

УДК 351.82

В. Г. БУЛЬБА, М. В. ТРЕТЯК

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Зроблено аналіз світового досвіду державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу, досліджено напрямки упровадження кращого досвіду у вітчизняну державноуправлінську практику.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу; корпоративна соціальна відповідальність, державне регулювання.

The article covers foreign experience in regulation of social responsibility of business. Trends and issues of how to implement the best experience into state-administrative practice have been analyzed.

Key words: social responsibility of business, corporate social responsibility, state regulation.

В індустріально розвинених країнах світу ідея соціально відповідального бізнесу (далі – СВБ) широко розповсюджена в суспільній свідомості. Протягом низки років накопичувалися та розбудовувалися технології, що забезпечують успішну реалізацію проєктів і програм соціально відповідального бізнесу, вироблялися стандарти та критерії оцінки соціальної відповідальності компаній, виникли різні форми інституціоналізації відповідних соціальних практик. Накопичений ідейний багаж і практичний досвід соціально відповідального ведення бізнесу сьогодні вимагають наукового осмислення.

Уже кілька десятиліть проблематика соціальної відповідальності бізнесу є об'єктом наукового інтересу дослідників різних країн. Серед фундаментальних праць закордонних учених слід зазначити праці фахівців у галузі економіки й бізнесу Ф. Котлера та Н. Лі “Корпоративна соціальна відповідальність...”, а також Р. Сімса “Етика та корпоративна соціальна відповідальність: Чому падають гіганти”, які присвячені пропаганді цінностей і принципів соціальної відповідальності бізнесу. Практика корпоративної соціальної відповідальності в різних країнах світу описується в роботах С. Айдоу та В. Філхо “Світова корпоративна відповідальність”, Л. Зу “Корпоративна соціальна відповідальність”, Р. ван Тулдера й А. ван дер Зуарта “Міжнародне бізнес-співтовариство менеджменту”. Глобальні аспекти корпоративної соціальної відповідальності розкриваються в книзі М. Хопкінса “Планетарна угода: питання корпоративної соціальної відповідальності”. Переваги та недоліки моделей корпоративного громадянства і соціальної відповідальності аналізуються в роботі С. Задека “Відповідальна корпорація. Нова економіка корпоративного громадянства”.

Вагомий внесок у дослідження процесів становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні зроблено й вітчизняними науковцями І. Акімовою, А. Марцинківим, О. Осінкіною, С. Мельником, О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. Соціально відповідальність бізнесу як інститут соціального партнерства вивчають Н. Діденко та І. Лебедев, взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності та соціальної політики досліджують С. Мельник, О. Петроє, Н. Щур та ін.

Отже, наукове осмислення феномена соціально-відповідального бізнесу як у за кордоном, так і в Україні проводилося переважно в рамках економічної науки, яка вивчає питання сполучення прагнень корпорацій до прибутковості та ефективності із соціальними й екологічними цілями. При цьому при наявності великого масиву наукової літератури, присвяченої соціально-відповідальному бізнесу і вивченню соціально-відповідальних стратегій підприємств, державноуправлінські підходи в ній представлені слабо. У зв'язку з цим актуальним є дослідження ролі держави у справі запровадження соціальної відповідальності бізнесу.

Мета даної статті полягає у вивченні світового досвіду державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу та дослідженні напрямків упровадження кращого досвіду у вітчизняну державноуправлінську практику.

На початку 1970-х рр., коли світова економіка вступила в смугу кризи, можливості державного фінансування соціальної сфери знизилися, що призвело до кризи держави загального добробуту. Державні соціальні програми почали згортатися. Наприклад, у США федеральний уряд суттєво зменшив субсидії місцевим органам влади, було скасовано або скорочено багато дотаційних програм. Ще більш радикальний варіант реформування соціальної політики був запропонований у Великобританії в рамках твердої соціально-економічної стратегії “нових правих”. Був проголошений курс на різке скорочення централізованого фінансування регіональної політики та відмова від її соціальних цілей. Принцип соціальної справедливості був замінений. пріоритетом господарської ефективності. Уряд М. Тетчер зменшив витрати на соціальну політику на 40 %, скоротив кількість районів, що одержують допомогу від держави, послабив обмеження на розміщення підприємств у густонаселених районах [8].

