

УДК 338.23:330.131.5(477)

Т. В. КУЗНЕЦОВА
Л. А. ШЕРГІНА

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

В статті розглянуто основні моделі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу зарубіжних країн. Висвітлено принципи та механізми реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

In the article the basic models of corporate social responsibility abroad. Deals with the principles and mechanisms of social responsibility.

Ключові слова: бізнес, соціальна відповідальність, репутація підприємства.

Наскільки бізнес є соціально відповідальним, показує практика відповідального ставлення до споживачів та партнерів, до потреб розвитку власного персоналу, співробітників, відповідального ставлення до довкілля, а вже потім – до зовнішніх соціальних потреб. Організація, яка веде зовнішню благодійницьку діяльність, але не ставиться відповідально до споживачів, партнерів, персоналу, довкілля, не може бути визнана соціально відповідальною [6].

Бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності отримує певні вигоди:

- забезпечення суспільної репутації підприємства;
- зростання довіри населення до діяльності підприємства його товарів та послуг;
- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві;
- забезпечення лояльності персоналу;
- можливість формування безпечного середовища

© Кузнецова Т.В. - к.е.н., професор Національного університету водного господарства та природокористування;

© Шергіна Л.А. - к.е.н., доцент ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

діяльності та розвитку підприємства, відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;

- можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю.

Метою даної статті є огляд зарубіжного досвіду формування моделей соціальної відповідальності підприємництва.

Участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем як принцип корпоративного управління стала предметом досліджень, наукових дискусій українських і зарубіжних вчених, представників бізнес-еліти і громадських діячів. Вагомим внеском у розвиток наукових уявлень про соціальну відповідальність бізнесу стали праці П. Друкера, А. Динкіна, М. Кастельса, Кофі А. Аннана. В Україні ці питання досліджували В. Мандибура, С. Перегудова, Г. Ракитська, О. Скрипник, С. Мельник, Д. Баюра, Е. Черних, М. Саприкіна, В. Воробей, О. Маліновська, А. Алексеев тощо.

Спектр міжнародних моделей корпоративної соціальної відповідальності визначається, в першу чергу, дилемою: бізнес самостійно визначає міру свого внеску в розвиток суспільства або офіційні та неофіційні інститути виробляють узгодження суспільних інтересів, які потім трансформуються в обов'язкові вимоги до бізнесу.

Теоретичні напрацювання у сфері соціальної відповідальності бізнесу, які ґрунтуються на практиці ведення бізнесу у зарубіжних країнах враховують історію, менталітет, традиції, політику урядів. У різних державах сформувалися специфічні моделі взаємодії бізнесу з персоналом, місцевими громадами, урядом та іншими стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) – особами, що впливають на діяльність підприємства чи зазнають його впливу.

Соціальна відповідальність бізнесу у кожній країні має певну специфіку, але визначення спільних рис національних моделей дає змогу виділити найбільш поширені - американську та європейську моделі, зміст та сутність яких прямо пропорційно залежить від суспільно-економічних умов розвитку країни, ступеню відповідності положень діючого комерційного, податкового, трудового та екологічного законодавства вимогам міжнародних стандартів, шляхів забезпечення прав та свобод громадян тощо.

Моделі корпоративної соціальної відповідальності в США і Європі визначені як відкриті і приховані форми корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1).

Таблиця 1

Форми корпоративної соціальної відповідальності в США та Європі [3, с. 36-37]

Види форм СВ	Зміст форми СВ
Відкрита форма	Визначає лінію поведінки корпорації, яка призводить корпорацію до прийняття на себе відповідальності за вирішення тих питань, в яких зацікавлене суспільство. Зачіпає добровільні і самостійно визначені лінії поведінки, програми та стратегії корпорації з питань, які сприймаються самою корпорацією або її стейкхолдерами як частина їх (корпорації або стейкхолдерів) відповідальності перед суспільством.
Прихована форма	Визначає офіційні та неофіційні інститути країни, через які відповідальність корпорацій за суспільні інтереси узгоджена з корпораціями або запропонована їм. Включає в себе цінності, норми і правила, які часто ведуть до обов'язкових вимог щодо корпорацій у питаннях, які громадські, політичні та економічні інтереси (країни) розглядають як належні та обґрунтовані обов'язки юридичних осіб

Розглянемо більш детально моделі соціально-відповідального бізнесу в різних країнах.

Американська модель соціальної відповідальності бізнесу відома своїми традиціями, ініціюється самими компаніями і передбачає максимальну самостійність бізнесу у визначенні свого внеску у суспільний добробут. З історичної точки зору для США характерно мінімальне втручання держави в діяльність підприємств. Американська модель соціально відповідального підприємства робить акцент на філантропію, тобто, підприємство певну частину прибутку інвестує в суспільно-корисні ініціативи. Подібного роду добродійна діяльність часто не пов'язується з основною діяльністю компанії і легко може бути скорочена залежно від економічної ситуації і політики компанії [5].

