

УДК 338.242.42

Попадюк О.В.

аспірант

Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

АНОТАЦІЯ

Вивчення міжнародного досвіду з урахуванням специфіки економічного і соціального середовища України дає можливість розширити варіанти пошуку способів розвитку корпоративної етики і соціальної відповідальності бізнесу. У статті представлені та проаналізовані основні моделі соціальної відповідальності бізнесу передових країн світу. Розкрито особливості американської, європейської, японської, латиноамериканської, африканської, і БРИКС КСВ моделі. Проведено порівняльний аналіз цих моделей, виділено їх позитивні риси і недоліки під час впровадження в умовах перехідної економіки.

Ключові слова: влада, суспільство, підприємництво, соціальна відповідальність підприємництва, моделі соціальної відповідальності.

АННОТАЦІЯ

Изучение международного опыта с учетом специфики экономической и социальной среды Украины дает возможность расширить варианты поиска способов разработки корпоративной этики и социальной ответственности бизнеса. В статье представлены и проанализированы основные модели социальной ответственности бизнеса передовых стран мира. Раскрыты особенности американской, европейской, японской, латиноамериканской, африканской, и БРИКС КСО модели. Проведен сравнительный анализ этих моделей, выделены их положительные черты и недостатки при внедрении в условиях переходной экономики.

Ключевые слова: власть, общество, предпринимательство, социальная ответственность предпринимательства, модели социальной ответственности.

ANNOTATION

The study of international experience with regard to Ukrainian economic and social environment gives an opportunity to expand the search options for development methods business social responsibility. The given article presents the analysis of the main models of business social responsibility in the leading countries of the world. The authors have discovered the features of American, European, Japanese, Latin-American, African, and BRICS CSR models. The comparative analysis of these models is conducted, with positive features and possible failures for a transition economy considered in detail.

Key words: power, society, business, social responsibility of business, models of social responsibility.

Постановка проблеми. Події останніх років – світова фінансова та економічна кризи, загострення соціальної напруженості, погіршення стану оточуючого середовища – спонукають підприємства до пошуку нових стратегій та підходів до ведення бізнесу. Одним із таких підходів є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що безпосередньо узгоджується із концепцією сталого розвитку. Прояви соціальної відповідальності є різними в різних компаніях та організаціях, багато чинників виявляють схожий вплив на формування

системи соціальної відповідальності в країні. У сукупності це формує модель соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей концепції корпоративної соціальної відповідальності та моделей її реалізації присвячено значну кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Найбільш вагомий внесок було зроблено зарубіжними вченими, а саме Ф. Котлером [6], Е. Карнегі, М. Портером, М. Крамером [14], Т. Вілсон [15], К. Девісом, тобто представниками тих країн, де КСВ існує вже досить тривалий проміжок часу й успішно функціонує. Серед вітчизняних науковців доцільно відзначити праці В. Воробей [2], О. Лазоренко, Р. Колишко [9], І. Малік [10].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на науково-теоретичні напрацювання дослідників, в них не знайшло повноцінного відображення дослідження функціонування моделей корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Мета статті полягає в аналізі моделей соціальної відповідальності бізнесу, що застосовуються в різних країнах; визначенні їх сутності та принципів роботи з огляду на значущість кожної з них.

Виклад основного матеріалу дослідження. Практичне застосування моделей соціальної відповідальності бізнесу визначається рівнем розвитку країн та їхнього законодавства, пов'язане з історичними, національними та культурними особливостями. Дослідники розрізняють чотири моделі корпоративного розвитку: американську, європейську, латиноамериканську і японську (азіатську); таким же чином формувалися відповідні моделі КСВ. В даний час виділяють додатково африканську модель і модель країн БРИКС.

Американська модель корпоративної соціальної відповідальності. Довгий час існувала думка про те, що корпоративна соціальна відповідальність є суто американським явищем. І справді, традиції філантропії та добровільної допомоги бізнесу іншим верствам суспільства були широко поширені в США ще в ХІХ столітті.

