

Ю.М. Петрушенко, Т.І. Іванова, О.В. Дудкін

Міжнародні тенденції соціалізації діяльності підприємств

Ця стаття присвячена питанням визначення основних міжнародних тенденцій соціалізації бізнесу. Автори дослідили основні передумови розвитку соціальної відповідальності, розглянули особливості корпоративного управління та інвестиційного процесу, визначили тенденції впровадження концепції соціальної відповідальності на міжнародному та національному рівнях.

Ключові слова: соціальна відповідальність, концепції соціальної відповідальності, тенденції розвитку соціальної відповідальності, модель корпоративного управління, інвестиційний процес.

Постановка проблеми. У наш час потреба пошуку нових засобів взаємодії між суспільством та бізнесом формується як з боку держави і суспільних діячів, так і з боку вчених та дослідників. Спроби вирішити дану проблему носять багатоаспектний характер, а коло питань, на які шукаються відповіді, постійно розширюється. Традиційно превалюють напрями досліджень соціальної відповідальності на мікрорівні та рівні окремих держав, а саме: пошуки аспектів діяльності компаній, які можна віднести до соціального напрямку; проблема визначення кола функцій, які може перейняти від держави бізнес; міра участі бізнесу у вирішенні суспільних проблем; система заохочення і утворення ефективних механізмів стимулювання підприємств до таких дій. Однак, на даний момент можна з упевненістю говорити про формування єдиного комплексу тенденцій соціалізації бізнесу на міжнародному рівні, а отже, саме з цієї позиції доцільно розглядати питання соціальної відповідальності в межах національних економік та окремих підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Коло публікацій, які знаходяться у руслі окресленої проблематики характеризується різноманітністю напрямків та широтою досліджуваних аспектів. Зокрема загальні передумови розвитку концепції соціальної відповідальності досліджувались у працях Дж. Бхагаваті [1] та П. Шура [2]; зв'язок між інвестиційними процесами та впровадженням принципів соціальної відповідальності досліджувався С. Хилтоном та Д. Гиббонсом [3], М. Месконом [4] та А. Чіріковою [5]. Розвиток концепції соціальної відповідальності у розвинених країнах досліджувався у працях Н. Кричевського [6] та Ю. Юданова [7], а важливість моделей корпоративного управління для соціальної активності підприємств аналізувалася у працях А. Шевчука [8] та М. Альбера [9]. Проте важливим є розгляд міжнародних тенденцій поширення практик соціальної відповідальності у комплексі, що дозволить у подальшому аналізувати процеси соціалізації на національному рівні та на рівні окремих компаній.

Петрушенко Юрій Миколайович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії Сумського державного університету; Іванова Тамара Іванівна, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії Сумського державного університету; Дудкін Олександр Валентинович, асистент кафедри економічної теорії Сумського державного університету.

© Ю.М. Петрушенко, Т.І. Іванова, О.В. Дудкін, 2009

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження міжнародних тенденцій процесу соціалізації бізнесової діяльності, що передбачає вирішення таких питань:

1. Дослідження основних передумов соціалізації бізнес-діяльності на міжнародному рівні.
2. Аналіз моделей корпоративного управління та інвестиційного процесу та вплив цих факторів на розвиток соціальної відповідальності.
3. Розгляд тенденцій поширення концепції соціальної відповідальності на міжнародному та національному рівнях.

Вклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо основні фактори, що призвели до перегляду традиційних ролей бізнесу і сприяли поширенню феномену соціальної відповідальності.

Суттєвою передумовою є глобалізація економічних процесів. Формування зв'язків у багатьох соціально-економічних сферах між країнами вимагає збільшення масштабів розгляду будь-яких проблем. Відбувається формування світової ділової етики, яка змінює характер співіснування бізнесу і суспільства.

Наряду з цим у сучасному світі зростає важливість інформації. Доступність інформації, з одного боку, характеризує відкритість підприємств, а з іншого – робить їх уразливими. Це призводить до необхідності детального урахування усіх факторів, що впливають на діяльність компанії.

