

УДК 334.722:330.162

Л. П. МАРЧУК

м. Миколаїв

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Розглянуто об'єктивні основи розвитку соціальної діяльності бізнесових структур. Висвітлено моделі соціальної відповідальності бізнесу у провідних країнах світу. З'ясовано особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в Україні та визначено шляхи її подальшого розвитку.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, соціальні інвестиції, соціалізація бізнесу.

Постановка проблеми. Трансформаційні зміни, притаманні сучасному суспільству, знаходять свій прояв у модифікації економічних, політичних, соціальних процесів, у перегляді ключових засад функціонування суспільного виробництва та обраних пріоритетів його розвитку. Зокрема, під впливом об'єктивних причин відбуваються глибокі зрушення у сфері підприємницької діяльності, які є чутливим індикатором змін у сфері організаційно-економічних та соціально-трудова відносин. У зв'язку з цим на особливу увагу заслуговує проблема соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), яка знаходиться площині узгодження інтересів влади, бізнес-структур та суспільства. Її розв'язання можна вважати важливою складовою соціальної політики, спрямованої на підвищення якості життя населення в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальній відповідальності бізнесу присвячена значна кількість наукових розробок. Серед них праці таких науковців, як В. П. Валіков, В. М. Шаповал [1], Т. А. Заяць, О. І. Дяконенко [2], В. М. Марченко, В. Л. Осецький [3], С. В. Мельник [4], Н. А. Супрун [5], І. М. Царик [6] та ін. Аспекти дослідження СВБ досить різноманітні. Вони торкаються змістової характеристики соціальної відповідальності, форм її реалізації у практичній діяльності підприємств, оцінки її результатів на мікро- та макrorівні, створення умов для її якісного удосконалення тощо. Але зважаючи на складність поставленої проблеми, слід продовжувати наукові дослідження у цій царині.

Постановка завдання. Автор статті поставив собі за мету обґрунтувати теоретико-методологічні засади дослідження соціальної

відповідальності бізнесу, довести об'єктивну необхідність появи цього явища, окреслити роль СВБ у сучасному суспільстві, розглянути моделі СВБ у провідних країнах світу та специфіку прояву СВБ в українській економіці.

Виклад основного матеріалу. Трактовки терміну «соціальна відповідальність бізнесу» неоднозначні. Вони відрізняються за ступенем обґрунтування, обраною спрямованістю та рівнем узагальнення. Розглянемо деякі з них.

Є думка, що СВБ – це добровільний внесок бізнесу у розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, пов'язаних з основною діяльністю компанії [7, с. 128–156]. Або ж вважається, що СВБ – це довгострокове зобов'язання компанії щодо етичного ведення бізнесу та сприяння економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом [5, с. 71–74]. Отже, у першому випадку йдеться про бажання бізнесменів взяти участь у покращенні умов існування суспільства, а у другому – наголошується на перетворенні цього бажання у постійний обов'язок підприємців.

Існує пропозиція розглядати СВБ як один з важливих чинників комерційного успіху компанії [9]. За такого підходу сама соціальна відповідальність набуває ознак комерційної вигоди і служить проявом інтересів бізнес-структур.

Більш ґрунтовне визначення СВБ наводиться в матеріалах Форуму соціально відповідального бізнесу. Тут соціальну відповідальність вважають стратегією підприємницьких структур і розглядають як «відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; як активну соціальну позицію ком-

панії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем» [8]. Отже, за такої трактовки змісту СВБ на перший план виступає співпраця бізнесу і суспільства, що здійснюється заради дотримання суспільних інтересів.

Продовженням такої позиції є міркування про те, що метою СВБ є гарантування соціальної безпеки та соціального захисту з огляду на вимоги дотримання норм і правил національного законодавства, а також принципів ділової етики, врахування інтересів персоналу підприємств, споживачів, збереження навколишнього середовища [1, с. 197–203; 7, с. 128–156].