Завдяки природі американського підприємництва, що базується на максимальній свободі суб'єктів, багато сфер суспільства досі залишаються саморегульованими. Так, трудові відносини «працівник-роботодавець» є предметом двостороннього договору цих сторін. Право американ-

ців на охорону здоров'я здебільшого є саме правом вибору громадянина про те, користуватися медичними установами чи ні (а звідси впливає і добровільність медичного страхування). Державне регулювання в цих областях зачіпає лише базисні невід'ємні права членів суспільства. Відповідно, всі ініціативи в галузі корпоративної соціальної відповідальності є для корпорацій добровільними за своєю природою, що говорить про повну відкритість американської моделі корпоративної соціальної відповідальності. Америка виробила численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства, зокрема велику кількість корпоративних фондів, націлених на вирішення різноманітних соціальних проблем за рахунок бізнесу. Всім відомо, що американська професійна освіта спонсорується приватним сектором, чого немає в жодній іншій країні світу (зрозуміло, ми виключаємо порівняння країн, де освіта, охорона здоров'я, інші соціально значимі області існування суспільства фінансуються державою). Це пояснюється тим, що бізнес зацікавлений у добровільних вливаннях в освіту, пенсійні та страхові схеми для персоналу та інші соціально значимі програми. Для США характерним є мінімальне втручання держави в приватний сектор. Незважаючи на це, Америка відома традиціями систематичної участі бізнесу та / або його представників у фінансуванні найрізноманітніших некомерційних проектів [12]. Отже, можна назвати такі пріоритетні напрями соціальної відповідальності американських компаній: відповідальність за продукти компанії (їх безпеку, глобальне ліцензування продуктів, відповідність стандартам), захист довкілля («зелений рух», відновлювані джерела енергії, використання екологічно чистих продуктів під час виробництва товарів компанії), захист співробітників (програми навчання, виплати бонусів). Заходи з КСВ реалізуються американськими корпораціями через численні корпоративні та благодійні фонди [8].

Другою моделлю соціальної відповідальності є європейська модель. Вона принципово відрізняється від американської. Сьогодні соціальну відповідальність в Європі розглядають як один із механізмів підвищення конкурентоспроможності й водночас як добрий засіб зростання стандартів життя громадян. Більшою мірою європейська модель соціальної відповідальності орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища [4]. Порівнюючи її з американською моделлю, можна сказати, що перша ставить за мету прибутковість, а європейська відносить до неї додаткові питання відповідальності перед працівниками і місцевими співтовариствами. Відповідно, соціальна відповідальність поширюється на умови праці, заробітну плату, випуск якісної продукції та надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість у конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення.

Розглядаючи європейську модель, також важливо зазначити, що характерною її ознакою є помітна роль держави. Загальновідомо, що європейська модель економіки характеризується високими обсягами ВВП, що перерозподіляється через державний бюджет (близько 50%), створенням розвиненої системи соціального захисту на основі залучених коштів держави та підприємців. Європейська модель розглядає державу як інститут, що приводить у виконання прийняті правила поведінки. Натомість у США таке втручання держави трактується як порушення свободи діяльності.

В Європі соціальна відповідальність є складовою стратегій розвитку держав. Саме тому більшість країн ЄС уже розробила або розробляє національні стратегії соціальної відповідальності. Просуваючи соціальну відповідальність, уряди країн Європи передусім намагаються, щоб урядові установи подавали правильний приклад самі. Згідно з цим, наприклад, голландські урядові установи приділяють особливу увагу умовам, за яких вироблені товари, які вони купують, до 2% закупівель, зроблених державою, мають бути екологічно чистими [12]. Це сприяє заохоченню компаній виробляти товари і послуги екологічно безпечним способом.

За європейською моделлю соціальної відповідальності, на нашу думку, держава виступає в ролі інституту, який визначає правила поведінки і стежить за їх дотриманням; також тут мають місце проведення економічного обґрунтування соціальних заходів і контроль за їх ефективністю. Спостерігається високий рівень інтеграції соціальної діяльності у загальну стратегію розвитку компанії, існує високий рівень уваги з боку громадськості. У європейській моделі благодійні заходи не є поширеними, що зумовлено високим рівнем податків, відсутністю пільг та інших стимулів.

Японська (азіатська) модель. У цій моделі активну роль відіграють держава і традиції. Співробітники лояльні до компанії протягом усього життя (інститут «довічного найму») і відносяться до компанії, як до «виробничої сім'ї». Питання розвитку азіатської моделі КСВ відкрито дискутуються. Азіатський Саміт з КСВ у вересні 2011 р. на тему «Азіатський розвиток: глобальна відповідальність» та інші щорічні заходи з КСВ, на яких обговорюються ключові питання і нові ідеї з КСВ для бізнесу та уряду, проводяться з метою побудови стратегії сталого розвитку бізнесу в Азії [11].

Основні риси японської системи соціальної відповідальності визначає низка концепцій, яких немає в американській моделі. Найважливішими з них є колективне прийняття рішень, відповідальність перед працівниками та соціальна відповідальність керівництва.