Тим часом соціальні очікування, пов'язані з ідеєю держави добробуту, збереглися у значній частини населення розвинених капіталістичних країн. У результаті відбувся своєрідний зсув відповідальності з держави, яка дотепер сприймалася як останній і безумовний гарант соціального благополуччя, на бізнес. Зазначені передумови призвели до концептуального оформлення ідеї соціально-відповідального бізнесу, або корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) в економічно розвинених країнах – США, Великобританії, Японії, Німеччині тощо. В основу даної концепції лягло переконання в тому, що підприємці повинні не тільки піклуватися про прибуток, але й розділити із суспільством і державою відповідальність за існуючі соціальні та екологічні проблеми.

Таким чином, концепція соціально відповідального бізнесу відобразила в собі співпадання, з одного боку, зрослих очікувань суспільства щодо власників, менеджменту, виробничих структур бізнесу, з іншого – згоди представників підприємницьких кіл визнати справедливість цих очікувань і відповідати їм у своїй економічній діяльності.

Зазначена вище концепція не є однорідною по своєму змісту. Визнання соціальної відповідальності бізнесу відразу ж викликала спори щодо трактування цього поняття, в рамках яких виділилися суперечливі позиції. Наразі в закордонній практиці склалися дві основні моделі корпоративної соціальної відповідальності: англосаксонська та континентальна.

В англосаксонській моделі СВБ розглядається як моральний обов'язок власників і керівництва корпорації, а держава фактично виконує класичну ліберальну роль “нічного сторожа”. Взаємодія у сфері СВБ здійснюється по лінії “корпорації – суспільство” на добровільній з боку бізнесу основі.

У континентальній традиції вважається, що менеджмент корпорації повинен урахувати інтереси тих груп, на які компанія впливає в рамках своєї діяльності. Соціальна відповідальність у цьому випадку покликана врівноважувати внутрішні суто економічні цілі керівництва із соціальними, політичними та економічними інтересами стейкхолдерів. Таким чином, крім виконання вимог законодавства компанія повинна прагнути внести певний внесок у життя соціуму.

Отже, однією з головних відмінностей даних моделей соціальної відповідальності є різниця у ступені добровільності у справі проведення корпораціями соціальних програм або мірі громадянської активності бізнесу. Так, у США, які є “батьківщиною” ліберальної англосаксонської моделі СВБ, тиск уряду в цій сфері дуже низький, при цьому рівень добровільної соціальної активності корпорацій досить високий.

На відміну від американської моделі, континентальна модель СВБ характеризується більш активною участю держави та міжурядових структур – тут більш тісні соціально-політичні зв'язки між державою і бізнесом.

Континентальна модель якнайкраще представлена в Північній та Центральній Європі, де просуванням корпоративної соціальної відповідальності займаються державні органи. Так, в Італії за процесом розвитку СВБ та соціальної звітності спостерігає Міністерство праці та соціального розвитку. А в Іспанії ліві партії активно сприяли прийняттю парламентом у 2003 р. закону про КСВ. В Іспанії працює державна Експертна технічна комісія з СВБ, завданням якої є “допомогти бізнесу поєднувати економічну активність із діяльністю на благо суспільства” [9]. У Литві була розроблена стратегія КСВ на 2006 – 2008 рр., реалізація якої і дозволила покращувати позиції країни впродовж 2006 – 2008 років. У Польщі Міністерство праці створило робочу групу з КСВ, до котрої увійшли представники багатьох департаментів, діяльність яких сприяла більш-менш стабільності позиції цієї країни впродовж 2004 – 2010 років у світовому рейтингу соціальної благодійності [3].

Певну комбінацію описаних моделей являє собою ситуація із СВБ у Великобританії. Тут поряд з високою добровільною активністю бізнесу у сфері соціальної відповідальності й сталого розвитку існують і серйозні ініціативи уряду (наприклад, створення державно-приватних партнерств, впровадження податкових пільг для відповідальних компаній тощо).

