

7. Checkland, P. B. & Scholes, J. 1990. "Soft systems methodology in action" John Wiley & Sons.
8. Delbridge, R. 2008. "An illustrative application of soft systems methodology SSM in a library and information service context process and outcome" Library Management, 29 6/7,
9. DeWalt, K.M. & DeWalt, B.R. 2002. "Participant observation: A guide for fieldworkers" Walnut Creek, AltaMira Press.
10. Feyerabend, P. 1975. "Against method" Verso Books
11. Forrester, J.W. 1969. "Urban Dynamics" MIT Press: Cambridge, MA.
12. Forrester, J.W. 2007. "System dynamics: the next fifty years" System Dynamics Review.
13. Jackson, M.C. 2006. "Creative holism: A critical systems approach to complex problem situations" Systems Research and Behavioural Science, 235, pp. 647-657
14. Kayrooz, C. & Trevitt, C. 2005. "Research in organisations and communities: Tales from the real world" Allen & Unwin
15. Page, T. 2008. "Soft systems modelling of the new project development process – A case study" Journal on Management, 3 2, pp. 34-39.
16. Peirce, C.S. 1903. "Pragmatism as the Logic of Abduction. Collected Papers" Harvard Press
17. Platt, A. & Warwick, S. 1995. "Review of soft systems methodology" Industrial Management and Data Systems, 954, pp. 19-21.
18. Polanyi, M. 1967. "The Tacit Dimension" New York. Anchor Books.
19. Pollack, J. 2007. "The changing paradigms of project management" International Journal of Project Management, 25 3, pp. 266-247.
20. Richmond, B. 1993. "Systems thinking: Critical thinking, skills for the 1990s and beyond" System Dynamics Review, 9, pp. 113-133.
21. Schmuck, R. A. 2006. "Practical Action Research for Change" Corwin Press.
22. Staadt, J. 2012. "Redesigning a project-oriented organization in a complex system. A soft systems methodology approach" International Journal of Managing Projects in Business.
23. Tsoi, H. 2004. "Logical soft systems methodology for education programme development" Issues in Informing Science & Information Technology, 1, pp. 1027-1032.
24. White, S.M. 2012. "Using cybernetics with soft systems methodology in complex system development" Institute of Electrical and Electronics Engineers.
25. Wolstenholme, E.F. 1999. "Qualitative versus quantitative modelling: the evolving balance" Special issue on system dynamics of Journal of the Operational Research Society.
26. <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/multinational-company/>

Received: 13/05/2019

1st Revision: 27/05/2019

Accepted: 02/09/2019

*Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project*

Аль-Хаджрей Генерал, Помічник Генерального секретаря  
Рада співробітництва арабських держав Перської затоки, Саудівська Аравія,  
А. О. Москардіні, запрошений проф.  
Університет Кардіф Метрополітан, Кардіф, Велика Британія  
К. Лоулер, проф.  
Університет Кувейту, Кувейт

### ОСЯГНЕННЯ ВЕЛИКИХ СИСТЕМ

*Великі системи, як відомо, важко аналізувати. Досліджено, як комбінування трьох надійних системних інструментів може створити підходящу основу для такого аналізу. Для прикладу вивчається Рада співробітництва арабських держав Перської затоки.*  
*Ключові слова: великі системи, методологія м'яких систем, прийнятні моделі, схеми причинно-наслідкових зв'язків.*

Аль-Хаджри Генерал, Помічник Генерального секретаря  
Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива, Саудовская Аравия,  
А. О. Москардини, приглашенный проф.,  
Университет Кардифф Метрополитан, Кардифф, Великобритания,  
К. Лоулер, проф.  
Университет Кувейта, Кувейт

### ПОСТИЖЕНИЕ БОЛЬШИХ СИСТЕМ

*Большие системы, как известно, трудно анализировать. Данная статья исследует, как комбинирование трех надёжных системных инструментов может создать подходящую основу для подобного анализа. Для примера изучается Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива.*  
*Ключевые слова: большие системы, методология мягких систем, приемлемые модели, схемы причинно-следственных связей.*

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2019; 5(206): 22-28

УДК 330.8

JEL classification: B1

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2019/206-5/3>

А. Мостепанюк, канд. екон. наук, докторант

ORCID 0000-0001-5327-2534

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

*Досліджено формування та подальший розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності. Проаналізовано особливості трансформації цієї концепції відповідно до соціально-економічних змін, очікувань суспільства та інтересів бізнесу. На основі наявних наукових розробок систематизовано відповідний понятійно-категоріальний апарат, виокремлено основні принципи функціонування, комплексні моделі, потенційні можливості та загрози соціальної діяльності бізнесу за сучасних умов.*

*Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; соціальна діяльність бізнесу; моделі корпоративної соціальної діяльності; принципи корпоративної соціальної відповідальності.*

**Постановка проблеми.** Нині перед глобальним суспільством постали гострі соціально-економічні проблеми, критичними серед яких є такі: деградація й забруднення навколишнього середовища, спричинені надмірним виробництвом та споживанням; старіння населення і міграція, що підвищують економічний тиск на держав-

ний сектор, який постає перед необхідністю надавати соціальні послуги у більшому обсязі за умови обмежених податкових надходжень. Одним із напрямів вирішення зазначеної проблеми є практика корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що є механізмом перенесення державних соціальних функцій на приватний бізнес. Як відомо, зазначені практики в розвинених країнах