Паралельно відбувається зміна традиційних ролей держави і бізнесу, що пояснюється поступовими трансформаціями у формах власності підприємств у розвинутих країнах і якісними зрушеннями у країнах, що розвиваються, та в країнах з перехідною економікою. Оскільки в багатьох державах немає глибоких традицій взаємодії між бізнесом та суспільством, з'явилася необхідність впливати на формування нових економічних суб'єктів з боку держави та суспільних інститутів. Разом з цим простежується взаємопроникнення функцій держави та бізнесу. Великі компанії є новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів.

До важливих факторів розвитку соціальної відповідальності слід також віднести підвищення ролі персоналу підприємства. Міжнародний ринок праці сприяє інтеграції світового суспільного досвіду і примушує формувати нові принципи взаємодії між працівниками та економічними суб'єктами.

Проблеми екології та охорони навколишнього середовища також невіддільні від питань соціальної відповідальності. Компанія не може вважатися соціально відповідальною, якщо вона реалізує програми підтримки населення, але повністю ігнорує екологічні питання.

Поруч із передумовами, що впливають на соціалізацію бізнес-процесів слід окремо виділити два фактори, які не є головними, проте є вирішальними при формуванні конкретних моделей соціальної відповідальності, як на рівні держави, так і на рівні окремого підприємства. Це – особливості інвестиційного процесу та модель корпоративного управління.

Тенденція враховувати соціальні та екологічні показники при виборі об'єктів інвестування проявилася у 1998 році, коли була розроблена система показників сталого розвитку що формують світовий індекс *Dow Jones* по компаніям, що підтримують концепцію сталого розвитку (*Dow Jones Sustainability Group Index*) [3].

У 2001 році на Лондонській біржі на основі індексу *FTSE* (*Financial Times Stock Exchange*) був впроваджений новий індекс *FTSE4Good*. Додаткові вимоги для

входження до цього індексу це проведення заходів по захисту оточуючого середовища, формування відносин з акціонерами та дотримання прав людини.

Необхідно звернути увагу на те, що більшість дискусій стосовно соціальної відповідальності ведуться з позицій універсальності категорій бізнесу, держави та самої соціальної відповідальності [8]. Однак, якщо проаналізувати особливості існуючих господарських систем, можна побачити, що їм властиві різні способи взаємодії між ключовими акторами, а ролі цих акторів в окремих економічних системах можуть суттєво різнитися. Компанія та її соціальна діяльність не може розглядатися у відриві від національних, культурних, економічних та соціальних особливостей конкретного суспільства. Звідси можна зробити висновок про суттєві відмінності у корпоративному управлінні, а відповідно до цього і у розумінні та реалізації принципів соціальної відповідальності підприємства.

Основне питання корпоративного управління полягає у тому що ролі усіх зацікавлених груп (стейкхолдерів) у діяльності компанії, а також їхні інтереси різняться, у той час як усі вони зацікавлені у стабільному та прибутковому функціонуванні підприємства. Це породжує проблему сумісництва економічно доцільної та соціально відповідальної компоненти у діяльності компанії.

Слід визначити що сама капіталістична система має багатоваріантний характер. Окремі дослідники схильні поділяти моделі капіталізму за критеріями національних традицій, соціальної спрямованості, особливостями інвестиційного процесу, але у випадку дослідження соціальної відповідальності достатньо буде застосувати найбільш просту класифікацію визначену М. Альбером, який узагальнено виділив дві моделі, які позначив як англосаксонський капіталізм та рейнський капіталізм [9].

Перша модель (англосаксонський капіталізм) визначається провідною роллю ринку, обмеженим втручанням держави в економічні процеси та індивідуалістичною ідеологією. Друга модель (рейнський капіталізм) віддає координаційні повноваження державним інститутам, бізнес-об'єднанням та мережам компаній.

З цими моделями співвідносяться два підходи до корпоративного управління. Англосаксонська модель тяжіє до управління в інтересах акціонерів, рейнська модель характеризується управлінням з позиції стейкхолдерів.

Суттєвою причиною, що пояснює відмінності у моделях управління є структура власності. Англосаксонська модель характеризується наявністю так званого „масового акціонера”. За допомогою розвинутого фондового ринку число міноритарних акціонерів досягає мільйонів, при цьому зазвичай вони ніяким чином не пов'язані з підприємствами, в діяльність яких вони інвестують. Такі акціонери є скоріше не власниками, а спекулянтами. „Масових акціонерів” у країнах рейнського капіталізму порівняно менше.