Особливої уваги заслуговує питання про оцінку діяльності держави, спрямованої на закріплення та розширення соціальної відповідальності бізнесу. Питання полягає в тому, хто повинен вимагати від корпорацій соціальної відповідальності: держава або “невидима рука ринку”, яка рано або пізно приведе компанії до необхідності прозорої та етичної поведінки?

Представники добровільного підходу стверджують, що соціальна відповідальність бізнесу є неформальним правилом, яке, згідно з неоінституціональною теорією, існує в пам’яті учасників різних соціальних груп, у ролі гаранта якого виступає будь-який учасник групи, що помітив порушення. Інакше кажучи, сталість неформальних правил обумовлюється практикою, що встановилася, традиціями та соціокультурними передумовами [2]. Отже, інститут соціальної відповідальності переважно базується на усних домовленостях, неофіційних контрактах між державою і бізнесом. Виходить, втручання держави, що нормативно зобов’язує, ставить під сумнів принцип добровільності соціальної відповідальності бізнесу як одну з її визначальних характеристик.

Привертає увагу теза М. Фрідмана про те, що громадянське суспільство не в змозі ефективно здійснювати контроль над соціальною діяльністю бізнесу і змусити його бути відповідальним. Єдиною силою, здатною на це, є “залізний кулак” влади. Тому соціальна відповідальність бізнесу, на його думку, підриває основи вільного суспільства і ринкової економіки – адже вона неминуче веде до втручання держави в діяльність корпорацій [7].

У свою чергу, представники регуляторного підходу вважають, що механізми забезпечення виконання інституціональних норм і правил повинна контролювати держава. Так, Єврокомісія визначає КСВ як діяльність компаній, якої вони займаються добровільно, понад законодавство, а Європарламент розглядає КСВ як якусь сукупність добровільних ініціатив, законодавчих вимог і обов’язкових умов [5]. На наш погляд, соціальна відповідальність – добровільне зобов’язання компанії, але все-таки потрібен певний мінімум законодавчого регулювання в даній галузі з боку держави.

Уряди різних країн зростаючими темпами впроваджують стратегії СВБ, які або намагаються стимулювати, або навіть регулювати заходи з СВБ. Уряди санкціонують соціальну відповідальність, наприклад, коли застосовують до компаній вимогу обов’язкового звітування, коли зобов’язують застосовувати природоохоронні системи менеджменту тощо. Як тільки ці зобов’язання, норми та правила, що лежать в їх основі стають формально закріпленими, вони перетворюються на “регульовану СВБ”. Така тенденція стала домінуючою в багатьох європейських країнах протягом останніх років.

Розглянемо докладніше декілька прикладів політичних стратегій розбудови СВБ та інструменти державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу в країнах, які дотримуються континентальної моделі.

Розпочнемо огляд з Великобританії, країни, яка в просуванні соціальної відповідальності бізнесу домоглася найбільших успіхів серед країн – членів ЕС. За словами Дж. Клевердон, експерта організації “Business in the Community”, британський уряд відіграє ключову роль у просуванні та підтримці КСВ, у тому числі й через урядовий сайт (www.csr.gov.uk) [6]. Великобританія також є єдиною країною у світі, де уряд заснував посаду міністра з питань соціальної відповідальності бізнесу (Minister for CSR). Цей факт означає, що КСВ є суттєвим елементом британської соціальної та економічної державної політики.

Слід також зазначити, що уряд країни цілеспрямовано проводить політику підтримки соціально відповідальних компаній – у законодавстві Великобританії передбачені норми пільгового оподаткування для підприємств, що дотримують ділову етику в питаннях ефективного використання енергії, вторинної переробки відходів, взаємин з персоналом. На сьогоднішній день більшість великих британських компаній мають у своїх штатах спеціальні підрозділи, що займаються питаннями сталого розвитку й КСВ і включають соціальні звіти до складу загальної щорічної звітності (згідно із законом про корпоративну відповідальність, прийнятим у 2004 р.), доступної широкому колу користувачів. Комунікація щодо соціальної відповідальності у Великобританії професійна і прозора. Так, наприклад, газета “Times” щотижня публікує індекси соціальної відповідальності провідних фірм.

