

Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування

Ворончак І.О.

кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки та менеджменту
Дрогобицького державного педагогічного університету
імені Івана Франка

У статті проаналізовано передумови розвитку національних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено порівняльну характеристику основних моделей соціальної відповідальності бізнесу: американської, європейської, британської, азійської (японської), пострадянської (російської). Досліджено механізм формування національних моделей соціальної відповідальності бізнесу, що відображає чинники та процес її розвитку. Визначено пріоритетні способи впливу на формування національної моделі соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, національна модель соціальної відповідальності бізнесу, механізм формування моделей соціальної відповідальності бізнесу.

Ворончак И.О. НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: ОСОБЕННОСТИ И МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ

В статье проанализированы предпосылки развития национальных моделей социальной ответственности бизнеса. Осуществлена сравнительная характеристика основных моделей социальной ответственности бизнеса: американской, европейской, британской, азиатской (японской), постсоветской (российской). Исследован механизм формирования национальных моделей социальной ответственности бизнеса, что отражает факторы и процесс ее развития. Определены приоритетные направления влияния на формирование национальной модели социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, национальная модель социальной ответственности бизнеса, механизм формирования моделей социальной ответственности бизнеса.

Voronchak I.O. NATIONAL MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: CHARACTERISTICS AND FORMATION MECHANISM

In this article the preconditions for development of corporate social responsibility national models have been analyzed. A comparative description of the main corporate social responsibility models (American, European, British, Asian (Japanese), post-Soviet (Russian)) has been made. The formation mechanism of corporate social responsibility national models, which reflects the factors and the process of its development, has been explored. The priority directions of influence on the formation of corporate social responsibility national models have been determined.

Keywords: corporate social responsibility, national model of corporate social responsibility, formation mechanism of corporate social responsibility national models.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасне розуміння суспільного значення бізнесу суттєво виходить за межі традиційного трактування його як роботодавця та платника податків. Предметом науково-практичного аналізу соціальної ролі компаній є комплексна оцінка всіх аспектів впливу підприємницької діяльності на економічний, соціальний та екологічний розвиток суспільства в регіональному, національному та глобальному масштабах. Мета такого аналізу – розроблення як державної політики щодо бізнесу, так і корпоративних стратегій, зорієнтованих

на максимізацію вигід та зменшення негативних ефектів господарської діяльності як для самих підприємницьких структур, так і для широкого кола їхніх «зацікавлених сторін» (стейкхолдерів) – осіб чи груп, що є «об'єктом або суб'єктом діяльності організації через, її продукцію, політику або виробничі процеси» (Р. Фрімен) [1].

Необхідність адекватної реакції на мінливі потреби численних груп впливу зумовила актуальність реалізації реактивної та проактивної корпоративної політики, спрямованої на врахування їхніх інтересів та збалансу-

вання з потребами самого підприємства, що отримала назву «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ). Сучасна теорія СВБ пропонує підприємству широкий вибір способів взаємодії зі стейкхолдерами (комунікація, співпраця, управління ними) через використання адміністративних, економічних та соціально-психологічних методів впливу. Проте попри значну різноманітність підходів до побудови відносин бізнесу із соціумом вплив низки загальних для певної країни умов розвитку СВБ (історія, менталітет, державна політика тощо) зумовив стандартизацію моделей соціально відповідальної діяльності, також посилену необхідністю реагувати на «усереднені» очікування, сформовані в рамках національної/регіональної господарської системи. Це призвело до формування відносно стійких «національних моделей СВБ» як типових, очікуваних алгоритмів поведінки бізнесу щодо суспільства, його реакції на соціальні та екологічні проблеми, адекватних конкретним умовам. Дослідження таких моделей є ключем до максимально ефективного використання потенціалу СВБ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сутності моделей соціальної відповідальності бізнесу та їх класифікацію проведено А.Г. Зінченко, М.А. Саснус, М.А. Саприкіною та ін. Детальна характеристика основних моделей соціальної відповідальності зарубіжних країн здійснена А.А. Шулуком, Ю.Н. Половим та ін. Перспективи використання міжнародного досвіду у становленні національної моделі соціальної відповідальності бізнесу в Україні розглядаються у працях М.І. Мурашка, О.Р. Олійника та ін. Водночас поглибленої уваги заслуговує порівняльний аналіз національних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Недостатньо дослідженим залишається також механізм формування моделей соціальної відповідальності бізнесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – за результатами аналізу особливостей національних моделей СВБ визначити механізм та чинники їх формування, а також можливості впливу на цей процес.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід констатувати відсутність у фахових дослідженнях консенсусу щодо причин появи феномену СВБ. Серед передумов, що виділяються найчастіше, варто відзначити загальну тенденцію до гуманізації праці, розвиток профспілкового та консьюмерського рухів,