спрямовані на забезпечення та захист прав споживачів і працівників, охорону довкілля, мінімізацію негативних наслідків діяльності приватного сектору, вирішення глобальних соціальних проблем, зокрема бідності та голоду. Разом із тим, ефективне застосування практик КСВ у країнах із ринками, що формуються, загострює потребу в глибокому теоретичному дослідженні історичних передумов виникнення та подальшого розвитку концепції КСВ з метою узагальнення відповідних наукових напрацювань, уточнення понятійно-категоріального апарату, виокремлення основних принципів КСВ і визначення її потенційного впливу на економіку та суспільство.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед зарубіжних науковців, що досліджували зазначену проблему, слід зазначити праці Е. Карнегі [1], Х. Боуена [2], А. Керрола [3], Д. Вуд [4], присвячені висвітленню сутності й форм КСВ та частковому аналізу процесу історичного формування даної концепції. Ідеться про обґрунтування необхідності соціальної відповідальності бізнесу в період індустріалізації [1], дослідження сутності КСВ та впливу рішень, ухвалених бізнесом, на соціальне середовище [2], теоретичне осмислення поняття КСВ та її складових, формування тривимірної моделі корпоративної соціальної діяльності [3], аналіз теоретичних основ і принципів КСВ, визначення її основних наслідків для суспільства [4] тощо. Дослідженню сутності поняття та принципів КСВ присвячені праці таких вітчизняних учених, як: О. Пархоменко, який дослідив поняття й основні принципи КСВ [5]; А. Бурковської та Т. Лункіної, які визначили сутність КСВ через призму фінансової привабливості, вказуючи, що формування "соціального іміджу" компанії приводить до додаткових фінансових надходжень у формі інвестицій [6]. Разом із тим, Н. Яневич та О. Грішнова, І. Магдич досліджують КСВ як соціальну інвестицію, спрямовану на створення позитивного іміджу компанії та формування людського капіталу шляхом охорони здоров'я та тренування працівників, що підвищує продуктивність праці й прибутковість бізнесу [7; 8]. Н. Гражевська розглядає КСВ як чинник нагромадження соціального капіталу [9], Д. Баюра трактує практику КСВ як механізм підвищення ефективності корпоративного управління [10; 11], С. Фірсова досліджує КСВ як маркетингову стратегію бізнесу [12]. Водночас, З. Галушка аналізує КСВ як соціальну інновацію, що сприяє розвитку економічних відносин та модернізації [13].

Розвитку теоретичних і практичних засад КСВ присвячені праці таких учених: А. Колота (проаналізував і систематизував наукові засади формування концепції КСВ) [14], Н. Марущак (дослідила процес реформування КСВ починаючи від одиноких випадків добровільних рішень до формування загальної прийнятої стратегії ведення бізнесу) [15]. Водночас, незважаючи на наявність глибоких наукових досліджень теорії та практики КСВ, історичні передумови формування й генезис відповідної концепції висвітлені в науковій літературі не повною мірою.

**Метою** статті є дослідження історичних передумов та особливостей формування концепції КСВ з метою систематизації й узагальнення існуючих теоретичних підходів і наукових розробок, що сприятиме впорядкуванню понятійно-категоріального апарату та може бути використано представниками бізнесу й державного сектору в процесі інституціоналізації практики КСВ.

**Методологія.** Використано загальнонаукові методи пізнання, а саме: аналізу та синтезу, метод наукової абстракції, логічний, історичний, метод узагальнення та причинно-наслідкового аналізу, системний та історико-економічний підходи.

**Результати.** Аналіз наявної наукової літератури вказує, що першим, хто звернув увагу на необхідність соціальної відповідальності у формі добродійності був американський учений Ендрю Карнегі, який у праці "Багатство" (1889) окреслив проблему нерівномірного розподілу багатства та обґрунтував шляхи подолання такої нерівності. На думку дослідника, до початку індустріальної революції, більшість виробництв створювалися на основі родинних зв'язків, де головний майстер і підмайстри ділили отриманий дохід та мали однакові умови проживання, що свідчило про рівномірний розподіл доходів. За умов індустріалізації, характерною ознакою якої є поширення найманої праці, розподіл доходів між власниками капіталів і найманими робітниками став украй нерівномірним. За цих обставин актуалізувалася проблема подолання нерівності й забезпечення рівномірного розподілу багатства, яке перебуває у руках меншості [1].

Задля вирішення даної проблеми, Е. Карнегі запропонував реалізувати державну політику, за якої накопичені багатства будуть спрямовуватися на соціальні потреби. При цьому особливу увагу вчений приділив питанню ефективності перерозподілу багатства, зазначаючи, що багатство, розділене серед усього бідного населення у вигляді благодійності, буде витрачено виключно на задоволення потреб. Отже, "найбільш ефективним для громади є розміщення в межах її досяжності "сходів", на які прагнуть піднятися люди – парків та зон відпочинку, за допомогою яких люди відновлюють тіло і розум; творів мистецтва, які приносять задоволення й покращуватимуть суспільний смак, різноманітних громадських установ, які підвищать рівень життя людей. Таким чином, повернення надлишкового багатства масі своїх співгромадян у зазначених формах, розраховане на довгострокове користування такими благами" [1]. На думку дослідника, саме таким чином багата людина має піклуватися "про бідних братів, використовуючи на їхню користь свою мудрість, досвід і вміння управляти, роблячи для них більше, ніж вони могли б зробити для себе" [1].