Проте важливими гравцями є також інституціональні інвестори, які представлені різноманітними фондами, нефінансовими компаніями, банками, що надають перевагу портфельним інвестиціям. Їх більше саме у країнах рейнського капіталізму.

Переважаючий тип інвесторів в господарській системі формує характерні шаблони переслідування інтересів. Так „масовий акціонер” практично усунений від впливу на діяльність підприємства, а отже фактором, що визначає його інтереси є досягнення певних фінансових результатів. Простота операцій з цінними паперами і легкість з якою їх можна продати та купити визначає орієнтацію на короткостроковий фінансовий результат та відсутність сприйняття довгострокових проектів, які не приносять швидкої вигоди. Наслідком цього є те, що топ-менеджмент компанії вимушений обмежувати

розвиток стратегічних проектів, стримувати зростання заробітної плати та інших соціальних виплат.

На відміну від міноритарного акціонера, великі інституціональні інвестори керуються довгостроковими інтересами. Влада переслідує національні та соціальні інтереси, фонди зацікавлені у постійному прибутку у довгостроковому періоді, фірми переслідують цілі пов'язані з посиленням міжфірмових зв'язків та ослабленням конкуренції. Керування цими інтересами не накладає жорстких обмежень на соціальну активність. Таким чином передумови розвитку соціально відповідальної поведінки вже вбудовані у рейнську модель капіталізму і у модель корпоративного управління в інтересах стейкхолдерів.

Це не означає, що в англосаксонській моделі відсутні випадки реалізації принципів соціальної відповідальності. Однак, за умов, коли господарська система не стимулює подібної поведінки такі випадки є менш поширеними. Проте можна спостерігати випадки, коли ідеологія соціальної відповідальності не знайшовши відображення у інституціональній системі, утілюється у добровільних зобов'язаннях підприємств та декларується у кодексах поведінки окремих фірм та бізнес-об'єднань [2, 6].

Існує загальна схема переходу від морально обумовленої відповідальності до відповідальності, що має юридичне закріплення (рис. 1).

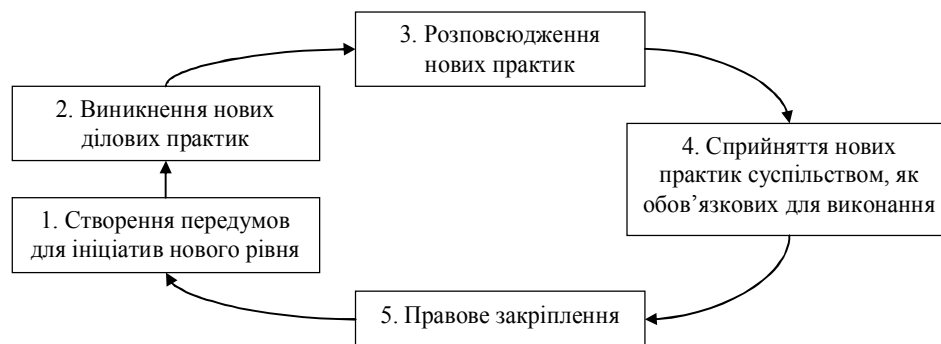


Рисунок 1 – Процес правового закріплення моральної відповідальності

Як показано на рис. 1, виникнення нових практик соціальної відповідальності, викликано конкретними передумовами, на які реагують суб'єкти соціально-економічних відносин. Після поширення ділових практик серед значної частини акторів, виникає сприйняття такої діяльності, як необхідної умови діяльності підприємства (хоча й надалі можуть існувати компанії, які їх не дотримуються). Правове оформлення, що відбувається на наступному етапі має стимулювати компанії, які ще не впровадили нові принципи у свою діяльність. Окрім цього, відбувається остаточне закріплення у діяльності підприємств досягнутих практик. Після цього, з розвитком соціально-економічних відносин, виникають нові проблеми і цикл повторюється.

Серед причин правового закріплення принципів соціальної відповідальності – такі:

- прищвидження розповсюдження концепції;
- фіксація досягнень і неможливість зниження їх рівня;
- гармонізація практик та обмін інформацією на національному та міжнародних

рівнях.