особисту ініціативу таких видатних підприємців, як Ендрю Карнегі, Джон Д. Рокфеллер, Натан Ротшильд та ін. Проте безсумнівно, що безпосереднім рушієм розвитку СВБ була концентрація капіталу, яка забезпечила бізнесу достатню кількість матеріальних, фінансових, інтелектуальних ресурсів, а також суспільно-політичну вагу для впливу на соціально-економічні процеси у відповідній країні. Водночас це призвело до збільшення ризиків втрати капіталу в умовах зростання популярності «лівих» ідей (20–30-мі та 50–60-ті роки ХХ ст.) і, як наслідок, необхідності обґрунтування «суспільної легітимності» та «корисності» приватного бізнесу (передусім великого).

Рівень гостроти проблем такого типу, а також нерівномірність економічного розвитку окремих країн та регіонів зумовили відсутність синхронізації та ускладнили обмін досвідом СВБ, що призвело до появи достатньо різноманітних підходів до трактування ролі бізнесу в суспільному розвитку – національних моделей СВБ.

Предметом дискусії є як часові рамки формування окремих моделей СВБ, так і власне кількість «оригінальних» національних моделей, що у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців варіюється від трьох (американська, європейська, азійська) [2] до семи: американська (США), європейська (континентальна), британська, скандинавська, азійська (японська), африканська, модель країн БРІКС [3, с. 58–65] чи більшої кількості.

Але безумовною є першість «американської моделі» СВБ, що сформувалася у специфічних умовах «вільного ринку», протестантської етики та «американської мрії». Орієнтація підприємницької моделі США на свободу суб'єктів господарювання зумовила максимальну добровільність і самостійність бізнесу у визначенні власного внеску у суспільний добробут. Основні характеристики американської моделі: сфокусованість на конкретних проблемах, орієнтація на філантропію і волонтерство, партнерські відносини з некомерційними організаціями і лідерами місцевих громад [4, с. 136]. Важливий елемент американської моделі СВБ – розвинена інфраструктура участі бізнесу у соціальній підтримці суспільства: значна кількість корпоративних фондів, орієнтованих на вирішення соціальних проблем за рахунок бізнесу (освіта, медицина, екологічні проекти). Роль держави зводиться до заохочення соціальних ініціатив підприємств через систему податкових пільг.

Європейська модель СВБ може бути охарактеризована як механізм досягнення підприємствами власних бізнес-цілей у жорстких умовах державного/суспільного регулювання і контролю. Типові об'єкти соціальних інвестицій: людський капітал, соціальне страхування, права людини, розвиток науки й освіти, природоохоронна діяльність [5, с. 119]. Ключовою особливістю практики СВБ є її відпрацьоване інституційне забезпечення, як на рівні окремих країн, так і ЄС загалом. Державне регулювання здійснюється постійно діючими урядовими структурами на основі спеціального законодавства. Поширеними є соціальна звітність, сертифікація за міжнародними стандартами СВБ, договірні відносини з профспілками та державними/муніципальними інституціями.

