

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ РОЛІ ДЕРЖАВИ В РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

THE EVOLUTION OF THEORETICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF THE STATES ROLE IN THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY

УДК 331.101.3

Львова Я.Я.

к.соц.н., доцент кафедри економіки підприємства
Комунальний вищий навчальний заклад
«Інститут підприємництва «Стратегія»
Дніпропетровської обласної ради»

Автором проведений аналіз теорій, які висвітлюють необхідність реалізації державної політики щодо стимулювання соціально відповідальної поведінки компанії. Доведено, що система взаємодії між бізнесом і суспільством позначена в моделях соціальної відповідальності. Розглянуті особливості основних моделей соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, держава, суспільство, підприємство, модель.

Автором проведен анализ теорий, освещающих необходимость реализации государственной политики по стимулированию социально ответственного поведения компаний. Доказано, что система взаимо-

действия между бизнесом и обществом обозначена в моделях социальной ответственности. Рассмотрены особенности основных моделей социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, государство, общество, предприятие, модель.

The author analyzed the theories that highlight the need to implement public policies to stimulate socially responsible behavior of companies. It is proved that the system of interaction between business and society is marked in models of social responsibility. The features of the basic models of social responsibility.

Key words: social responsibility, business, government, society, business model.

Постановка проблеми. Соціально-економічні перетворення останніх десятиліть такі, як сталий розвиток громадянського суспільства, рух у бік соціально орієнтованої економіки, а також підвищення рівня світової конкуренції і вимог до рівня прозорості діяльності бізнесу, призвели до того, що посилюється увага до такого явища, як соціальна відповідальність бізнесу або корпоративна соціальна відповідальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливий внесок у розробку проблем взаємовідносин держави і бізнесу внесли такі зарубіжні дослідники, як: Х. Боуен, В. Зомбарт, П. Друкер, А. Пігу, М. Фрідман, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер, Л. Ерхард, Л. Абалкін, В. Бойков, А. Грязнова, Г. Клейнер, Т. Бредгард та вітчизняні науковці – І. Акімова, В. Воробей, М. Бутко, М. Мурашко, С. Мельник, Н. Балабанова, П. Шевчук, В. Шаповал, В. Трощинський, В. Гошовська, Е. Лібанова [9], [4], [1], [8]. Питання соціальної відповідальності бізнесу є відносно новим, тому в науковій літературі недостатньо досліджений цей феномен, його роль і місце в соціальній політиці України, що і викликало зацікавленість та актуальність даного дослідження.

Формулювання цілей статті. Дослідити історію виникнення, сутність та особливості теорій соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бізнес – будь-яка економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку, при цьому корпорація або акціонерне товариство – це одна з організаційно-правових форм бізнесу. Отже, поняття соціальна відповідальність бізнесу включає в себе корпоративну соціальну відповідальність.

Для більш повного розуміння сутності даного явища виникає потреба проаналізувати передумови виникнення, історію розвитку і роль держави в реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Бізнес змушений пристосовуватися до вимог розвитку суспільства, враховувати суспільні інтереси. Природно, що таке пристосування відбувається в постійному протиборстві інтересів суспільства та інтересів бізнесу. У кінцевому рахунку це протиборство має привести до встановлення балансу інтересів, до його рівноваги. Очевидно, що в реальній дійсності така рівновага нестійка, у певні періоди часу ступінь наближення до рівноваги може бути більшим або меншим. Причому мова йде не тільки про підпорядкування бізнесу інтересам суспільства. Суспільство також змушене рахуватися з інтересами бізнесу та адаптуватися до них. Суспільство впливає на діяльність бізнесу якістю робочої сили, рівнем купівельної спроможності. Також сприятливе соціальне оточення сприяє кращому розвитку бізнесу, який забезпечує робочі місця, підвищує якість товарів і послуг, сплачує податки і сприяє соціально-економічному розвитку країни. Внаслідок цього, взаємозумовленість суспільства та бізнесу передбачає об'єктивний вибір бізнесу на користь соціально орієнтованої економічної стратегії.

Викликає певний інтерес теорія І. Шумпетера, згідно якої підприємець у певному сенсі є монополістом, який ухиляється від реалізації принципів соціальної відповідальності. Велике підприємство розглядається ним, як оптимально можливий засіб інновацій, який є рушійною силою суспільного розвитку і добробуту [11].

Виділяючи типи нововведень, які є рушійною силою розвитку капіталізму, Шумпетер вказує, у тому числі, на введення нових предметів споживання, нових методів транспортування, згадуючи і рекламу. У Шумпетера роль держави полягає,

у тому числі, в підтримці державою інноваційних підприємств, що веде до суспільного розвитку, в якому і полягає соціальна відповідальність бізнесу.

