла (Carroll A.), можна простежити основні термінологічні зміни поняття корпоративної соціальної відповідальності протягом низки десятиліть і встановити основні періоди його розвитку і еволюції [6]. Так, 50-ті роки минулого століття автор визначив як початок сучасної ери соціальної відповідальності, 60-ті роки XX ст. – як період змістовного поглиблення дефініцій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, 70-ті роки XX ст. – як поширення різноманітних дефініцій корпоративної соціальної відповідальності бізнесу; 80-ті роки XX ст. характеризуються зменшення кількості дефініцій, зростанням досліджень і появою альтернативних до наявних.

Аналіз світової літератури, що вивчає проблеми соціальної відповідальності бізнесу (корпоративної соціальної відповідальності) і суспільства дає можливість виділити такі основні концепції соціальної відповідальності:

1. Корпоративна соціальна відповідальність.
2. Корпоративна соціальна стійкість,
3. Корпоративна соціальна діяльність.
4. Менеджмент зацікавлених сторін (концепція стейкхолдерів).
5. Корпоративне громадянство.
6. Корпоративний сталий розвиток.
7. Універсальна концепція соціальної корпоративної відповідальності.

Основні положення та напрями досліджень даних концепцій наведені у табл. 1 і викладені в порядку їх виникнення і розвитку.

Отже, в процесі еволюції основних базових концепцій корпоративної соціальної відповідальності виникли такі тлумачення даного поняття (таблиця 2).

Таблиця 2. Поняття корпоративної соціальної відповідальності

Корпоративна соціальна відповідальність	відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована у діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці взаємовідносин [1].
	відповідальність підприємства за прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальні системи, в які воно вбудоване [7].
	це концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцеві спільноти та інші зацікавлені сторони суспільної сфери [8].
	це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені [9].
	вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізовувати відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси [10]

*Джерело: складено авторами за матеріалами [1, 7, 8, 9, 10]*

Тобто, на основі аналізу трактувань даного поняття, ми можемо зробити висновок, що корпоративна соціальна відповідальність це виключно добровільне зобов'язання, що виходить за рамки визначених законодавством і припускає, що підприємства можуть добровільно приймати додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевого співтовариства і суспільства в цілому.

Корпоративну соціальну відповідальність сьогодні варто розглядати не як звичайну діяльність, а як філософію поведінки сучасних компаній з метою сталого розвитку та збереження ресурсів для майбутніх поколінь [11].

Основними принципами при впровадженні корпоративної соціальної відповідальності в сучасних умовах мають стати:

1. Виробництво якісної продукції або послуг для споживача;
2. Неухильне дотримання вимог законодавства (загальнодержавних та міжнародних).
3. Повага до інтересів стейкхолдерів.
4. Стала екологічна політика.

Щоб підвищити рівень зацікавленості бізнесу у впровадженні корпоративної соціальної відповідальності, на нашу думку, ця політика повинна спиратися на основні розглянуті нами базові концепції та має бути спрямована на такі ключові аспекти:

1. Підвищення рівня самосвідомості персоналу,
2. Розвиток і поліпшення умов праці,
3. Підтримку споживачів щодо якості вироблених товарів та наданих послуг,
4. Інвестиції в розвиток підприємства і регіону.

## Висновки

В роботі проведено аналіз основних наукових досліджень поняття корпоративної соціальної відповідальності. На основі проведеного аналізу визначено, що поняття соціальної відповідальності можна розглядати як відповідальність індивіда перед суспільством так і як відповідальність організації. Визначено базові положення існуючих концепцій, сучасні принципи і напрями діяльності організації по впровадженню практики корпоративної соціальної відповідальності.

Не зважаючи на добровільність впровадження, в сучасних умовах розвитку бізнес середовища, реалізація основних принципів корпоративної соціальної відповідальності стає обов'язковою умовою успішного ведення бізнесу, сталого розвитку підприємства, підвищення конкурентоспроможності та довіри споживача.

## Abstract

The twenty-first century became a period of active development and corporate social responsibility practices implementation in the business environment. The problem of introducing corporate social responsibility into the practice of Ukrainian entrepreneurship and its theoretical understanding is impossible to investigate without analyzing the processes of its genesis. Up to present days, there has been no single and unambiguous definition of the concept of social responsibility in international practice. The review of scientific research determines the diversity of views on this phenomenon. It is important to explore the basic conceptual principles of social responsibility, to analyze the development of theoretical provisions of existing basic concepts of corporate social responsibility and to summarize the basic approaches to the definition of such concepts as "social responsibility" and "corporate social responsibility" due to the rapid business development in our country. It is important to study the basic conceptual principles of corporate social responsibility that can be implemented into Ukrainian business environment.

Social responsibility today serves as the foundation of relationships in society and is an integral part of the human-state-society system.