У наш час добровільний підхід до соціальної відповідальності є загальноприйнятим в усіх розвинених країнах. І хоча активність у вирішенні соціальних питань зазвичай розглядається, як необов'язковий, проте позитивний аспект корпоративного управління, все частіше можна спостерігати заклики до того, щоб зробити ініціативи соціальної відповідальності примусовими та обов'язковими для виконання підприємствами.

Прикладом може бути Європейська Комісія, яка є ініціатором інтеграції принципів корпоративної соціальної відповідальності до будь-яких політичних стратегій, що проводяться Європейським Союзом. Серед цих стратегій – стратегії вирішення соціальних, екологічних та економічних проблем, захисту споживачів, державних замовлень, міжнародних відносин, розвитку та ін. Приклади подібних процесів спостерігаються у Великій Британії, США, Японії [2, 3, 10]. Можна додати, що цей процес лише прискорюється завдяки зусиллям, що докладаються некомерційними організаціями, які незадоволені активністю державних органів щодо стимулювання програм соціальної відповідальності бізнесу.

Процес поширення принципів соціальної відповідальності відбувається одночасно на національному та міжнародному рівнях. Розглянемо основні етапи закріплення концепції соціальної відповідальності у міжнародному масштабі.

У 1996 році була утворена Європейська бізнес-мережа „КСВ – Європа” (*European Business Network - CSR Europe*), головними завданнями якої є популяризація ідей та розповсюдження досвіду впровадження принципів соціальної відповідальності. Організація складається з центральної ради та національних і регіональних рад, з якими співпрацює понад тисячі компаній.

У 1997 році при підтримці Програми ООН по навколишньому середовищу була створена Глобальна ініціатива зі звітності (*Global Reporting Initiative*), сферою діяльності якої є розробка стандартів звітності підприємств та покращення якості звітування у галузі стійкого розвитку.

У 2000 році був утворений „Глобальний договір” (*Global Compact*) учасниками якого стали найбільш великі компанії світу. Керівними органами цієї установи були сформульовані 10 ключових принципів (що регулюють трудові відносини, екологічні аспекти діяльності компанії та дотримання прав людини), яких зобов'язуються дотримуватися члени організації.

Поступово відбувається впровадження стандартів соціальної відповідальності та підготовки соціальних звітів. Компанія, що готує звіт, використовує стандарти сторонніх організацій (табл. 1). На сьогодні найбільш розповсюдженими стандартами соціальної звітності є настанова *GRI (GRI Guidelines)*, система стандартів *AA1000 (AA1000 Assurance Framework)* та стандарти соціального та етичного менеджменту серії *SA8000 (Social Accountability 8000)* [2]. Також зараз ведеться розробка стандарту *ISO 26000 «Соціальна відповідальність»*, яку планують завершити до 2010 року.

На рівні окремих держав процес соціалізації завершується формуванням національних моделей соціальної відповідальності. Основною характеристикою усіх національних моделей є вибір інститутів, що відіграють пріоритетну роль при формуванні комплексу заходів щодо участі бізнесу у житті суспільства [5].

Американська модель характеризується відносно слабким регулюванням з боку держави. Внаслідок федеративного устрою американський уряд переносить рішення значної кількості соціальних проблем на місцевий рівень. У таких умовах місцева влада вимушена активно взаємодіяти з місцевим бізнесом. Головна риса європейської моделі

Розділ 5 Міжнародні маркетингові стратегії інноваційного розвитку регіону

полягає у вагомому державному регулюванні. Компанії не займаються самостійним вирішенням соціальних проблем, а активно взаємодіють з державними органами, некомерційними організаціями та іншими суспільними інститутами. Основним фактором розвитку японської моделі є культурні традиції країни. Соціальна відповідальність пов'язана з колективною взаємодією на рівні підприємств, галузей та на рівні міжнародних корпорацій. Ці особливості сприяють формуванню специфічних рис національних моделей (табл. 2).