По суті саме соціальній відповідальності бізнесу приділяє значну увагу у своїй роботі «Економічна теорія добробуту» англійський економіст Артур Пігу [5, с. 98]. Ним розглядається виробництво і співвідношення приватного чистого продукту і громадського чистого продукту аналогічно розгляду дилеми: ефективність і справедливість. Тобто бізнес робить вибір або на користь власної ефективності, або на користь суспільної справедливості. Рівність чистих продуктів (приватного і громадського) є індикатором рівноваги інтересів суспільства і бізнесу. Якщо не буде прагнення до вирівнювання вартостей громадського та приватного чистих продуктів, то програє і суспільство, і бізнес. Таким чином, роль держави полягає в тому, що воно виступає у ролі арбітра, що регулює співвідношення приватних і громадських вигід.

Соціальне «саморегулювання» бізнесу можна знайти в роботі одного із засновників теорії невизначеності Франка Найта «Ризик, невизначеність і прибуток». На його думку, однією з реалій нашого життя є невизначеність. Економічна роль невизначеності у концепції Найта досить велика. Один з найважливіших її аспектів полягає у тому, що вона «заважає теоретично бездоганному функціонуванню конкуренції і тим самим надає економічній організації характерну форму підприємства, і служить джерелом специфічного доходу підприємця» [4, с. 225].

Таким чином, підприємництву внутрішньо властива соціальна відповідальність. Проте, ця відповідальність розвивається і зміцнюється перш за все на мікрорівні, тобто в рамках одного підприємства. Перехід до соціальної відповідальності відбувається з виходом на рівень всього суспільства, в якому переважає приватна власність і вільне підприємництво [4, с. 336-337].

Німецький економіст і соціолог В. Зомбарт у роботі «Буржуа» приділяє велику увагу відмінностям між буржуа і підприємцем, незважаючи на те, що Зомбарт не використовує термін «соціальна відповідальність бізнесу», у його роботі можна знайти певну періодизацію цього явища. Наприклад, розглядаючи «історію духовного розвитку сучасної економічної людини», автор протиставляє підприємця на етапі раннього та пізнього капіталізму. Згідно Зомбарта, капіталістичний дух існує в гармонії з ранньо капіталістичним розвитком суспільства, сприяючи йому і будучи його продуктом. Однак, на більш пізніх стадіях капіталізму ця гармонія порушується. Причина дисбалансу полягає в асиметрії тих складових елементів, які й утворюють капіталістичний дух. Підприємець епохи раннього капіталізму в більшій мірі є прихильником

громадських ідеалів, чеснот, благодійності, тобто сучасних виявів соціальної відповідальності бізнесу [3, с. 15].

У висновку Зомбарта стосовно засобів досягнення балансу ефективності та справедливості спостерігається зародження ідеї про необхідність регулювання державою соціальної відповідальності бізнесу.

Ще один відомий дослідник діяльності фірм Е. Чемберлін при вивченні проблеми соціальної відповідальності бізнесу, доходить наступних висновків.

Він вважає, що «типичним продуктом вільного підприємництва є не чиста, а монополістична конкуренція». Більш того, для нього все підприємці – монополісти, тому прагнуть лише до власної вигоди, ігноруючи інтереси третіх осіб. Він зазначає, що «велику частину вільного підприємництва складають спроби підприємця створити власну монополію, поширити її наскільки можливо і захистити її проти спроб інших підприємців розширити свої монополії» [10, с. 236].

Таким чином, можна відзначити певний погляд на роль держави у реалізації соціальної відповідальності бізнесу: внесок підприємців як монополістів у добробут суспільства до кінця не очевидний, але «коефіцієнтом» цього внеску могли би бути витрати на просування товару кінцевому споживачу, які в такому розумінні, можливо, придбали б навіть статус «соціальних витрат». Конкуренція окремих монополій і суспільства вимірюється диференціацією товарів, їх просуванням на ринок. Тобто держава, впливаючи на рівень конкуренції, тим самим регулює соціальну відповідальність бізнесу: чим вище рівень монополізації, тим нижче рівень соціальної відповідальності компанії [4, с. 339].

Проведений аналіз еволюції поглядів економістів (Й. Шумпетера, А. Пігу, Ф. Найта, В. Зомбарта, Е. Чемберліна) початку ХХ століття на соціальну відповідальність бізнесу показав, що в цей період тільки починають зароджуватися ідеї про те, що діяльність компаній, спрямована на максимізацію прибутку, призводить до виникнення конфлікту інтересів між бізнесом і суспільством, дозвіл якого можливий через реалізацію бізнесом принципів соціальної відповідальності. У даний часовий інтервал не існувало сформованих поглядів про необхідність реалізації державної політики щодо стимулювання соціально відповідальної поведінки компаній, що можна пояснити наступними причинами. По-перше, феномен соціальної відповідальності тільки починає своє формування; по-друге, превалювання поглядів класичної школи, заснованої на принципах економічного лібералізму, по-третє, відсутністю позитивного досвіду реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесу цього періоду.