Сприяє такій активності й пильна увага фінансово-кредитного сектора до репуґації позичальників, а також розвиненість сфери послуг у галузі незалежного консалтингу для підприємців. Унаслідок усього цього, у суспільстві сформовано позитивне відношення до соціально відповідального бізнесу, що, у свою чергу, спонукає членів бізнес-співтовариства до дотримання етичних і моральних норм у цій сфері.

Організації громадянського суспільства тиснуть на уряд з метою постійного оновлення політики СВБ. Неурядові організації, такі як “Amnesty International” і “Всесвітній фонд дикої природи”, відіграють дуже активну роль “сторожових псів”. Високі Королівські Нагороди для соціально відповідальних підприємств, поряд з іншими преміями й рейтингуванням, сприяють суспільній репуґації СВБ [8].

Соціальні аспекти домінують над поняттям КСВ у Данії. Різні урядові міністерства просувають державно-приватне партнерство серед підприємств, державних установ, профспілок, федерації роботодавців та інших суб’єктів в інтересах побудови відкритого ринку праці й розв’язання інших соціальних проблем.

Відповідно до Закону України “Про рахунки”, прийнятого данським парламентом у 1995 р., близько 1200 підприємств публікують щорічні екологічні звіти. Проте Національна стратегія сталого розвитку (2002 р.) не містить прямих посилянь на КСВ, і жодна організація не несе загальну відповідальність за політичні заходи СВБ [8].

У 2000 р. Міністерством Соціальних Справ Данії було запроваджено Соціальний індекс – оціночний інструмент для вимірювання ступеня соціальної відповідальності компанії, що складається з низки запитань, відповіді на які мають надавати працівники компанії. Індекс може бути застосований для інформування громадськості, наскільки відповідальними є компанії по відношенню до своїх працівників і зовнішніх власників [4].

У 2008 р. було прийнято План дій уряду Данії щодо СВБ. План націлений на стимулювання розвитку, в якому щоразу більше данських компаній працюватимуть з урахуванням принципів соціальної відповідальності, оскільки вважається, що це допоможе пов'язати Данію та данський бізнес з переважно відповідальним зростанням. Отже, план дій ставить за мету допомогти данським компаніям отримати більше переваг від свого статусу піонерів і лідерів СВБ. Водночас план дій націлений на промоцію відповідального зростання Данії та данського бізнесу на міжнародному рівні. План дій містить 30 ініціатив, розподілених за чотирима ключовими сферами (пропаганда бізнес орієнтованої соціальної відповідальності, промоція соціальної відповідальності бізнесу через заходи уряду, відповідальність бізнес-сектору за клімат, промоція Данії у світлі відповідального зростання) [1].

На виконання даного плану дій для великих компаній було започатковано обов'язкове щорічне звітування керівництва компаній про соціальну відповідальність. Заснована Рада соціальної відповідальності, яка надає рекомендації уряду, бізнес-сектору та асоціаціям, створено портал щодо СВБ (www.samfundsansvar.dk). Заснована мережа знань серед організацій, дослідників і радників у сфері бізнес орієнтованої соціальної відповідальності та відповідального управління ланцюгами постачань.

Прикладом активної участі держави у просуванні концепції СВБ є досвід Нідерландів: з 2000 по 2002 рр. у країні під девізом “Від фінансової вигоди до вигоди сталого розвитку” діяла програма “Національна ініціатива сталого розвитку”, фінансована урядом, що передбачала реалізацію двох проєктів – упровадження практики соціально відповідальної поведінки та інформування суспільства про успіхи корпорацій у цій області.

На сьогодні соціальна відповідальність вважається невід'ємною рисою економічної та конкурентної політики Нідерландів. Відзначимо, що голандський уряд не ставить за мету підмінити підприємців та компанії, а виступає лише одним із учасників морально-економічного життя країни. Максимально конкретно сформульована мета політики держави щодо СВБ – прагнення, щоб усі компанії усвідомлювали соціальні наслідки ведення бізнесу та відповідальність за них, знали про можливості, які надає СВБ, та доклали реальних зусиль, для інтеграції СВБ у свою основну діяльність [Там же].