Так, Японія першою у світі стала розвивати так званий менеджмент із «людським обличчям». У бідній на природні ресурси країні традиційно культивується принцип «Наше ба-

гатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного їх використання [12]. До найбільш поширених напрямів соціальної відповідальності перед працівниками належать такі, як система довічного найму, допомога в придбанні житла, стимулювання сімейних династій, навчання спеціалістів, фінансова допомога при народженні дітей, а потім їх навчання, щедри вихідні допомоги, корпоративні пенсії.

Протягом останніх років у соціальній відповідальності Японія набирає обертів, охоплює всю структуру управління в компанії, не обмежуючись внутрішнім спрямуванням [13]. Тут підприємства реорганізують свої структури через заснування офісу соціальної відповідальності бізнесу, що їх традиційно контролювали відповідні відділи, такі як відділ інвестицій та відділ управління навколишнього середовища. Декілька японських корпорацій заснували департаменти соціальної відповідальності бізнесу, які розповсюджують інформацію про соціальну відповідальність, приділяючи значну увагу зацікавленим партнерам та публікуючи звіти [12].

Отже, в японській моделі соціальної відповідальності, на нашу думку, значним є вплив держави, розповсюджена практика серед компаній володіння об'єктами соціальної інфраструктури, забезпечення соціально-побутових благ на колективній основі, поширеність соціально-побутових ініціатив, що спрямовані на задоволення потреб працівників.

Латиноамериканська модель. Латиноамериканським країнам властива висока активність ЗМІ, тому громадськість досить добре обізнана про соціальну відповідальність корпорацій. У країнах БРІКС розвиток КСВ направлено на зміцнення корпоративного управління, захист навколишнього середовища і соціальну політику по відношенню до персоналу.

На думку А. Колота, можна виокремити новий різновид моделі соціальної відповідальності, а саме *британську модель* [7]. Це, так би мовити, поєднання американської та європейської моделей, що увібрало в себе кращі елементи та досягнення провідних компаній цієї країни.

Принциповим моментом британської моделі соціальної відповідальності є яскраво виражена активність самого бізнесу у створенні проектів у сфері соціальної відповідальності, що фактично цілком відповідає принципу добровільності [3]. Загальною рисою цієї моделі є передусім активна підтримка бізнесу з боку держави й добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. У Великобританії ініціаторами вияву соціальної відповідальності з боку підприємницьких структур виступають здебільшого урядові органи. Останнім доручена їм координація зусиль щодо впровадження соціальної відповідальності у практику. Участь влади в розвитку соціальної відповідальності виявляється в налагодженні партнерства з власниками підприємств, які беруть участь у

фінансуванні проектів, стимулюванні учасників. Про увагу до соціальної відповідальності бізнесу у Великобританії свідчить той факт, що в уряді створюють посаду міністра з корпоративної соціальної відповідальності. Загалом процес розвитку британської моделі соціальної відповідальності має поступальний характер. Найважливішою подією стало скликання найбільшої асоціації для ініціатив у сфері соціальної відповідальності – «Бізнес у громаді», – яка стимулювала створення державно-приватних партнерств, завдяки чому влада разом із приватними підприємствами вирішувала найгостріші соціальні проблеми [7].

Слід зазначити найбільш явні відмінності концепції в моделях КСВ розвинених країн і країн, що розвиваються. У розвинених країнах ефективно працюють державні соціальні програми, тому більшість населення підтримки з боку бізнесу не потребує. Внаслідок цього КСВ в розвинених країнах орієнтована переважно на рішення цільових програм: навколишнє середовище, розвиток власного персоналу тощо. Американська модель КСВ більшою мірою, ніж європейська, схильна до публічності, тому в США під цільовими програмами компанії часто проводять свої піар-акції. В країнах, що розвиваються, де державні соціальні програми не можуть охопити весь обсяг проблем, моделі соціальної відповідальності бізнесу більше сфокусовані на наданні допомоги малозабезпеченим верствам населення, тобто на благодійності, філантропії, волонтерстві.

Підсумовуючи, слід зазначити, що підприємство ніколи не буде соціально відповідальним, якщо буде ігнорувати основи соціальної відповідальності, закладені в міжнародному стандарті ISO 26000 [1]. Цей стандарт призначений для того, щоб допомогти бізнесу здійснити внесок в сталий розвиток, він виокремлює сім принципів соціальної відповідальності: підзвітність, прозорість, етична поведінка, повага до інтересів зацікавлених сторін, дотримання верховенства закону, дотримання міжнародних норм поведінки, дотримання прав людини [5].

Ігнорування українським бізнесом міжнародних стандартів в галузі корпоративної соціальної політики, його відсторонення від участі у вирішенні проблем суспільства стали одними з основних причин економічної, соціальної та політичної кризи в Україні.