Слід зазначити, що регулювання бізнесу добре організованою командою знаходить втілення в економічній моделі ринкового господарства Л. Ерхарда. Перш, ніж перейти до розгляду цієї моделі, необхідно відзначити наступне. Розглядаючи соціальну відповідальність бізнесу, можна виділити два рівня досягнення рівноваги між інтересами суспільства і бізнесу. Перший рівень, який аналізується Пігу, – макрорівень. У моделі Пігу протистояння бізнесу та суспільства вимірюються рівновагою приватного і громадського чистого продукту. Завданням держави є забезпечення балансу між приватним і громадським чистим продуктом. Бізнес у роботі Пігу представлений як агреговане явище. Зомбарт і Шумпетер, аналізують мікрорівень, тобто самого підприємця, бізнесмена, капіталіста. У їхніх роботах причина дисбалансу ефективності та справедливості – дисбаланс складових духовних сил, що визначають поведінку капіталіста. Зомбарт і Шумпетер протиставляють «паразитує» буржуа-рантьє підприємцю-новатору і ентузіасту. З точки зору перспектив соціальної відповідальності бізнесу модель Пігу більш оптимістична, ніж моделі Зомбарта і частково Шумпетера. Але всі описані моделі, так чи інакше, свідчать про незаперечну роль держави в реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Відзначимо, що Л. Ерхард сприймає ринкове господарство, як систему, що розвивається самостійно.

Ерхард дуже близько підходить до висновку про те, що соціальна відповідальність насправді величина, так само визначає ефективність бізнесу, як і прибуток [2, с. 167]. Відповідальність стає елементом конкуренції, яку Ерхард розглядає, як «найбільш ефективний засіб для досягнення і забезпечення добробуту».

Відзначимо, що в моделі соціального ринкового господарства Ерхарда рівновага між ефективністю і справедливістю забезпечується усвідомленим пристосуванням бізнесу до потреб людини. Соціальна відповідальність за Ерхардом – об'єктивний процес, якому притаманне спотворення. Роль держави полягає у нівелюванні і усуненні цих спотворень.

Таким чином, аналіз поглядів вчених – економістів початку ХХ століття

(у період виникнення конфлікту інтересів між бізнесом і суспільством) показав, що діяльність компаній, спрямована на максимізацію прибутку, призводить до виникнення конфлікту інтересів між бізнесом і суспільством, який можливо вирішити через реалізацію бізнесом принципів соціальної відповідальності, що підтверджується поглядами Й. Шумпетера, А. Пігу, В. Зомбарта, Ф. Найта, Е. Чемберліна.

Проведений аналіз свідчить, що у даний часовий інтервал не існувало сформованих поглядів

на необхідність реалізації державної політики щодо стимулювання соціально відповідальної поведінки компаній, що можна пояснити превалюванням поглядів класичної школи, заснованої на принципах економічного лібералізму; відсутністю досвіду реалізації соціально відповідальної поведінки підприємств цього періоду.

У середині ХХ століття у зв'язку з посиленням монополістичних тенденцій в економіці з'являються ідеї Л. Ерхарда про те, що держава повинна перешкоджати переважанню приватних інтересів бізнесу над інтересами суспільства, що свідчить про усвідомлення необхідності державного втручання в реалізацію соціально відповідальної поведінки бізнесу.

У теоретичному плані явище соціальної відповідальності бізнесу отримало ряд інтерпретацій, об'єднавши які, можна виділити наступні трактування.

Так неокласична теорія (А. Пігу, Л. Ерхард) бачить в явищі соціальної відповідальності бізнесу наявність корпоративної свідомості, що виходить за межі бізнесу, одночасно з цим відстоюється ідея про необхідність невтручання держави в діяльність бізнесу.

Допустимими заходами державного втручання вважаються лише антимонопольне законодавство, встановлення державних стандартів якості та політика, спрямована на недопущення забруднення навколишнього середовища.

Згідно інституціональної теорії (Ф. Найт, Р. Коуз) соціальна відповідальність бізнесу – це інструмент досягнення домовленості між компаніями і стейкхолдерами. Предметом подібних угод виступають екстерналії, що виникають при діяльності компаній. «Поділ праці» між соціальною відповідальністю бізнесу і державним регулюванням складається у залежності від порівняльних переваг і недоліків цих інститутів.

Подальший розвиток теорій соціальної відповідальності бізнесу пов'язаний з появою великих корпорацій, які є основними провідниками політики соціальної відповідальності бізнесу.