Односторонність дотримання інтересів певних суб'єктів долає наступна трактовка СВБ, згідно якої соціальна відповідальність має бути спрямована на врахування інтересів та захист прав усіх зацікавлених сторін. І бізнес можна вважати соціально відповідальним тільки тоді, коли існують механізми, інструменти, за допомогою яких така взаємодія буде постійно відтворюватися. У протилежному випадку з огляду на окремі соціальні заходи бізнесових структур можна говорити лише про декларування ними соціальної відповідальності.

Розгляд зазначених підходів до характеристики СВБ спонукає до певних міркувань. На нашу думку, недоцільно вважати соціальну відповідальність явищем, що відбиває інтереси чи бізнесу, чи суспільства. Обов'язково слід брати до уваги зацікавленість різних сторін у такій діяльності. Також не слід розглядати соціальну відповідальність як бажання окремих бізнесменів чи як нав'язування їм з боку суспільства відповідних вимог. Власні прагнення осіб, компаній чи вимоги суспільства не виникають на порожньому місці, не є спонтанними чи випадковими. Вони можуть видаватися такими лише на поверхні реальної дійсності. Бажання та обов'язки як явища суб'єктивні, фактично віддзеркалюють назрілі об'єктивні потреби і спонукають до пошуку способів їх задоволення.

На наш погляд, всебічний розвиток соціальної діяльності підприємницьких структур слід пов'язувати з прискоренням інноваційних зрушень у сфері виробництва та в економіці в цілому, які в свою чергу змінюють уста-

лені принципи і форми функціонування інших сфер життєдіяльності суспільства. Як відомо, ключовим напрямом сучасного розвитку є створення економіки знань, побудова інформаційного суспільства. Тому основним джерелом економічного і соціального прогресу нині стає інтелект людини, спроможний здійснити вибір пріоритетів розвитку, удосконалити механізм виробничих процесів, визначити доцільність організаційних зрушень у системі господарювання та ін. За таких обставин змінюються засади функціонування виробництва в рамках капіталістичної економіки, адже тепер найголовнішою умовою відтворення капіталу та його нагромадження стає нарощування інтелектуального потенціалу та його потужне використання заради капіталізації вартості.

Об'єктивна потреба у залученні інтелекту людини у виробничий процес, його перетворення на стрижень соціально-економічного розвитку набуває відповідного прояву у прагненні бізнес-структур нарощувати соціальні інвестиції, тобто інвестиції у людський капітал. Отже, персоніфікований капітал таким чином фактично створює підґрунтя для власного відтворення та розквіту, адже без інтелектуальної основи він нині приречений на поступове згасання та занепад.

Переформатування структури капіталовкладень на користь соціальних інвестицій має відбуватися у певній організаційній та правовій площині. Звідси виникає необхідність створення належної законодавчо-нормативної бази для розвитку соціальної діяльності підприємницьких структур, її інституалізації, побудови партнерських відносин на засадах ділової етики, участі бізнесу у розробці соціальних проектів і виконанні соціальних програм.

Звісно, не можна стверджувати, що при цьому компанії позбуваються власних комерційних інтересів і цілком перетворюються на носіїв суспільних інтересів. Прагнення збагачення, продиктоване принципом економічного детермінізму, не втрачає свого значення. Але воно у деякій мірі починає підпорядковуватися спільним інтересам індивідів. Спостерігається певний симбіоз поєднання різних інтересів шляхом використання саме такого явища, як СВБ.

Отже, з одного боку, заради досягнення комерційних цілей бізнес зважає на соціальну відповідальність як на чинник, що підвищує його ділову репутацію, покращує його імідж. Завдяки цьому економічний стан і умови розвитку компаній поліпшуються. Спостерігається збільшення кількості ділових партнерів, обсягів додаткових інвестицій, прискорюється просування продукції на ринку, посилюється конкурентоспроможність тощо.