Важливим практичним кроком на шляху залучення додаткових коштів до вирішення суспільних проблем стало створення першого "Фонду Громади" в Америці у 1914 р. Основними функціями цього фонду стали: перерозподіл багатства та спрямування благодійних внесків у сферу суспільного життя, що потребують інвестицій, відповідно до обставин. Зауважимо, що за наявності надлишку коштів, "Фонд Громади" мав змогу інвестувати ці кошти, а акумульований таким чином капітал використовувати на потреби громади [16].

Уперше термін "соціальна відповідальність" був використаний американським ученим Х. Боуеном у праці "Соціальна відповідальність бізнесмена" (1953), у якій автор наголосив на особливому впливі рішень, ухвалених підприємцем щодо виробництва певних товарів або послуг, застосування певних технологій на рівень безробіття, розподіл доходів, економічне зростання країни, рівень добробуту населення, використання природних ресурсів, спосіб споживання, торгівлю й міжнародні відносини [2]. Аналізуючи широкий спектр наслідків, спричинених рішеннями бізнесу, автор поставив питання: чи зобов'язаний бізнес зважати на соціальні наслідки ухвалення власних рішень? Відповідь, на думку автора, є однозначною: так. У зазначеній праці Х. Боуен піднімає ряд інших важливих питань, а саме: яка поведінка бізнесу може бути визначена як соціально відповідальна? Чи повинна соціальна відповідальність бізнесу бути визначеною на законодавчому рівні? Як співвідносяться довгострокові цілі бізнесу та суспільства? Підкреслимо, що соціальна відповідальність бізнесу, на думку дослідника, може бути оцінена

такими критеріями, як корисність ухваленого рішення для суспільства, спрямованість його на досягнення прогресу та підвищення якості життя населення [2].

У контексті проблеми, що досліджується, заслуговує на увагу праця відомого американського економіста М. Фрідмана "Соціальна відповідальність бізнесу полягає у збільшенні його прибутку" (1970), у якій автор зазначає, що "в системі вільної підприємницької діяльності та приватної власності керівник корпорації є найманим працівником власників бізнесу. Він несе пряму відповідальність перед своїми роботодавцями. Ця відповідальність полягає в тому, щоб вести бізнес відповідно до їхніх бажань, які, як правило, полягають у тому, щоб заробити якомога більше грошей, дотримуючись основних норм суспільства, як тих, що втілюються у законі, так і тих, що втілені в етичних нормах" [17]. На думку вченого, коли бізнес є соціально відповідальним та бере участь у вирішенні соціально важливих проблем, "керівник корпорації витрачає чужі гроші, а саме: збільшення витрат призводять до зменшення прибутку акціонерів, тобто він витрачає гроші акціонерів; підвищуються ціни для клієнтів, тобто він витрачає гроші клієнтів; зменшується заробітна плата деяких працівників, тобто він витрачає їхні гроші" [17]. Щодо соціальної відповідальності у традиційному розумінні, то на думку М. Фрідмана, лише люди мають певну відповідальність перед суспільством, що виявляється в їхньому праві розпоряджатися власним доходом на користь доброчинності чи інших соціально важливих проектів на власний розсуд. Відтак учений стверджує, що вирішення соціальних проблем є функцією державного сектору, на фінансування яких приватний сектор сплачує податки, а концепція КСВ перетворює економіку на соціальну, що суперечить усім принципам вільного ринку та конкуренції [17].

Зауважимо, що процес інституціоналізації КСВ розпочався в Америці, де Комітет з економічного розвитку в 1971 р. задекларував політику щодо корпоративної соціальної відповідальності бізнесу з метою визначення ролі бізнесу за умов постійної зміни соціальних потреб населення. У документі зазначалося, що з економічним розвитком, збільшенням доходів населення та покращенням умов життя суспільство ставить вищі вимоги до власників та управлінців бізнес-корпорацій. При цьому було виокремлено такі три основні кола відповідальності бізнесу: (1) внутрішнє – економічні функції: виробництво, працевлаштування, економічне зростання; (2) середнє – соціальні цінності: збереження довкілля, налагодження взаємовідносин із працівниками, надання достовірної інформації, забезпечення рівних прав та захист від виробничих ушкоджень; (3) зовнішнє – соціальне середовище: подолання бідності та занепаду міст. Отже, починаючи з 1960-х років, державний сектор Америки заохочував приватні корпорації виконувати соціальні функції, що раніше надавалися виключно державним сектором, такі, як: тренування людей з обмеженими можливостями, допомога представникам меншин відкривати власний бізнес тощо. Оскільки приватні компанії витрачали власні ресурси на реалізацію соціальних функцій, державний сектор надавав їм певні фінансові переваги у вигляді субсидій, позик із кращими умовами, податкових пільг, державних гарантій тощо [18]. Такі тенденції отримали назву "приватизація" державного сектору.

Визначальним у зазначеному підході стало те, що держава створювала "ринкові умови" виконання соціально значущих функцій/проектів для корпорацій. Ідеться про те, що на конкурентній основі найефективніші корпорації отримували право укласти з державою контракт стосовно виконання проекту з отриманням певних державних пільг (позик, субсидій тощо) [18]. За цих обставин державний сектор не виконував соціальні функції, а на

контрактній основі передавав право надавати такі послуги більш ефективним приватним корпораціям.