До реалізації політики щодо СВБ у Нідерландах залучено декілька міністерств, зокрема Міністерство будівництва, територіального планування та навколишнього середовища (VROM), Міністерство соціальної політики та зайнятості (SZW), Міністерство закордонних справ, зокрема відділ міжнародної

кооперації та технічної допомоги, Міністерство сільського господарства, природи та якості харчування (LNV).

Політика щодо СББ побудована навколо трьох підходів (натхнення, інновації, інтеграція) за сімома напрямками (промоція знань і підвищення обізнаності щодо СББ, покращання прозорості та підзвітності, фокусування на “підсилювачах” СББ, прив’язка СББ до інноваційного процесу тощо), кожний з яких включає артикульовані наміри уряду та конкретні заходи впровадження.

Влада ставить за мету, щоб голландські компанії були серед найкращих в Європі щодо прозорості їх СББ. Для цього уряд планує зосередити увагу на покращанні надання інформації у сфері СББ компаніям поряд з іншими каналами через Центр Компетенцій СББ Міністерства економіки. З 2004 р. Міністерство економіки проводить дослідження прозорості звітування компаній про соціально відповідальну діяльність в їхніх річних звітах

Покращуючи співпрацю між урядом та підсилювачами СББ, уряд націлений на максимальну активацію інших гравців у сфері СББ. Підсилювачами СББ є соціальні партнери – компанії-лідери та компанії – піонери СББ, неурядові організації, акціонери, представники фінансового сектору, приватні фонди та споживачі. При цьому соціальні партнери залучаються до політики СББ за допомогою надання державних субсидій (наприклад, неурядовим організаціям) [1].

Характеризуючи в цілому міжнародну практику реалізації концепції СББ, можна відзначити, що досвід реалізації концепції досить багатий та різноманітний і підтверджує існування різних підходів у цій галузі. Незважаючи на деякі відмінності, загальною характерною рисою як англосаксонської, так і континентальної моделі є те, що розвиток і впровадження механізмів СББ підтримується державою, некомерційними організаціями та суспільством у цілому.

Сприйняття та підтримка органів влади державних визначною мірою встановлює ступінь орієнтованості бізнесових кіл країни на соціальну відповідальність та її дієвість.

У країнах, де держава активно підтримує та координує корпоративну відповідальність, СББ набирає оберти в якості життєздатного соціального інституту. Особливо добре цей інститут розбудовується там, де сформульовано державну стратегію сприяння соціальній відповідальності, установлені законодавчі рамки і створено мережі інституційної підтримки. Співробітництво замість надмірного регулювання перетворює державу з патрона на партнера.

Таким чином, розглянутий досвід зарубіжних країн у сфері регулювання соціальної відповідальності бізнесу дає змогу виокремити низку інструментів, які доцільно впровадити у вітчизняну практику взаємовідносин держави і бізнес-середовища. У подальшому доцільно розширити коло досліджуваних країн для вивчення кращого досвіду державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Література:

1. *Воробей В.* Аналіз національних стратегій СВБ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СВБ / В. Воробей // Спільнота соціально відповідального бізнесу, 2010. – 10 с.
2. *Норт Д.* Вклад неоинституционализма в понимание проблем переходной экономики [Электронный ресурс] / Д. Норт. – Режим доступа : <http://www.wider.unu.edu>.
3. *Софієнко А. В.* Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та сучасні тенденції / А. В. Софієнко // Економічні інновації. – 2012. – Вип. 47. – С. 297–301.
4. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – К. : ВК “КІТ”, 2005. – 45 с.
5. *Хоуит Р.* Взгляд Европарламента на будущее социальной ответственности / Р. Хоуит // SEAL. – 2003. – Зима. – С. 42–43.
6. Corporate Social Responsibility. A Government update. – Department of Trade and Industry, 2004. – 28 p.
7. *Friedman M.* The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 1970. – September 13. – P. 32–33.
8. Government as Partner? CSR Policy in Europe. – Gutersloh : Bertelsmann Stiftung, 2006. – 4 с.
9. Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship. – Geneva, 2003. – 32 p.

Надійшла до редколегії 02.09.2013 р.