Як показує досвід впливових корпоративних структур, такі закономірності розвитку дійсно заявляють про себе. Наприклад, вчені проаналізували результати діяльності 18 найбільш відомих американських компаній, що працюють на ринку більше ста років, і дійшли висновку: якщо у своїй діяльності компанії перш за все орієнтувалися на соціальні цінності, то вони мали прибуток на кожний долар інвестицій у 15 разів більший, ніж у середньому по американській економіці загалом [7, с. 128–156]. За даними агенції Conference Board, компанії, що мають соціально відповідальний бізнес, отримують значно кращі фінансові показники у порівнянні з компаніями традиційного спрямування. Так, доход на інвестований капітал у соціально відповідальних компаній вищий на 9,8%, доход з активів – на 3,55%, доход з продажів – на 2,79%, прибуток – на 63,5% [5, с. 71–74].

Але подивимося на результати такої соціальної поведінки бізнес-структур з іншого боку. Перетворивши механізм соціальної відповідальності на засіб досягнення комерційного успіху, компанії у той же час виступають як господарюючі суб'єкти, зацікавлені у підвищенні якості продукції й дотриманні інтересів споживачів, носії розв'язання проблеми зайнятості, гаранті соціальної безпеки, надійні джерела поповнення фінансових засобів, захисники навколишнього середовища, збереження якого створює умови для відтворення та розвитку людської спільноти.

Соціальна діяльність підприємницьких структур дозволяє суттєво змінити формат самих соціально-трудова віднос і соціально-психологічних методів управління на підприємствах, дотримання етичних норм поведінки в трудових колективах, піклування керівництва про задоволення соціальних потреб працівників, їх сімей, поліпшення умов їх існуван-

ня – все це сприяє гармонізації суспільних відносин на основі розв'язання нагальних соціальних проблем [2, с. 111–117]. Таким чином бізнес разом із державою стає учасником соціальних перетворень, забезпечуючи формування громадянського суспільства.

Вважаємо, що з огляду на соціальну роль сучасного бізнесу вже недостатньо говорити лише про його соціальну відповідальність. Набуття бізнесом характерних якісних соціальних ознак, на нашу думку, дозволяє стверджувати, що поступово відбувається соціалізація бізнесу. Породжена від початку інтересами індивідуального характеру, вона згодом переростає у форму поєднання приватних і суспільних інтересів, що сприяє прогресу суспільства в цілому.

Поступова еволюція бізнесу на соціальних засадах, маючи об'єктивний характер, у значній мірі залежить від тих загальних умов, за яких здійснюється підприємницька діяльність [3, с. 9–12]. Йдеться про ступінь економічної, політичної, правової, громадянської зрілості суспільства. Процес соціалізації бізнесу можна прискорити або ж, навпаки, загальмувати за допомогою різноманітних засобів впливу на нього. На нашу думку, вирішальна роль тут належить державному регулюванню. Заходи державного впливу різняться по окремих країнах. Тому прийнято говорити про різні моделі державного регулювання СВБ. Провідними серед них вважаються американська, європейська та японська. Основні відмінності між ними полягають у ступені правового впливу на соціальну діяльність підприємницьких структур та в обраних методах заохочення бізнесу до вирішення соціальних питань.

Розглянемо сутність зазначених моделей регулювання СВБ.

Американську модель відрізняє філантропічний підхід, вибірковість і добровільність соціальних заходів. Соціальна відповідальність бізнесу, як правило, не стосується основної діяльності компаній, тому її масштаби легко скоротити. Для цієї моделі характерна незначна правова регламентація соціальної діяльності бізнесу. Увага до неї з боку держави доволі помірною. Держава віддає перевагу не розробці відповідних законів, норм чи нормативів, що регулюють соціальні аспекти діяльності підприємницьких структур, а заходам

з посилення їх економічної мотивації щодо соціальної активності [4, с. 71–73; 6, с. 155–159]. Йдеться про використання державою таких економічних важелів, як пільгове оподаткування, пільгове кредитування компаній, субсидування за умови участі у розробці соціальних проектів, заохочення до створення корпоративних фондів страхового, пенсійного, інноваційного, благодійного спрямування тощо. Отже, американську модель відрізняє ліберальний характер впливу держави на СББ.