Великі корпорації стали масово з'являтися у період після Великої Депресії 1929-1933 рр. у США, тому Сполучені Штати по праву можна назвати лідерами в цій сфері. Відкриття багатих родовищ нафти на початку ХХ століття надало фінансові можливості для розвитку великих корпорацій. Кількість і влада крупного бізнесу зростала колосальними темпами. Поступово США перетворилися на світового лідера. У цей же час у суспільстві формувалися певні соціальні настрої, які проголошували аморальність бізнесу тільки заради прибутку.

В економічній і політичній спільнотах стали популярні обговорення соціальної відповідальності бізнесу, яка сприймалася, як превалювання

цілей суспільства над цілями компанії. Така точка зору стала стимулом для появи супротивників теорії необхідності соціальної відповідальності бізнесу. Ця теорія не втрачає своєї актуальності і у XXI столітті.

Таким чином, вивчення еволюції поглядів дослідників (А. Пігу, Й. Шумпетера, В. Зомбарта, Е. Чемберліна і ін.) свідчить про те, що на початку XX століття не існувало феномена соціальної відповідальності, це не передбачало активної участі держави у створенні умов для реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Однак у зв'язку з посиленням монополізації економіки в середині XX століття спостерігається зміщення акцентів в усвідомленні необхідності державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу. У результаті з'явилися концепції та ідеї про необхідність реалізації державної політики щодо стимулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Висновки. Аналіз поглядів вчених-економістів на роль держави в регулюванні взаємовідносин бізнесу і суспільства показав, що на початку XX століття підприємці прагнули отримати якомога більше власної вигоди, не піклуючись при цьому про благо суспільства. У цей період поняття «соціальна відповідальність бізнесу» ще не існувало, що підтверджується поглядами таких вчених, як: А. Пігу, Е. Чемберлін. УВ цей же час прагнення деяких підприємців максимізувати прибуток призводить до впровадження інновацій і до суспільного розвитку. Все це, безсумнівно, має певний позитивний внесок у розвиток суспільства (Й. Шумпетер). Дослідники В. Зомбарт і Л. Ерхард вважали, що саме соціально відповідальні підприємці мають більше шансів на успіх. Їх погляди вже більш наближені до сучасного

розуміння принципів соціально відповідальної поведінки. Ситуація змінилася у зв'язку з посиленням монополізації економіки в середині XX століття, результатом якої стало виникнення ідей (Л. Ерхард) про необхідність реалізації державної політики щодо стимулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Система взаємодії між бізнесом і суспільством позначена в моделях соціальної відповідальності. Аналіз моделей соціально відповідальної поведінки дозволяє помітити, що соціальна відповідальність бізнесу приймає форму обов'язкової складової в сучасних корпоративних структурах. Залежно від ролі держави можна виділити три моделі соціальної відповідальності бізнесу, які характеризуються певними особливостями. Особливостями американської (відкритої) моделі є невтручання держави в соціально відповідальну

поведінку бізнесу, держава делегує бізнесу повноваження самому обирати соціальні проекти. Особливостями європейської (прихованої) моделі є регламентування соціально відповідальної поведінки компаній державою і примус бізнесу до участі в соціальних проектах. Британська модель представляє певний синтез американської та європейської моделей. У той же час простежується певний рух європейської і британської моделей в бік американської. За основу української моделі соціальної відповідальності бізнесу можна взяти європейську модель, що має певний позитивний досвід. У цій моделі в реалізації соціально відповідальної поведінки бізнесу держава відіграє істотну роль.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
2. Ерхард Л. Добробут для усіх : пер. с англ. / Л. Ерхард – К. : СМА, 2001. – 101 с.
3. Зомбарт В. Буржуа: Етюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – М., 1994. – 286 с.
4. Найт Ф. Х. Ризик. Невизначеність і прибуток / Ф. Х. Найт. – М. : Справа, 2003. – 359 с.
5. Пігу А. С. Экономическая теория благосостояния / А. С. Пігу. – М. : Прогресс, 1985. – 122 с.
6. Полякова О. М. Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні / О. М. Полякова, П. Ю. Кас // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 32. – С. 284–289.
7. Савченко І. Г. Соціальна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / І. Г. Савченко ; Нац. академія держ. управління при Президентові України ; Харківський регіональний ін-т держ. упр. – Х., 2007. – 202 с.
8. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Нац. ун-т біо-ресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко, 2011. – 175 с.
9. Стецик А. Р. Теоретико-методологічні засади управління соціальною відповідальністю підприємництва в ринкових умовах / А. Р. Стецик // Наук. вісн. НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ, 2011. – Вип. 21.18. – С. 260–266.
10. Чемберлін Э. Теория монополистической конкуренции / Э. Чемберлин. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.
11. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1992. – 231 с.