Незважаючи на широке поширення практики КСВ у розвинених країнах, доцільність залучення бізнесу до вирішення соціальних проблем досі залишається дискусійним питанням. Показовою в цьому плані є праця американського економіста К. Девіса "Аргументи за і проти соціальної відповідальності бізнесу" (1973). У ній учений виокремив такі аргументи на підтримку КСВ:

- задоволення власних інтересів у довгостроковій перспективі. За умови залучення до вирішення соціально важливих проблем місцевої громади бізнес здатен підвищити прибутки у довгостроковій перспективі шляхом зменшення плинності кадрів, зменшення рівня злочинності тощо;

- формування іміджу компанії. Кожна приватна компанія прагне побудувати позитивний імідж серед працівників, споживачів та постачальників. У цьому контексті надання соціальних послуг або залучення до важливих соціальних проектів перетворюються на пріоритетний шлях побудови іміджу компанії;

- життєздатність бізнесу. Приватні компанії продовжують функціонувати доти, доки вони задовольняють потреби споживачів і відповідають їхнім очікуванням щодо соціальної спрямованості діяльності бізнесу. З метою виконання бізнесом своєї соціальної ролі та утримання влади, він повинен надавати суспільству те, що від нього очікують;

- уникнення надмірного державного регулювання. Якщо бізнес за власним бажанням бере участь у вирішенні соціально важливих проблем, це попереджує запровадження державним сектором нормативно-правових норм стосовно обов'язковості його залучення до соціальних проектів;

- соціокультурні норми. Бізнес обмежений соціокультурними нормами поведінки. Відповідно при зміні суспільних норм його поведінка змінюватиметься, а саме: за умови зміни соціальних норм стосовно КСВ бізнес буде сприймати ці зміни разом з іншими громадянами;

- задоволення інтересів акціонерів. Якщо за умови втручання у соціально значущі проекти прибутки компанії зростають, то у такій ситуації бізнес має бути соціально відповідальним в інтересах акціонерів;

- спроба вирішити соціальні проблеми. Оскільки державні організації не у змозі вирішити актуальні соціальні проблеми, суспільство покладає надію на приватний сектор, та перекладає таким чином на нього певні державні функції, які не були надані повною мірою;

- наявність ресурсів. Як відомо, у приватному секторі особливу роль відіграють управлінські та інноваційні уміння й навички, тому залучення професійних управлінців, що працевлаштовані у приватному секторі, та інноваційних підходів у вирішенні соціальних проблем у формі КСВ, є взаємовигідним для обох секторів;

- зростання прибутку. За умови наслідування принципів КСВ компанії можуть збільшити свої прибутки. Так, рішення щодо запобігання забрудненню довкілля може призвести до вторинного використання відходів виробництва, що зменшить витрати. Так само продаж відходів може підвищити прибуток компанії тощо;

- запобігання, а не боротьба з наслідками. Якщо бізнес буде відкладати на потім вирішення соціально важливих проблем, настане час соціальної кризи, коли бізнес буде постійно зайнятий вирішенням соціальних конфліктів та не матиме часу на свою комерційну діяльність.

Водночас серед основних аргументів проти соціальної відповідальності бізнесу К. Девіс виділяє такі:

- максимізація прибутку. Відомо, що головною функцією бізнесу є отримання прибутку, крім того, менеджер є найманим працівником та має діяти відповідно до

інтересів роботодавці (власників бізнесу), тобто максимізувати прибуток бізнесу. Отже, прямі обов'язки управлінців не стосуються дій, спрямованих на вирішення соціальних проблем;

- витрати на соціальні проекти. Як правило, приватні компанії прагнуть використовувати наявні ресурси з максимальною економічною віддачею. Однак кошти, інвестовані у соціальні проекти, не дають очікуваного підвищення прибутку. Крім того, технології з меншим негативним впливом на навколишнє середовище коштують дорожче, що може в окремих випадках призвести до збитковості бізнесу;

- недостатність знань та навичок для надання соціальних функцій. Ідеться про професійні навички управлінців, а саме: їх орієнтованість на економічну, технічну й інноваційну діяльність та відсутність підготовки й навичок у галузі надання соціальних функцій, що знижує ефективність їхніх рішень, спрямованих на вирішення соціально важливих проблем;

- послаблення комерційної ефективності. За умов залучення бізнесу до вирішення соціально важливих проблем та пов'язаних із цим додаткових витрат, економічна ефективність знижується, що, у свою чергу, може призвести до конфлікту інтересів акціонерів/власників та послаблення позиції бізнесу на ринку, погіршення іміджу компанії та втрати привабливості для споживачів і працівників;

- послаблення міжнародної торгівлі. Бізнес, що бере участь у вирішенні соціальних проблем, має вищі витрати, а відповідно і вищі ціни. Відтак він утрачає конкурентні переваги. За цих обставин компанії з нижчими цінами (які не є соціально відповідальними) отримують конкурентні переваги на міжнародному ринку;

- концентрація влади. Потужні приватні компанії мають значну владу у виробництві, споживанні, працевлаштуванні, ціноутворенні, оплаті праці, вони здатні впливати на рішення законодавчої влади та закладів освіти. За цих умов надання бізнесу ще й соціальної влади призведе до концентрації влади в "одних руках", що породжує певні ризики для суспільства;

- відсутність механізмів підзвітності. За умов відсутності системи підзвітності бізнесу перед суспільством щодо КСВ така діяльність втрачає сенс і уможливорює "недобросовісне" наслідування принципів КСВ;

- відсутність широкої підтримки. Нині відсутня єдина позиція щодо необхідності та ефективності КСВ серед представників бізнесу, науковців і представників державної влади, що у довгостроковій перспективі

може розділити суспільство на прибічників та противників такої політики. Задля ефективного впровадження принципів КСВ суспільство має бути поінформованим, а "обов'язковість" або "добровільність" проектів КСВ повинна бути визначена законодавством [19].