Європейська модель регулювання СББ спирається на відпрацьовану законодавчу базу і передбачає чітке правове регулювання відносин між державною владою, бізнесом і суспільством в цілому з огляду на обрані соціальні орієнтири. Тут діють відповідні стандарти щодо СББ, дотримання яких є обов'язковим. Наприклад, це стандарт ISO 6000 – управління якістю, що орієнтований на споживачів; стандарт ISO 14000 – екологія; стандарт OHSAS 18000 – персонал. В умовах європейської моделі регулювання СББ обов'язковому законодавчому регламентуванню підлягають медичне обслуговування, пенсійне забезпечення, страхова діяльність, контроль за екологічною ситуацією, відповідальність компаній перед регіонами тощо.

Для європейських компаній обов'язковою є соціальна звітність. Компанії складають спеціальні соціальні звіти, які інакше називаються звітами зі сталого розвитку. Такі звіти містять інформацію про діяльність компаній у сфері соціально-трудова відносин і у сфері екологічного захисту довкілля. Зміст соціальних звітів оприлюднюється, що позитивно впливає на внутрішньофірмові стосунки адміністрації компаній та працівників, сприяє посиленню співробітництва між бізнесменами та органами державної влади, підвищує ділову репутацію компаній, збільшує кількість прихильників соціально відповідальних фірм.

У розвинутих європейських країнах запроваджено спеціальні види державних відзнак і нагород за активну участь компаній у соціальній діяльності. Наприклад, у Бельгії за допомогою відповідного закону контролюється просування на ринку соціально підзвітної продукції з огляду на встановлену соціальну відзнаку – відповідність восьми конвенціям ІЛО. У Данії Міністерством соціальних справ у 2000 році

було запроваджено соціальну відзнаку для оцінки ступеня соціальної відповідальності компаній, що визначається на основі відповідей компаній з приводу їх соціальної діяльності. У Греції Інститутом гігієни та безпеки щорічно нагороджуються компанії, які суттєво поліпшили умови праці робітників та рівень охорони здоров'я. У країнах ЄС заради належної оцінки якості продукції використовується маркування «Еко-відзнака» [9].

Якщо в американській моделі СББ окреслена лише у вигляді добровільної додаткової діяльності, то в європейській моделі соціальна відповідальність перетворена на визначальну стратегію, що орієнтує компанії на досягнення поставлених бізнес-цілей та підвищення інвестиційної привабливості.

Японська модель СББ дещо відмінна від європейської за своїми ключовими принципами побудови, хоч вона теж передбачає активне втручання держави у соціальну діяльність компаній. Японській моделі СББ притаманні перш за все не організаційно-правові та комерційні засади, а своєрідна філософія людських стосунків, спрямована на усвідомлення загальнолюдських цінностей та прерогатив суспільного розвитку. До них відносяться різноманітні аспекти пізнання навколишнього світу, визначення місця та значущості кожного індивіда в соціумі, формування у людини почуття відповідальності за майбутнє суспільства. Серцевиною людських стосунків вважається згуртованість та взаємодопомога працівників, залучених до трудових колективів. Тому в основі їх формування лежить принцип «виробничої сім'ї», в межах якої кожен працівник бере на себе відповідальність за її добробут. Така «виробнича сім'я» цілком покладається на монолітну єдність членів трудового колективу та всебічну узгодженість їх дій. Таке почуття єдності не визначається і не регламентується законодавством. Воно формується у процесі спільної праці та в значній мірі залежить від гуманного ставлення керівників фірм до своїх працівників. Велику роль також відіграє виховання кожного у дусі причетності до проблем суспільства та розуміння необхідності їх спільного розв'язання.