Analysis of the interpretation of the concept of social responsibility has shown the diversity of views of scientists that can be divided into two categories:

- individual responsibility to society;
- responsibility of the enterprise to society.

It is determined that social responsibility in its general sense is the influence of business on society.

A narrower interpretation of the concept of social responsibility defines it as the relationship between an enterprise (or person) and society, characterized by the existence of mutual rights and obligations to comply with the prescriptions of current social norms and the imposition of various means of influence in case of its violation.

In our view, it is possible to equate the concepts of social responsibility and corporate social responsibility, because in general definitions these concepts are similar, however, if "social responsibility" is an attempt to solve only social problems that are completely or partially caused by the company's activity, then "corporate social responsibility" is worth perceiving it as an identical but broader concept because it touches not only social problems but also economic and environmental issues. Therefore, considering the relationship between business and society, we believe that business social responsibility is corporate social responsibility.

World literature analysis has allowed us to identify the basic concepts of social responsibility, where emerged different interpretations in the process of evolution of the corporate social responsibility concept. It has been determined that corporate social responsibility is a purely voluntary commitment that goes beyond the legal framework and implies that enterprises may voluntarily take additional measures to improve the quality of life of workers and their families, as well as the local community and society.

Nowadays, corporate social responsibility should not be seen as a routine activity, but as a philosophy of behavior of modern companies in order to sustainably develop and conserve resources for future generations.

The basic principles and key aspects in the implementation of corporate social responsibility are identified.

However, in spite of voluntariness, in today's business environment, the implementation of the basic principles of corporate social responsibility becomes a prerequisite for successful business, sustainable business development, increasing competitiveness and consumer confidence, which will be the object of further research.

## Список літератури:

1. Керівництво соціальною відповідальністю: ISO 26000:2010. Міжнародний стандарт.
2. Соціальна відповідальність / О.Є. Кузьмін, О.В. Пирог, Л.І. Чернобай, С.Б. Романишин, Н.О. Вацик. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. 328 с.
3. Благов Ю.Е. Генезис концепції корпоративної соціальної відповідальності // Вісник Санкт-Петербурзького університету. Менеджмент. 2006. №2.
4. Fitch H.G. Achieving corporate social responsibility / H.G. Fitch Academy of management Review, 1976. №1.



5. Баюра Д. Корпоративна соціальновідповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21-25.
6. Caroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A. B. Caroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38. – N 3. – P. 268-295.
7. «Екологія підприємства» № 9, 2017. – Режим доступу: <http://ecolog-ua.com/articles/korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst>.
8. Економічні основи соціальної роботи : підр. / за ред. І.Н. Маяцької, 2013.
9. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2013. – № 8. – С. 3-17.
10. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф.Котлер, Н. Лі. ; пер. з англ. С. Яринич. –К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
11. Шацьких К. О. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку українського бізнесу / К. О. Шацьких // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 5. – С. 55-58.

## References:

1. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility [in English].
2. Kuzmin, O.Ye., Pyroh, O.V., Chernobai, L.I. et.al. (2016). Social responsibility. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki [in Ukrainian].
3. Blahov, Yu.E. (2006). The genesis of the concept of corporate social responsibility. Visnyk Sankt-Peterburzhskoho universytetu. Menedzhment, 2 [in Russian].
4. Fitch, H.G. (1976). Achieving corporate social responsibility / Academy of management Review, 1.
5. Bayura, D. (2009). Corporate social responsibility in the corporate governance system. Ukraina: aspektypratsi, 1, 21-25 [in Ukrainian].
6. Caroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct. Business and Society. Vol. 38., 3, 268-295 [in English].
7. Enterprise ecology (2017). Retrieved from: <http://ecolog-ua.com/articles/korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst> [in Ukrainian].
8. Maiatska, I.N. (Ed). (2013). Economic bases of social work [in Ukrainian].
9. Kolot, A. (2013). Contemporary corporate social responsibility philosophy: the evolution of views. Ukrayina: aspektypratsi, 8, 3-17 [in Ukrainian].
10. Kotler, F. & Li., N. (2005). Corporate Social Responsibility. How to do the best you can for your company and society. –К.: Standart [in Ukrainian].
11. Shatskykh, K.O. (2010). Social responsibility as a competitive advantage of Ukrainian business development. Marketynh v Ukrayini, 5, 55-58 [in Ukrainian].

### Посилання на статтю:

Трут О. О. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності / О. О. Трут, К. П. Ляшук // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 143-148. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejopu2019/No3/143.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3805683

### Reference a Journal Article:

Trut O. O. Conceptual principles of corporate social responsibility / O. O. Trut, K. P. Liashuk // Economic journal Odessa polytechnic university. – 2019. – № 3(9). – С. 143-148. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu2019/No3/143.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3805683