Таблиця 1 – Стандарти соціальної відповідальності

Стандарт	Особливості
GRI Guidelines	Цей стандарт є першою спробою створити набір індикаторів для комплексної оцінки соціальної активності компанії. Він включає принципи, що можуть бути застосовані для широкого кола підприємств, які працюють у різних галузях і різних країнах. Ці принципи забезпечують надання актуальної та дійсної інформації стосовно ключових напрямків діяльності та роблять можливим порівняння показників у динаміці та між різними компаніями
AA1000 Assurance Framework	Розглядає бізнес-процеси в розрізі соціально відповідальної поведінки і ставить за мету зростання ефективності соціальних заходів та постійне вдосконалення якості аудиту та звітності. Відмінністю цієї системи є пошук зацікавлених сторін та їх залучення до процесу вдосконалення діяльності підприємства
Social Accountability 8000	При розробці цього документа бралися до уваги положення Конвенції Міжнародної Організації Праці, Декларації прав людини, конвенції ООН по правам людини. Стандарт побудований за принципами стандартів серій ISO 9000 (менеджмент якості) та ISO 14000 (менеджмент охорони довкілля), та визначає етичні критерії при виробництві товарів та послуг

Таблиця 2 – Особливості національних моделей соціальної відповідальності

США	Країни західної Європи	Японія
<ol style="list-style-type: none"> 1. Заохочення соціально відповідальної діяльності підприємств з боку держави. 2. Соціальна діяльність компанії має чітко окреслені напрямки. 3. Вирішення соціальних проблем на рівні місцевої громади є пріоритетом. 4. Цільове використання витрачених коштів та орієнтованість на конкретні результати 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Широке коло стейкхолдерів. 2. Визначання державою правил поведінки та контроль за їх виконанням. 3. Непопулярність благодійних заходів внаслідок високих податків та відсутності пільг і інших стимулів. 4. Високий рівень інтеграції соціальної діяльності у загальну стратегію розвитку компанії 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Активний вплив влади внаслідок стратегічного планування розвитку держави. 2. Основний напрямок ініціативи, спрямовані на задоволення потреб працівників. 3. Співробітництво у сфері соціальної відповідальності між компаніями. 4. Розповсюдження практики володіння об'єктами соціальної інфраструктури

Окрім наведених вище тенденцій слід окремо зупинитися на особливостях розповсюдження принципів соціальної відповідальності пов'язаних із функціонуванням окремої компанії.

Соціальна відповідальність потребує обов'язкового дотримання вимог законодавства та навіть їх перевиконання. Для компанії, що утворюється та діє всередині своєї країни, ця вимога виконується автоматично. Додаткові нюанси виникають при роботі за кордоном, якщо спостерігається розбіжність рівнів життєвих стандартів та встановлених законами соціальних вимог до діяльності бізнес-організацій між країною головного офісу та країною, де знаходиться філіал.

У випадку коли місцевий рівень якості життя вище, компанія повинна подолати розрив у вимогах законодавства і понести додаткові витрати. При цьому те перевищення законодавчо встановлених вимог, яке мало місце у країні головного офісу, і яке давало підстави вважати діяльність компанії соціально відповідальною, повністю нівелюється. Протилежна ситуація спостерігається, коли рівень місцевих життєвих стандартів є нижчим за стандарти країни, де знаходиться головний офіс. Зазвичай інвестори та інші зацікавлені групи вважають необхідним підняти рівень соціального забезпечення, таким чином вирівнюючи обсяг зусиль по соціально відповідальній поведінці у всіх країнах, де функціонує компанія. Звідси можна висновок щодо поступового встановлення єдиних стандартів соціальної активності для всіх країн, де працює компанія.

Ще одним аспектом є постійна спрямованість до перевищення вимог законодавства. Ділова спільнота розуміє, що соціальна відповідальність навіть у межах, які є максимальними на сьогодні, з плином часу стане обов'язковою. Це лише проміжний стан, і зі зростанням активності підприємств у соціальному напрямку, соціальна відповідальність стане невід'ємною умовою діяльності підприємства. Створити суттєву конкурентну перевагу за рахунок досягнутих позицій на довгий строк не уявляється можливим. Для того, щоб утримати набуті позиції, підприємство буде вимушено зробити наступні кроки і звернутися до концепцій соціального лідерства та соціального менеджменту [3].