Загалом у світі обсяги соціальних інвестицій бізнес-структур невпинно зростають. Наприклад, нині активи тільки європейських

фондів соціального спрямування (SRI-фондів) становлять 15 млрд дол. Активи соціально відкритих фондів у США в 2007 році становили 2,71 трлн дол. За 2005–2007 роки соціально відповідальне інвестування тут зросло більше, ніж на 18 %, у той час, як більш широка сфера активів зростає менше, ніж на 3%. За цей же період європейський ринок соціальних інвестицій збільшився з 1 трлн євро до 1,6 трлн євро [10].

Соціальна відповідальність українського бізнесу тільки-но починає заявляти про себе. Нині вона виступає як прояв філантропії, набуває вигляду спонсорської допомоги окремих компаній. До їх числа можна віднести концерн «Ніко», ЗАТ «Київстар», ЗАТ «Систем капітал менеджмент», ЗАТ «Оболонь» та ін. Основну увагу меценати та спонсори приділяють таким видам соціальної діяльності, як: підтримка соціальних проектів, підвищення якості продукції, матеріальна допомога мало-забезпеченим громадянам, інвалідам, закладам соціальної допомоги, медичним закладам, співпраця з місцевими органами влади, проведення благодійних акцій, заохочення до волонтерства тощо. У той же час доволі мізерними є інвестиції, що спрямовуються на охорону та відновлення довкілля, впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, поліпшення умов праці на підприємствах, розвиток персоналу, підвищення інноваційної активності тощо.

Вітчизняними науковцями визначено найбільш важливі напрями подальшого розвитку СББ з огляду на запити української економіки та суспільства в цілому. До них віднесено:

- підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі розгортання інноваційної діяльності завдяки всебічному використанню інтелектуального потенціалу суспільства;
- удосконалення корпоративного управління;
- співпрацю з групами впливу;
- розвиток людського капіталу;
- дотримання принципу рівних можливостей (для осіб різної статі, для інвалідів);
- збереження та відтворення довкілля;
- досягнення відповідальної інтеграції у міжнародні ринки [3, с. 9–12; 5, с. 71–74].

Вважаємо, що для подальшої активізації соціальної діяльності вітчизняних бізнес-

структур потрібно створити належні умови. Найбільші надії слід покласти на державне регулювання СББ. У зв'язку з цим необхідно:

- відпрацювати законодавчо – нормативну базу розвитку СББ;
- забезпечити належну інституалізацію соціальної діяльності підприємницьких структур;
- розширити інформаційний простір з метою оприлюднення напрямів і результатів соціальної діяльності підприємств;
- активно використовувати економічні важелі для заохочення СББ;
- розширити мережу каналів соціальної взаємодії усіх зацікавлених сторін;
- забезпечити контроль за етичними нормами ведення бізнесу; протистояти корупції, рейдерству, тіншовим схемам співпраці;
- посилити нагляд за дотриманням трудового законодавства на підприємствах;
- сприяти перетворенню соціальної відповідальності бізнесу на складову соціальної політики держави.

На нашу думку, урізноманітнення та розширення меж соціальної діяльності підприємницьких структур за сприятливих умов згодом якісно змінить її зміст і значущість як у сфері виробництва, так і суспільстві в цілому. З окремих фрагментарних епізодів щодо вирішення соціальних питань ця діяльність має перетворитися на невід'ємний елемент розвитку бізнесу, ключову стратегію підприємств, усталену складову механізму їх функціонування.

Висновки і перспективи досліджень.