Важливий крок на шляху формування концепції КСВ був зроблений А. Керролом у праці "Тривимірна концептуальна модель корпоративної діяльності" (1979), де автор систематизував наявні наукові та практичні підходи до визначення сутності КСВ, її форм, шляхів задоволення соціальних потреб населення та бізнес-цілей корпорацій, сформулював нову тривимірну матрицю корпоративної діяльності приватного бізнесу (рис. 1). Учений виділив та обґрунтував чотири основні категорії корпоративної відповідальності, серед яких: перша – економічна (виробництво товарів і послуг та їх реалізація з метою отримання прибутку); друга – юридична (ведення бізнесу відповідно до чинного законодавства); третя – етична (надання правдивої інформації щодо продукції, захист прав споживачів, працівників, забезпечення рівності прав представників різних національностей, релігій тощо); четверта – добровільна (благодійність, волонтерство, перепідготовка безробітних, облаштування центрів з догляду за дитиною працюючим матерям тощо). Другою складовою матриці є шість основних соціальних проблем, до вирішення яких приватний сектор може долучитися, а саме: 1) консюмеризм; 2) захист навколишнього середовища; 3) подолання дискримінації; 4) безпечність продукції; 5) безпека на робочому місці; 6) інтереси власників/акціонерів. На думку дослідника, соціальні проблеми, які потребують вирішення, різняться для країн та змінюються з часом. Крім того, вони залежать від економічної сфери, у якій функціонує підприємство. Так, для великих індустріальних компаній проблема захисту довкілля буде більш актуальною порівняно зі страховими компаніями та банківськими установами тощо. Останньою складовою запропонованою А. Керролом концептуальною матрицею корпоративної діяльності є стратегія або "відповідь" приватної компанії на виклики суспільства щодо участі у вирішенні соціально важливих проблем. "Відповіді" можуть бути такими: (0) – відсутність "відповіді" (неприйняття бізнесом соціальної відповідальності); (I) – ознайомлення та реакція бізнесу на проблему; (II) – виправдання та оборона компанії; (III) – погодження з наявними проблемами та усвідомлення необхідності участі у їх вирішенні, планування подальших дій; (IV) – активне залучення бізнесу до вирішення соціальних проблем [3].

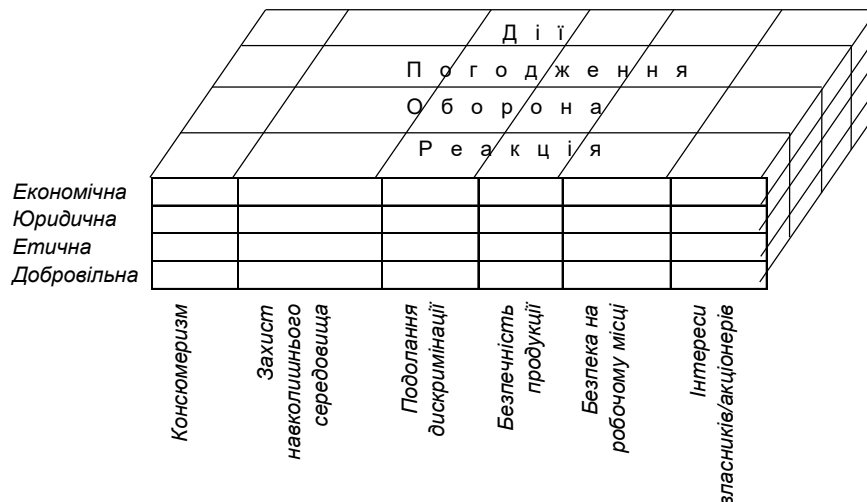


Рис. 1. Концептуальна тривимірна модель корпоративної соціальної діяльності за А. Керролом

Джерело: розроблено автором на основі [3].

Подальшого розвитку зазначена модель набула у праці Донни Вуд "Переосмислення корпоративної соціальної діяльності" (1991), де автор доопрацювала тривимірну модель А. Керрола (рис. 2) [4].

Складові КСВ			
Економічна	Юридична	Етична	Добровільна
<b>Принципи КСВ</b>			
Легітимність (інституційний рівень) Публічна відповідальність (організаційний рівень) Свобода дій управлінця (індивідуальний рівень)			
<b>НАСЛІДКИ</b>			
Соціальний вплив Створення та удосконалення форм КСВ Формування політики КСВ			

Рис. 2. Модель соціальної діяльності бізнесу за Д. Вуд

*Джерело:* розроблено автором на основі [4].