Британська модель СВБ переважно характеризується як симбіоз американського та континентального (європейського) підходів, що поєднує ініціативність бізнесу у виборі сфер СВБ з активною участю держави та інститутів громадянського суспільства у здійсненні корпоративних соціальних інвестицій. Її особливості: увага фінансового сектору до СВБ (розвиток соціально відповідальних інвестиційних фондів), значна роль ЗМІ, поширення навчальних курсів із СВБ у системі бізнес-

освіти, розвинена система співпраці зі стейкхолдерами [3, с. 60].

СВБ в Японії ґрунтується на специфічних трудових відносинах та традиціях країни, де підприємство сприймається як «виробнича сім'я», практикується зайнятість на умовах «довічного найму», а метою бізнесу постулюється забезпечення гармонії інтересів власників, працівників та суспільства. Основні напрями СВБ в азійській моделі: екологія (зміни клімату, збереження екосистем) та трудові відносини (оплата житла для співробітників, їх навчання, допомога при народженні дітей, корпоративні пенсії), що забезпечує стабільність людських ресурсів, формуючи атмосферу участі та спільної відповідальності [4, с. 141–142]. Активна роль держави у стратегічному плануванні і нормуванні СВБ доповнюється діяльністю національних та галузевих бізнес-асоціацій, що формують власні соціальні та екологічні стандарти.

Достатньо неоднозначним є досвід СВБ у РФ, що еволюціонувала від ПР-проектів (філантропія, меценатство, спонсорство), побудованих за західними зразками (90-ті роки ХХ ст.) через планування та реалізацію програм соціальних інвестицій у регіонах діяльності великих (переважно сировинних) компаній (2000-ті роки), у механізм нефор-

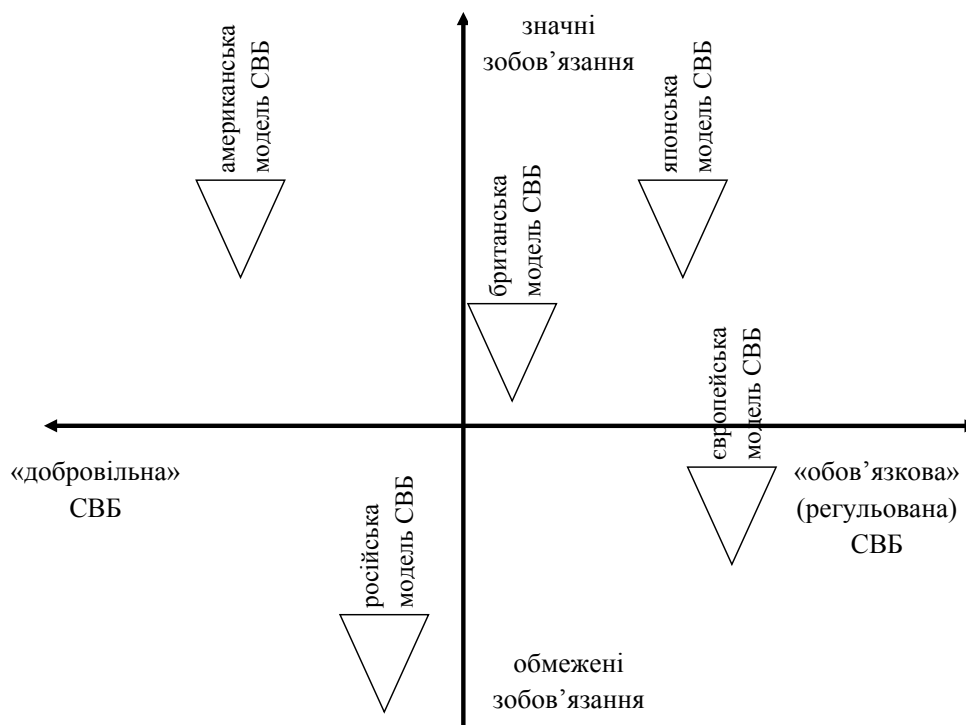


Рис. 1. Співвідношення основних моделей СВБ за критеріями соціального навантаження та державного регулювання

мального залучення приватного капіталу до фінансування державних проектів (2010-ті роки) як наслідок згортання економічних свобод та громадянських прав. Ризик подібної трансформації «добровільної» СББ у «добровільно-примусову» є актуальним і для України.