Діяльність американських корпорацій ґрунтується на максимальній свободі і в багатьох випадках є саморегульованою. Незважаючи на те, що уряд зацікавлений в посиленні системи соціального забезпечення, вирішення більшої частини соціальних проблем він перекладає на місцевий рівень і підприємницький сектор. Тому місцеві органи державного управління спільно з бізнесом змушені самотужки вирішувати соціальні проблеми [1].

У США існують численні механізми участі бізнесу в підтримці суспільства, значна кількість корпоративних фондів, спрямованих на вирішення соціальних проблем (у сфері освіти, охорони здоров'я, підтримки малозабезпечених) за рахунок бізнесу. Відповідальна поведінка корпорацій заохочується податковими пільгами та системою публічних рейтингів компаній за рівнем соціальної та екологічної відповідальності.

Американська модель соціальної відповідальності бізнесу є найпоширенішою. Її відносно легко впроваджувати в практику бізнесу, позитивно сприймає населення, громадські організації та персонал. З точки зору потенційних інвесторів, благодійна діяльність компанії характеризує її як соціально стійку і отже, більш привабливу для капіталовкладень.

Американська модель корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) частіше втілюється в життя або ж на малих фірмах, в яких недоцільно впроваджувати комплексну політику КСВ на рівні стратегії, оскільки для цього недостатньо ні фінансових ні людських ресурсів, або ж в банках і компаніях країн, що розвиваються, зважаючи на відносну новизну соціальних ініціатив в цих країнах [4]. Чим менший зв'язок простежується між соціально-відповідальними витратами підприємства і його діловими досягненнями, тим більш позитивно це впливає на репутацію підприємства та формування довготривалих взаємин із цільовими групами.

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, як-то: велику кількість корпоративних фондів, націлених на вирішення різноманітних соціальних

проблем за рахунок бізнесу. Всім відомо, що американська професійна освіта спонсорується приватним сектором.

Відповідальна перед суспільством поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими на законодавчому рівні.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки компаній використовується доволі широко:

по-перше, вона досить легко втілюється в життя, результати її реалізації часто є публічно наочними;

по-друге, ця модель у разі грамотного її втілення, знаходить найбільш відгук з боку населення та громадських організацій, оскільки дозволяє сприймати компанію як таку, що піклується про потреби мешканців міста, району або регіону [5].

Основними характеристиками американської моделі є:

1) вузькосфокусована спрямованість (витрати на соціальні потреби як правило здійснюються лише на окрему сферу: молодь, освіта, екологія і т.ін.);

2) діловий характер (використовується здебільшого для зміцнення іміджу компанії, покращення зв'язків із споживачами);

3) орієнтованість на місцеве співтовариство (спрямованість на зміцнення статусу підприємства в районі його функціонування);

4) партнерський характер по відношенню до інших суб'єктів господарювання, органів місцевої влади, лідерів місцевого співтовариства;

5) "економність" у витратах;

6) волонтерський характер (заохочується соціальна активність співробітників компанії) [5].

Основними напрямками реалізації механізму соціальної відповідальності з використанням американської моделі є: екологічність роботи компанії, стабільність і надійність [25]. Тож, обираючи американську модель соціально-відповідальної поведінки, компанії необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і суспільства до процесу вибору об'єктів соціального інвестування, а також відстежувати результат від цих вкладень.

Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності не є відкритою лінією поведінки компанії.

Навпаки, та корпоративна діяльність, яка традиційно розглядається в США, в Європі, як правило, регулюється нормами, стандартами і законами відповідних держав. Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу пов'язана з досягненням компанією бізнес-цілей та зосереджена на веденні основної діяльності у соціально відповідальний спосіб. Соціально-відповідальна діяльність компанії є частиною стратегії створення додаткової інвестиційної привабливості компанії.

Базовою відмінністю європейської моделі соціальної відповідальності бізнесу є державний меркантилізм. Тобто держава зацікавлена в благополучному і стабільному суспільстві, що досягається більшою мірою за рахунок підвищення рівня соціальної захищеності та безпеки найманих працівників. Стимулом до розвитку соціальної відповідальності в Європі став закон, який зобов'язав пенсійні фонди інформувати населення про те, чи спрямовують вони надходження від пенсійних внесків у діяльність соціально орієнтованих підприємств. Соціальну відповідальність європейські компанії пов'язують із забезпеченням бізнес-мети – практично всі ініціативи, що фінансуються компанією, мають безпосередньо стосуватися підвищення прибутку. Європейська модель соціальної відповідальності орієнтує підприємництво на три сфери прояву ініціативи – економіку, зайнятість та екологію [8].