Важливо зауважити, що Д. Вуд уперше виокремила такі основні принципи КСВ: (1) легітимність, що визначається як відповідальність бізнесу як соціальної інституції за запобігання зловживання владою; (2) публічна відповідальність, що полягає у долученні бізнесу до вирішення соціальних проблем, які виникли в результаті діяльності компанії (забруднення довкілля, безпечність товарів та умов праці тощо) та/або збігаються з інтересами бізнесу; (3) свобода дій управлінця, що характеризується відповідальністю менеджера за ухвалення рішень стосовно участі в соціально важливих проектах. Крім того, Д. Вуд визначає основні наслідки КСВ, а саме: соціальний вплив, розвиток форм і програм, які корпорації використовують для досягнення своїх соціальних цілей, формування політики упорядкування власних інтересів бізнесу та соціальних інтересів [4].

Таким чином, протягом XIX–XX ст. відбулося становлення та розвиток концепції КСВ, яка зазнала значних змін і трансформацій. Разом із тим, основна ідея цієї концепції залишилася незмінною, а саме: перенесення певних соціальних функцій із державного сектору в приватний.

**Висновки та дискусія.** Розвиток теоретичних уявлень щодо соціальної відповідальності бізнесу сприяв поглибленню розуміння необхідності та сутності КСВ, уточненню понятійно-категоріального апарату й інституціоналізації взаємодії державного сектору та представників бізнесу з метою покращення соціального середовища та вирішення актуальних проблем. Концепція КСВ почала формуватися наприкінці XIX ст. Уважалося, що основною метою такої відповідальності був перерозподіл багатства, що концентрувався у руках меншості, за для фінансової допомоги бідному населенню. Дотепер концепція КСВ еволюціонувала й нині вченими сформовані її комплексні концептуальні моделі, а саме: тривимірна модель А. Керрола, що поєднує основні види відповідальності, об'єкти, на які спрямована КСВ та бізнес стратегії, якими керуються компанії; модель Д. Вуд, що містить основні принципи й очікувані наслідки КСВ тощо.

КСВ нині трактується як добровільне рішення бізнесу стосовно взяття на себе додаткової відповідальності перед суспільством понад норми, закріпленої на законодавчому рівні, що головним чином орієнтоване на забезпечення і захист прав споживачів, працівників та інших зацікавлених осіб; подолання бідності та голоду на глобальному рівні; недопущення дискримінації та утиску прав меншин. Основними принципами корпоративної соціальної відповідальності є принципи легітимності, публічної відповідальності, тобто долучення до вирішення проблем, спричинених функціонуванням бізнесу, а також ін-

дивідуальної відповідальності управлінця, оскільки рішення щодо участі у вирішенні соціальних проблем приймаються на індивідуальному рівні. Серед очікуваних наслідків КСВ головними є такі: подолання соціальних проблем і формування соціально орієнтованої стратегії ведення бізнесу, що у довгостроковій перспективі здатна запобігти глобальній соціальній кризі.

Незважаючи на теоретичну обґрунтованість та широке практичне залучення приватного бізнесу до вирішення соціально важливих проблем, проблема доцільності КСВ у ринковій економіці залишається дискусійною. Зокрема, М. Фрідман рішуче критикує таку практику, вказуючи, що єдиною метою власників бізнесу є максимізація прибутку, що передбачає раціональне використання ресурсів на комерційну діяльність, а не надання їм у вигляді добродійності на задоволення потреб суспільства. На думку дослідника, така добродійність прямо впливає на добробут працівників і споживачів, а саме: витрати на соціальні проекти знижують дохід працівників та підвищують ціни. Узагальнення зазначеної дискусії знайшло відображення в праці К. Девіса "Аргументи за і проти соціальної відповідальності бізнесу" (1973), де автор наголосив, що завжди існуватимуть критичні думки стосовно доцільності КСВ серед представників бізнесу та суспільства. Вирішенню цього конфлікту, на думку дослідника, сприятиме закріплення правил соціальної поведінки бізнесу на законодавчому рівні й розробка прозорих механізмів підзвітності такої діяльності. Як показує практика сьогодення, ці інституційні проблеми залишаються невирішеними й до сьогодні, хоча пройшло майже 50 років із часу публікації зазначеної праці.

Беручи до уваги принципи функціонування "Фонду Громади" в Америці та аргументи, запропоновані К. Девісом щодо відсутності знань і навичок соціально відповідальної діяльності у представників бізнесу, загрози концентрації влади в руках потужних корпорацій, ефективним інструментом інституційного врегулювання цих проблем, на наш погляд, є надання права розпоряджатися соціальними внесками бізнесу окремій організації, яка буде підзвітною бізнесу і громаді та спрямовуватиме кошти в соціальні галузі, які дійсно потребують інвестицій, однак не є привабливими для бізнесу. У такому випадку, бізнес буде не у змозі одноосібно вирішувати у який проект інвестувати, що в довготривалій перспективі зменшить імовірність отримання бізнесом необмеженої соціальної влади. Саме тому подальші зусилля науковців та представників бізнесу і державного сектору мають бути спрямовані на формування та апробацію дієвих механізмів підзвітності соціальної діяльності компаній і методів визначення ефективності проектів КСВ.