Феномен соціальної відповідальності бізнесу обумовлений, на нашу думку, поступовою зміною якісних ознак сучасних виробничих процесів, які вимагають нових знань, технологій, досконалих інноваційних методів управління. З огляду на це принцип економічного детермінізму, притаманний будь-яким видам підприємницької діяльності, набуває нині нових форм прояву у повсякденній практиці. Традиційний варіант економічної поведінки суб'єкта господарювання, орієнтований на збагачення підприємця, зниження витрат, зростання норми прибутку і т. п. починає поступатися місцем підприємницькій діяльності належного іміджу, яка відрізняється високою діловою репутацією, виваженим реагуванням на потреби суспільства. Отже, підприємницька дія-

льність піднімається на новий щабель розвитку і заявляє про себе у соціальній сфері життя суспільства. У зв'язку з цим вважаємо, що посилення соціальної відповідальності бізнесу обумовлює його соціалізацію, тобто імплантацію бізнесу у соціальне середовище за умови дотримання етичних норм і поваги до соціальних цінностей. Звісно, яскравого виразу соціалізація бізнесу поки що не набула, але окремі складові цього процесу вже явно простежуються у провідних країнах світу.

В українській економіці СБВ скоріше носить показовий характер на тлі відвертого бажання бізнес-структур збагатитися за будь-яких обставин. Це не можна вважати дивним, адже у вітчизняній економіці лише закладено основи ринкового типу господарювання, де відбувається процес первинного нагромадження капіталу. Але по мірі відпрацювання ринкових засад функціонування економіки зміст бізнес-діяльності буде змінюватися не тільки в економічному відношенні, але й у соціальному. Цей процес можна прискорити за допомогою державного регулювання економіки, удосконалення правових норм функціонування бізнесових структур, створення умов для належної мотивації підприємців, свідомого залучення підприємств до розв'язання соціальних проблем.

Перспективами подальших наукових розвідок вважаємо визначення нових форм соціальної взаємодії суб'єктів у системі «бізнес – влада – суспільство», розгляд питань інституалізації соціальної відповідальності вітчизня-

них бізнес-структур, розробку конкретних заходів, спрямованих на активізацію соціальної діяльності підприємств.

Список використаних джерел

1. Шаповал В. М. Вітчизняна модель соціальної відповідальності бізнесу: проблеми формування та перспективи розвитку / В. М. Шаповал, В. П. Валіков // Держава та регіони. — 2007. — № 6. — С. 197—203.
2. Заяць Т. А. Трансформаційні зміни соціально-трудова відносин у контексті формування соціального капіталу / Т. А. Заяць, О. І. Дяконенко // Економіка і регіон. — 2012. — № 1 (32). — С. 111—117.
3. Осецький В. Л. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності / В. Л. Осецький, В. М. Марченко // Економіка та держава. — 2007 — № 1. — С. 9—12.
4. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. В. Мельник // Економіка та держава. — 2007. — № 5. — С. 71—73.
5. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка ф прогнозування. — 2009. — № 3. — С. 71—74.
6. Царик І. М. Особливості ринкового і державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу в умовах циклічності економіки / І. М. Царик // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 1 (115). — С. 155—159.
7. Мораль і бізнес (Стенограма засідання Круглого столу) // Економіка і прогнозування. — 2009. — № 2. — С. 128—156.
8. Соціальна відповідальність бізнесу: принцип системної дії // Звіт Форуму соціально відповідального бізнесу України. — К., 2006. — 22 с.
9. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.un.org.un/files/ConceptPaper.pdf>.
10. Мозговий Я. І. Моделі корпоративної соціальної відповідальності в банках / Я. І. Мозговий [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

L. P. MARCHUK
Mykolaiv

SOCIAL RESPONSIBILITY AS THE MAIN STRATEGY OF DEVELOPMENT OF MODERN BUSINESS

The objective foundations of development of social activity of business structures are considered. The models of social responsibility of business in well-developed countries of the world are reflected. The peculiarities of expression of social responsibility of business in Ukraine and the ways of its further development are defined.

Key words: social responsibility of business, social investments, socialization of business.

Л. П. МАРЧУК
г. Николаев

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Рассмотрены объективные основы развития социальной деятельности бизнесовых структур. Освещены модели социальной ответственности бизнеса в ведущих странах мира. Выявлены особенности проявления социальной ответственности бизнеса в Украине и определены пути ее дальнейшего развития.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальные инвестиции, социализация бизнеса.

Стаття надійшла до редколегії 16.02.2014