Отже, будь-яка національна модель СББ може бути проаналізована в двовимірній системі координат (масштаби реакції на суспільні потреби; ступінь державного регулювання участі бізнесу у суспільному розвитку) (рис. 1).

Даний підхід, доцільний для загального порівняння моделей СББ, має обмежене значення з погляду їхньої характеристики. Для таких цілей більш доречним є співставлення національних моделей СББ за визначеним переліком їхніх основних ознак (табл. 1).

Очевидно, що в кожному випадку набір характеристик не є випадковим, а сформувався у процесі розвитку моделі як наслідок специфічної комбінації зовнішніх та внутрішніх чинників, що дає змогу описати цей процес к загальному вигляді як механізм фор-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика основних національних моделей СББ

Ознака	Модель СББ				
	США	Європа	Велико-британія	Японія	Росія
релігійно-філософські передумови СББ	протестантська трудова етика, лібералізм	соціальні доктрини католиків (Пд. Європа) і протестантів (Пн. Європа)	англіканство та пуританська етика	поєднання світоглядних принципів буддизму, синтоїзму, конфуціанства	православна культура, традиціоналізм
суспільні цінності та культурні особливості ведення бізнесу	індивідуалізм, наполеглива праця, лідерство, конкуренція, процвітання, громадянська активність	прагматизм, пріоритет особистих і сімейних інтересів, солідарність, добробут	економічна раціональність, індивідуалізм, традиціоналізм	колективізм, патерналізм, скромність, повага до традицій, взаємодопомога	колективізм, соціальна справедливість, персоніфікація влади, правовий нігілізм, економічна ірраціональність
типовий ініціатор СББ	бізнес	державна, інститути громадянського суспільства	бізнес, інститути громадянського суспільства	великий бізнес	органи влади, великий бізнес
роль держави в СББ	мінімальне регулювання, податкові пільги	регулювання за допомогою законів і стандартів	активна підтримка, обмежене регулювання	розроблення соціальних та екологічних стандартів	державна як замовник, контролер та бенефіціар СББ
сприйняття бізнесу в суспільстві	відсутність традицій конфронтації та конфліктів у трудовій сфері, нечисленність та конформізм профспілок	пошук соціального компромісу між працею та найманим капіталом	усвідомлення економічної, соціальної та екологічної ролі бізнесу, профспілкові традиції	сприйняття підприємства як «великої сім'ї», визнання соціальної ролі бізнесу	недовіра до представників бізнесу, протиставлення інтересів бізнесу і суспільства
ключові зацікавлені сторони	акціонери, споживачі, ЗМІ, місцеві громади, мало-забезпечені	споживачі, працівники, держава, громадські організації	споживачі, ділові партнери, профспілки, ЗМІ	працівники, споживачі, місцеві громади	органи державної та місцевої влади, профспілки

Джерело: узагальнено за даними [2; 3; 4; 6]