**Список використаних джерел:**

1. Carnegie A. Wealth. / A. Carnegie // North American Review. – 1889. – № 148 (391). – С. 653-664.
2. Bowen H. Social responsibilities of the businessman / H. Bowen. – New York: Harper&Row, 1953. – 270 p.
3. Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A. B. Carroll // Academy of Management Review. – 1979. – № 4(4). – С. 497-505.
4. Wood D. Corporate Social Performance Revisited / D. Wood // Academy of Management Review. – 1991. – № 16(4). – С. 691-718.
5. Пархоменко О. С. Чинники і напрями розвитку політики корпоративної соціальної відповідальності українських компаній / О. С. Пархоменко // Ефективна економіка. – 2014. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3003/>
6. Бурковська А. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні / А. В. Бурковська, Т. І. Лункіна // Вісн. аграрної науки Причорномор'я. – 2015. – № 4. – С. 38-43.
7. Яневич Н. Я. Соціальні інвестиції: сутність і класифікація / Н. Я. Яневич. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2010.
8. Грیشнова О. Економічна доцільність та пріоритетні напрями активізації соціальних інвестицій підприємств / О. Грیشнова, І. Магдич // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2016. – №5 (182). – С. 13-18.
9. Гражевська Н. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці / Н. Гражевська, А. Мостепанюк // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2018. – № 2 (197). – С. 12-19. DOI: 10.17721/1728-2667.2019/206-2/2.
10. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність як складова підвищення ефективності системи корпоративного управління / Д. Баюра // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2009. – № 113-114. – С. 60-63.
11. Баюра Д. Формування систем корпоративного управління на закладах соціальної відповідальності / Д. Баюра // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2013. – № 10 (151). – С. 18-22.
12. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект / С. Фірсова // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2011. – № 121-122. – С. 73-76.
13. Галушка З. Вплив соціальних інновацій на модернізацію економічних відносин / З. Галушка // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка. – 2019. – № 2(203). – С. 6-11.
14. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. М. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26.
15. Марущак Н. В. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності / Н. В. Марущак // Європейські перспективи. – 2012. – № 2(1). – С. 213-221.
16. The Cleveland Foundation. Goff's Vision [Електронний ресурс]. – Режим доступу: \_
17. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – №13 (32-33). – С. 122-124.
18. Committee for economic development. Social responsibilities of business corporations, 1971 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.ced.org/pdf/Social\\_Responsibilities\\_of\\_Business\\_Corporations.pdf](https://www.ced.org/pdf/Social_Responsibilities_of_Business_Corporations.pdf).
19. Davis K. The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities / K. Davis // Academy of Management Journal. – 1973. – № 16. – С. 312-323.

Received: 07/07/19  
1st Revision: 25/07/19  
Accepted: 26/09/19

*Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project*

A. Мостепанюк, канд. экон. наук, докторант  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

*Исследованы исторические предпосылки возникновения и дальнейшего формирования теоретической концепции корпоративной социальной ответственности. Кроме того, проанализированы особенности трансформации понятия корпоративной социальной ответственности в соответствии с экономико-социальными изменениями, ожиданиями общества и интересов бизнеса. На основе имеющихся научных разработок, обобщено понятийно-категориальный аппарат, основные принципы функционирования, комплексные модели, потенциальные возможности и угрозы социальной деятельности бизнеса.*

*Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; социальная деятельность бизнеса; модели корпоративной социальной деятельности; принципы корпоративной социальной ответственности.*

A. Mostepaniuk, PhD in Economics, Doctoral Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

**FORMATION AND DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT**

*The article provides the conceptual study on the emerging and further development of the corporate social responsibility (CSR) starting from the late 1880es. The paper covers the most important transformations of the concept, starting from its understanding as a mechanism of redistribution of the wealth and continuing till the formation of the modern business strategy. The study investigates the main principles of CSR, the key arguments for and against the social performance of business, potential positive impact on society and challenges of CSR. The study concludes that key goals of CSR are modifying with other economic and social changes, shifts in public needs and requirements towards business, the possibility of public sector to provide and support basic human rights etc. The outcomes of the research are useful for business in order to implement correctly principles of CSR and avoid possible challenges, to impact positively social life and standards, as well as public sector while the process of institutionalization and forming the legal background of CSR.*

*Keywords: corporate social responsibility; corporate social performance; models of corporate social performance; principles of corporate social responsibility.*

**References (in Latin): Translation / Transliteration/ Transcription:**

1. Carnegie, A., 1889. Wealth. North American Review, 148 (391), pp. 653-664.
2. Bowen, H., 1953. Social responsibilities of the businessman. New York: Harper&Row, 270 p.
3. Carroll, A. B., 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review, 4(4), pp. 497-505.
4. Wood, D., 1991. Corporate Social Performance Revisited. Academy of Management Review, 16(4), pp. 691-718.
5. Parhomenko, O. S., 2014. Factors and directions of development of corporate social responsibility policy of Ukrainian companies. Effective Economics, 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3003/>
6. Burkovska, A. V., 2015. Development of Corporate Social Responsibility in Ukraine. Bulletin of Agrarian Science of the Black Sea, 4, pp. 38-43.
7. Yanevich, N. Y., 2010. Social investments: essence and classification. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House.
8. Grishnova, O., Magdych, I., 2016. Economic feasibility and priority directions of activation of social investments of enterprises. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 5 (182), pp. 13-18.
9. Grazhevska, N., Mostepaniuk, A., 2018. Corporate social responsibility as a factor of accumulation of novel forms of capital in the contemporary market economy. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 2 (197), pp. 12-19. DOI: 10.17721/1728-2667.2018 / 197-2 / 2
10. Bayura, D., 2009. Corporate social responsibility as a component of improving the effectiveness of the corporate governance system. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 113-114, pp. 60-63.
11. Bayura, D., 2013. Formation of corporate governance principles for social responsibility. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 10 (151), pp. 18-22.
12. Firsova, S., 2011. Social responsibility of business in Ukraine: marketing aspect. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 121-122, pp. 73-76.