Найбільш популярними об'єктами інвестицій у рамках цієї моделі є:

- інвестиції в розвиток персоналу компанії;
- внесок в розвиток муніципальних утворень, де розташовані виробничі потужності підприємства;
- розвиток науки, освіти і технологій;
- добродійні внески за участю працівників компанії;
- програми приведення діяльності компанії відповідно до світових галузевих стандартів;
- природоохоронна діяльність [4].

Виконання підприємницькими структурами принципів соціальної відповідальності бізнесу та ділової етики жорстко контролюють держава та громадськість. Масштаби благодійності значно вужчі, ніж в США, через вищий рівень оподаткування, меншу кількість податкових пільг та інших непрямих регуляторів [7].

Європейська модель соціально відповідальної поведінки адаптується найбільш великими фінансовими та промисловими компаніями, що досягли певного рівня стабільності бізнесу. Європейська модель має на увазі економічне обґрунтування соціальних ініціатив і їх інтеграцію в стратегію розвитку компанії. При цьому мають бути розроблені та закріплені механізми контролю за ефективністю вкладених коштів.

З погляду інвестора, європейська модель є привабливішою при оцінці соціально відповідальної поведінки компанії, оскільки може бути виміряною конкретними результатами, у тому числі й грошовими.

Європейський варіант корпоративної соціальної відповідальності - це корпоративна здатність до соціального реагування, тому цю модель часто відносять до прихованих форм корпоративної соціальної відповідальності. Так в багатьох країнах континенту законодавчо закріплені обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання і ряд інших соціально значимих питань.

Кожна із зазначених моделей соціальної відповідальності підприємств має свої переваги та недоліки.

До позитивних аспектів функціонування цих моделей можна віднести поліпшення іміджу й репутації підприємства в очах власного персоналу та місцевої громади, а також створення сприятливих умов для встановлення довіри громадськості до комунікацій підприємства та сприятливого висвітлення їх діяльності в засобах масової інформації.

Негативним аспектом американської моделі є сприйняття підприємств, що інвестують в благодійність, як таких, що "відмивають" кошти. Європейській моделі притаманно високий рівень оподаткування діяльності підприємств, що призводить до їх переходу з національних ринків в «тінь» [2].

Ідеальної моделі побудови механізму корпоративного управління соціальної відповідальності не існує – кожна з них має свої переваги та недоліки. Однак, можемо зазначити, що більш актуальною для перехідної економіки є американська, оскільки вона дозволяє, розвивати раціонально-ефективне громадянське суспільство та створює передумови для активізації соціальної відповідальності підприємництва. При

цьому слід пам'ятати, що у формування моделі правильного формату взаємовідносин держава-бізнес-суспільство, в першу чергу повинна бути зацікавлена держава.

Отже, зважаючи на істотні відмінності розвитку країн, об'єктивно існували певні (інколи й істотні) відмінності у побудові моделей корпоративної соціальної відповідальності, що визначалися особливостями відносин підприємство – держава. Так, якщо діяльність американських суб'єктів підприємництва загалом визначається їх власниками та керівниками, то діяльність європейських підприємств зазнає значного впливу з боку державних органів влади та професійних об'єднань і регламентується законними актами відповідних держав [8].

Бібліографія

1. **Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності:** Навч.посібн. із КСВ/ О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. – К. : Вид-во "Енергія", 2008. – 96 с.
2. Бутко М. **Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні** / М. Бутко, М. Мурашко // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2009. – № 7(572). – С. 82-83.
3. **Корпоративне управління як шлях до підвищення ефективності бізнесу, залучення інвестицій і захисту інтересів акціонерів** : Матеріали круглого столу.-К.:Б.В., 2000.-68 с.
4. Мозговий Я.І. **Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках.** [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.economy.nayka.com.ua>.
5. Посібник із КСВ. **Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності** [Текст] / кол. Автор. : О. Лазоренко, Р. Колишко, та ін.. – К. : Енергія. – 2008 – 96 с.
6. Солодуха О.В. **Оцінка управління соціальною відповідальністю бізнесу.** [Електронний ресурс]. – Доступний з http://director.at.ua/upravlinnja_socialnoju_vidpovidalnistju_biznesu
7. **Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження.** [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
8. Стецик А.Р. **Теоретико-методологічні засади управління соціальною відповідальністю підприємництва в ринкових умовах** // Науковий вісник НАТУ України. – 2011. – Вип. 21.18 – С.260-266.

Рецензент: д.е.н., професор Павлов В.І.