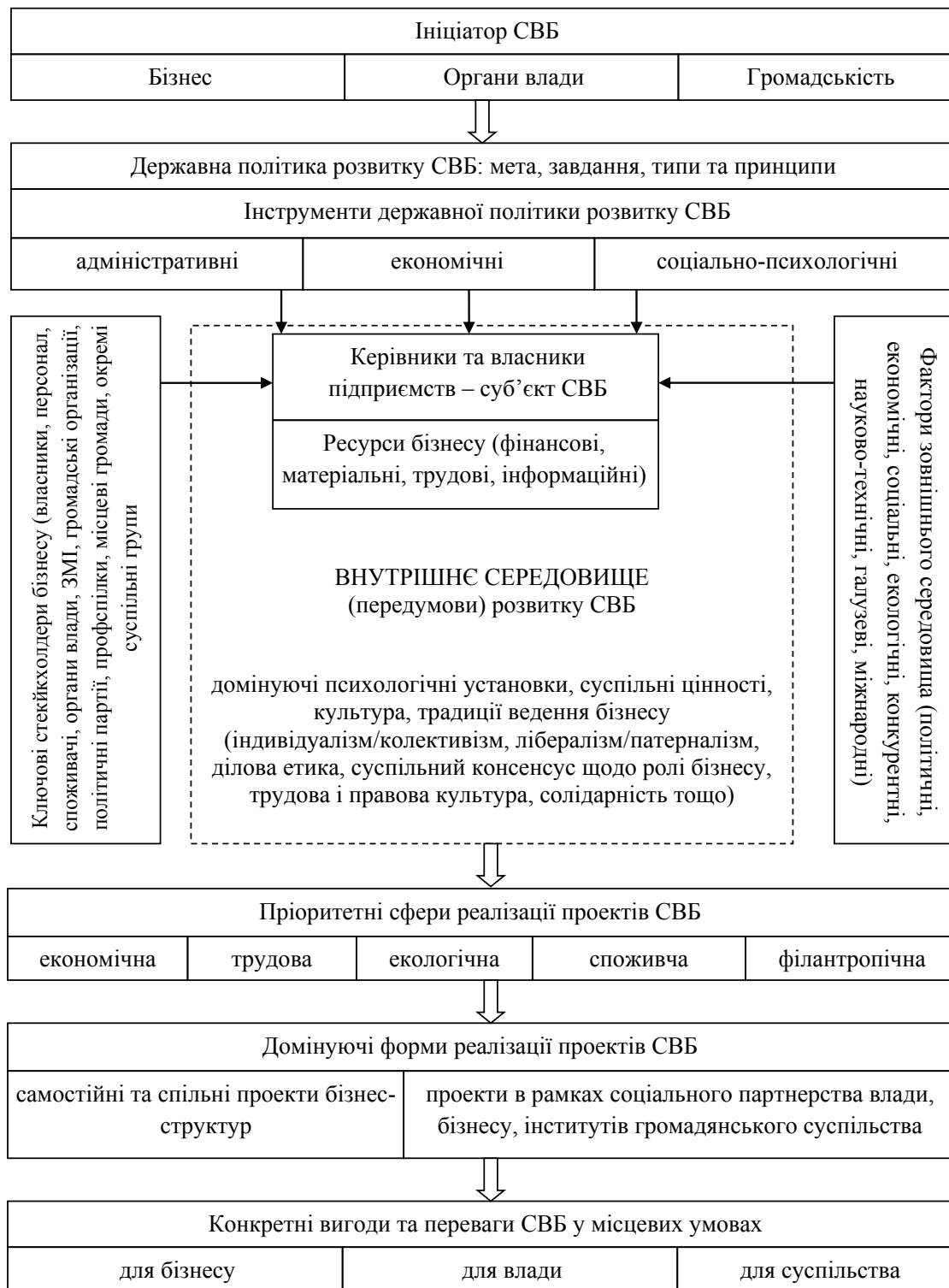


Рис. 2. Механізм формування національної моделі СВБ

мування/модифікації/розвитку національної моделі СВБ (рис. 2).

Виокремлення ключових чинників формування національних моделей СВБ (соціально-культурні особливості та традиції, вплив зацікавлених сторін, економічна політика на макрорівні, доступність відповідних ресурсів, наявність

сприятливого середовища для соціальних інвестицій) дає змогу сформулювати методи впливу на їхній стан, тобто перспективні способи формування/модифікації моделі СВБ, зокрема:

- розвиток ділової культури та етики підприємництва через національну систему бізнес-освіти;

– формування суспільного запиту на СВБ, використання системи дієвих стимулів та санкцій у податковому та господарському законодавстві;

– розвиток національної інфраструктури СВБ (її організаційного, фінансового, інформаційно-методичного забезпечення);

– підтримка (посилення суспільної влади) певних груп зацікавлених сторін у результаті законодавчого розширення їхніх прав (розвиток інститутів громадянського суспільства);

– налагодження міжсекторальної співпраці у СВБ (державно-приватне партнерство, бі- та трипартизм).