13. Galushka, Z., 2019. Influence of social innovations on modernization of economic relations. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy, 2 (203), pp. 6-11. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2019/203-2/1>
14. Kolot, A. M., 2013. Corporate Social Responsibility: The Evolution and Development of Theoretical Views. Economic Theory, 4, pp. 5-26.
15. Marushchak, N. V., 2012. The evolution of the concept of corporate social responsibility. European perspectives, 2 (1), pp. 213-221.
16. The Cleveland Foundation. Goff's Vision. Retrieved from: <https://www.clevelandfoundation100.org/foundation-of-change/invention/goffs-vision/>
17. Friedman, M., 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine, 13 (32-33), pp. 122-124.
18. Committee for economic development. 1971. Social responsibilities of business corporations. Retrieved from: [https://www.ced.org/pdf/Social\\_Responsibilities\\_of\\_Business\\_Corporations.pdf](https://www.ced.org/pdf/Social_Responsibilities_of_Business_Corporations.pdf)
19. Davis, K., 1973. The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities. Academy of Management Journal, 16, pp. 312-323.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2019; 5(206): 28-33

УДК 330.88

JEL classification: B 29

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2019/206-5/4>

O. Nesterenko, PhD in Economics, Associate Professor

ORCID ID 0000-0003-0886-8173,

M. Zdvizova, economist

ORCID ID 0000-0003-1838-1115

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## BEHAVIORAL ECONOMIC THEORY: A METHODOLOGICAL BREAKTHROUGH OR EXTENSION OF THE BOUNDARIES OF DOMINANT ORTHODOXY?

*The article is devoted to the analysis of the place of behavioral approach in the structure of modern economic study. The evolution of views on the essence of economic behavior of individuals is described and the peculiarities of approaches to its definition of different economic schools are analyzed. The comparative analysis of behavioral and neoclassical approaches is presented; the peculiarity of the used method is the presentation of the neoclassical direction not in the aggregate, but as two main branches – cardinal and ordinal, which allowed for a more detailed analysis. The analysis revealed differences and some similarity of these directions of research. According to the findings, it is concluded that the behavioral approach is not the complete opposite of the neoclassical, but has a significant number of features close to the ideas of ordinary people, so it can be considered as a natural continuation of established ideas deepened through the use of an interdisciplinary approach. The article also outlines possible options for the development of neoclassical and behavioral approaches and the current issues for further research.*

**Key words:** behavioral economics; economic behavior; rationality; individual decision-making process.

**Introduction.** The problem of determining the nature of economic behavior remains one of the most relevant areas of economic research today, as each individual makes many economic decisions every day and chooses among several alternatives. It is such a daily choice of each person that shapes the specificity of consumption at the macro level, which has a significant impact on both the national economy and the global economy.

Studies of individual behavior began a long time ago, the first substantial concept of economic behavior was the model "Homo economicus" by A. Smith, which has long been the basis of many further studies. Subsequently, many anomalies and inconsistencies were identified in the consumer choice process, which could not be explained by this approach. This led to the emergence of other concepts of economic behavior that took into account social, religious or mental factors and studied the consumer in various aspects. However, the most profound questions about consumer behavior and economic decision-making have been explored by behavioral school representatives, who have taken into account not only economic but also psychological factors, finding that in practice consumers are overwhelmingly irrational.

Behavioral economic theory has always been defined as an alternative to the neoclassical direction, a fundamentally opposite approach. However, at the present stage, more and more scientists are assuming the possibility of synthesis of two directions in the near future. Despite all the differences in methodology, views on rationality and economic behavior, behaviorism has every chance of integrating with the teachings of the neoclassicists and contributing to the development of the economic mainstream.

**Literature review.** Supporters of the cardinal approach (including A. Marshall [1]) and supporters of the ordinal approach worked on the development of the neoclassical model of individual behavior. The basis of the behavioral direction was the research of H. Simon [2] and G. Catona [3], which were developed by D. Kahneman and A. Tversky [4]. Modern researchers of the human model in economics are K. Binmore [5], R. Thaler [6], D. Ariely [7]. Among Ukrainian scientists who have been researching economic choice and behavior, S. Slukhay [8], P. Illiashenko [9], O. Dluhopolsky [10].

**The purpose of the paper** is exploring the neoclassical and behavioral approaches, their common and distinctive features, as well as linking directions in the context of developing views on the nature of economic behavior, and analyzing possible ways of developing and further interacting approaches.

**Research methodology.** To achieve the purpose of the paper and solve certain problems, we used general scientific and special methods of scientific knowledge: comparative analysis – to identify the strengths and weaknesses of neoclassical and behavioral approaches; historical method – for a retrospective analysis of approaches to determine the features of individual choice; cluster analysis – to identify features of ordinal, cardinal and behavioral approaches, establish commonality and distinctive features; analysis and synthesis – to develop suggestions for further interaction of directions. An interdisciplinary approach is used to determine the nature of behavioral economic theory and to explain the characteristics of individual decisions.

**The main results.** Economists for centuries have been searching for the answer to the question of the role of individual in the economy, offering new hypotheses about