Висновки. Отже, зазначимо, що досліджені нами моделі КСВ є досить поширеними та базуються на культурних традиціях країн, економічній та екологічній ситуаціях. Для американської моделі КСВ притаманні риси філантропічного підходу до КСВ: мінімальне втручання держави в приватний бізнес, систематичне фінансування різних некомерційних організацій і фондів, корпоративне волонтерство, рекламування благодійних акцій.

Порівняно з американською, європейська модель КСВ є чітко орієнтованою на отримання

прибутку, на збільшення інвестиційної вартості компанії та є складовою частиною загальної стратегії банку. Концепція КСВ, на нашу думку, є повністю добровільною ініціативою бізнес-структур та не може працювати на методах примусу. Але в межах цієї моделі роль держави в регулюванні процесів КСВ є досить значною, зокрема є законодавчо закріплений перелік програм, вимоги щодо подання соціальних звітів, нормативні положення щодо соціального партнерства. Європейська модель КСВ, на відміну від американської моделі, передбачає інституціоналізацію відносин зі стейкхолдерами; практика склалася в надрах соціальної держави. Європейська модель КСВ орієнтована на перетворення компаній на повноправних членів національних спільнот, а стратегії соціальної відповідальності – на важливий ресурс європейського будівництва.

Стосовно азійської моделі КСВ варто відзначити її тісний зв'язок із традиціями та культурними цінностями країн Сходу. Сприйняття працівників як «виробничої сім'ї» здійснює суттєвий вплив на формування підходів до впровадження концепції КСВ. Також активною є роль держави. Значним блоком у концепції КСВ представлена екологічна складова, що пов'язано з непередбачуваними наслідками стихійних лих. Африканська модель КСВ націлена на надання фінансової допомоги компаніями на проекти боротьби з бідністю, освітні програми в області ВІЛ, освіти, надання допомоги місцевим організаціям. Латиноамериканським країнам характерна висока активність ЗМІ, тому громадськість досить добре обізнана про соціальну відповідальність корпорацій. У країнах БРІКС розвиток КСВ направлено на зміцнення корпоративного управління, захист навколишнього середовища і соціальну політику по відношенню до персоналу.

Ідеальної моделі побудови механізму корпоративного управління соціальної відповідальності не існує, оскільки кожна з них має свої переваги та недоліки. Тому під час формування моделі КСВ на українських підприємствах слід враховувати те, що введення певної моделі соціально-відповідального бізнесу допомагає уникнути переростання соціальних проблем в кризу, яка може негативно позначитися на роботі компанії. Можемо зазначити, що більш актуальною для перехідної економіки є американська модель, оскільки вона дає змогу розвивати раціонально-ефективне громадянське суспільство та створює передумови для активізації соціальної відповідальності підприємництва. При

цьому слід пам'ятати, що у формуванні моделі правильного формату взаємовідносин «державо-бізнес-суспільство» насамперед повинна бути зацікавлена держава.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бандирська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О. Бандирська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 60–64.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська бізнес-студія. – 2005. – № 10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>.
3. Гессен А. Становлення системи корпоративної соціальної відповідальності / А. Гессен // Вісник Дніпропетровської державної академії: економічні науки. – 2009. – № 2 (22). – С. 25–30.
4. Деркач С. Бізнес має бути соціально відповідальним / С. Деркач [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stepanderkach.com.ua>.
5. Кравцова Е. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике / Е. Кравцова, В. Матвеева // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – № 6 (1). – С. 81–98.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер.; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
7. Колота А. «Соціальна відповідальність»: теорія і практика розвитку / А. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 500 с.
8. Кузнецова Н. Модели корпоративной социальной ответственности / Н. Кузнецова, Е. Маслова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2013. – № 4 (24). – С. 22–36.
9. Лазоренко О. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. – К.: Енергія, 2008. – 96 с.
10. Малик И. Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине / И. Малик // Економічний простір. – 2008. – № 13. – С. 112–123.
11. Корпоративная социальная ответственность в Казахстане: официальный сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csrkz.org/ru/meropriyatiya/sobytiya.html>.
12. Смовженко Т. Корпоративна соціальна відповідальність / Т. Смовженко, А. Кузнецова. – 2-ге вид., виправл. і доповн. – К.: УБС НБУ, 2010. – 314 с.
13. Ткаченко Н. Мотивація соціальної відповідальності / Н. Ткаченко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2008. – Вип. 19 (1). – С. 102–109.
14. Porter M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review. – 2009. – Vol. 84 (12). – P. 78–94.
15. Wilson Th. CSR and banks: the role that banks could and should play in addressing financial exclusion / Th. Wilson // Brotherhood of St. Laurence's Research & Policy Centre. – Fitzroy Vic., 2008.