Висновки з цього дослідження. Формування національної моделі СВБ – це не копіювання успішних зарубіжних зразків поведінки. Використання найкращого світового досвіду в кожній країні має об'єктивно поєднуватися з урахуванням місцевих традицій, менталітету, особливостей запитів місцевих стейкхолдерів до бізнесу. Основний інструмент формування ефективної моделі СВБ – відкритий діалог усіх зацікавлених сторін, соціальне партнерство та поширення знань про СВБ, зважена державна політика розвитку підприємництва.

Предмет подальших наукових досліджень у даній сфері:

– рівень сформованості, сучасний стан та напрям еволюції вітчизняної моделі СВБ; ключові чинники, що сприяють/перешкоджають її становленню; доцільність та пріоритетний інструментарій державного управління процесом розвитку СВБ (законодавче регулювання, стратегічне планування, інструменти «м'якої сили»);

– виявлення найбільш придатної до адаптації у вітчизняних умовах серед усталених моделей СВБ, обґрунтування можливості та масштабів запозичення зарубіжного досвіду побудови відносин бізнесу і громадянського суспільства;

– проблеми модифікації корпоративних стратегій у сфері СВБ: іноземних компаній та спільних підприємств на українському ринку, а також вітчизняних підприємств за умов виходу на світовий ринок (ЄС, США, країн Азії тощо);

– перспективи регіональної уніфікації практики СВБ (зокрема, в об'єднаннях типу ЄС, НАФТА, ЛАД, ШОС, АСЕАН тощо) чи глобального зближення вимог до СВБ (як результат поширення стандартів управління та звітності з СВБ ISO 26000, GRI 3.1, AA1000, SA8000 тощо).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. London: Pitman Publishing, 1984.
2. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. URL: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник / А.М. Саприкіна та ін.; за заг. ред. О.С. Редькіна. К.: Фарбований лист, 2011. 480 с.
4. Социальный аудит: учеб. пособ. / под общ. ред. д.э.н., проф. А.А. Шулуца, д.э.н., проф. Ю.Н. Полова]. М.: АТИСО, 2008. 620 с.
5. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Демографія та соціальна економіка. 2009. № 2(12). С. 114–122.
6. Олійник О.Р. Міжнародний досвід розвитку соціальної відповідальності та можливість його застосування в Україні. Інноваційна економіка. 2015. № 4(59). С. 37–44.

REFERENCES:

1. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. London : Pitman Publishing, 1984.
2. Socialna vidpovidalnist biznesu: rozuminnya ta vprovadzhennya [Corporate social responsibility: understanding and implementation] (electronic resource). Available at: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
3. Saprykina M. A., Lyashenko O. V., Sayensus M. A., Misko G. A., Zinchenko A. G. (2011) Korporativna sotsialna vidpovidalnist: modeli ta upravlinska praktyka [Corporate social responsibility: models and practice of management]. K : TOV "Farbovanij lys", 480 p.
4. Shulus A. A., Polov U. N. (2008) Socialnyj audit : uchebnoe posobie [Social Audit: Training Manual]. M : Izdatelskij dom "ATISO", 620 p.
5. Murashko M. I. (2009) Konceptualni osnovy socialnoyi vidpovidalnosti biznesu v Ukrayini [Conceptual foundations of corporate social responsibility in Ukraine]. Demografiya ta socialna ekonomika, № 2 (12), pp. 114-122.
6. Olijnik O. R. (2015) Mizhnarodnij dosvid rozvritku socialnoyi vidpovidalnosti ta mozhlivist jogo zastosuvannya v Ukrayini [International experience of corporate social responsibility and the possibility of its application in Ukraine]. Innovacijna ekonomika: naukovovo-virobnichij zhurnal, № 4(59), pp. 37-44.