Висновки. Процес інституціонального оформлення концепції соціальної відповідальності підприємства у світі проходив за декількома напрямками. Глобальні економічні процеси, зростання важливості інформаційних факторів, загострення екологічних проблем та підвищення ролі персоналу підприємств призвели до зміни функцій підприємств і сприяли зверненню до соціальних питань. Суттєвими факторами, що визначають напрямок розвитку соціальної відповідальності є особливості структури власності, інвестиційний процес та моделі корпоративного управління підприємством. За останні десятиріччя були сформовані теоретичні підходи, що знайшли подальше втілення у стандартах соціальної відповідальності.

Процес закріплення норм соціальної відповідальності відбувається одночасно у декількох площинах. Тенденції поширені на міжнародному рівні знаходять своє подальше відображення у національних моделях, а національні особливості у свою чергу можуть суттєво впливати на міжнародні процеси. Окрім цього можна говорити про поступове закріплення набутих досягнень у правовій формі, що є передумовою подальшого розвитку концепції соціальної відповідальності.

Напрямки подальших наукових розробок знаходяться у площині перенесення зарубіжного досвіду на вітчизняні реалії з урахуванням місцевих факторів, а також у дослідженні аспектів втілення тенденцій, що мали місце на міжнародному та національному рівнях, на рівні окремих підприємств. Важливим напрямом наукових пошуків в Україні є дослідження системи «державна-бізнес-суспільство» та визначення функцій складових цієї системи.

Слід зазначити, що модель управління в інтересах стейкхолдерів є більш актуальною для України по причинам серед яких: традиції підприємства, як соціального гаранту; наявність у багатьох компаній об'єктів соціальної інфраструктури та досвіду керування ними; існування регіонів, для яких характерним є велика кількість містоутворюючих підприємств. Приймаючи до уваги нестійкість тенденцій розвитку соціальної відповідальності і водночас визнаючи певні позитивні досягнення, що мали місце за останні роки, держава зараз має можливість змінити підходи до соціальної відповідальності підприємств та забезпечити довгострокові трансформації за допомогою поступового процесу закріплення досягнутих соціальних стандартів.

1. *Бхагавати Дж.* В защиту глобализации / Джагдиш Бхагавати; [Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева]. – М. : Ладомир, 2005. – 448 с.
2. *Шура П.* Социальный портрет бизнеса. Путеводитель по социальным программам российского бизнеса / П. Шура, И. Тросников, К. Чернов. – М. : The Platzdarm Group, Альпина Бизнес Букс, 2004. – 196 с.
3. *Хилтон С.* Бизнес во благо. Делаем деньги, делая мир лучше / С. Хилтон, Д. Гиббонс; пер. с англ. И. Ющенко. – М. : Хорошая книга, 2003. – 384 с.
4. *Мескон М.* Основы менеджмента: учебник / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [под общей ред. Л.И. Ивченко]. – М. : Дело, 2004. – 720 с.
5. *Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер?* / [Чирикова А.Е., Лапина Н.Ю., Шилова Л.С., Шишкин С.В.]; под ред. С.В. Шишкина. – М. : ГУ-ВШЭ, 2005. – 232 с.
6. *Кричевський Н.А.* Корпоративная социальная ответственность / Кричевський Н.А., Гончаров С.Ф. – [2-е изд.]. – М. : Издательского-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 216 с.
7. *Юданов Ю.* Многообразие европейских предпринимательских моделей / Ю. Юданов // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. – №12. – С. 26-34.
8. *Шевчук А.В.* Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления / А.В. Шевчук // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – №2. – С. 7-26.
9. *Альбер М.* Капитализм против капитализма / Мишель Альбер. – СПб. : Экономическая школа, 1998. – 293 с.
10. *Воробей В.* Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / Володимир Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – №10. – С. 19-29.

Отримано 01.10.2009 р.

Ю.Н. Петрушенко, Т.И. Иванова, А.В. Дудкин

Международные тенденции социализации деятельности предприятий

Статья посвящена вопросам определения основных международных тенденций социализации бизнеса. Авторы исследовали основные предпосылки развития социальной ответственности, рассмотрели особенности корпоративного управления и инвестиционного процесса, определили тенденции внедрения концепции социальной ответственности на международном и национальном уровнях.

Ключевые слова: социальная ответственность, концепции социальной ответственности, тенденции развития социальной ответственности, модель корпоративного управления, инвестиционный процесс.