

НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

***Анотація.** У статті досліджено моделі соціальної відповідальності, розкрито тенденції розвитку концепцій соціальної відповідальності, зроблено порівняльний аналіз американської, європейської та японської моделей*

***Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, американська модель, європейська модель, японська модель, концепція соціальної відповідальності*

***Аннотация.** В статье исследованы модели социальной ответственности, раскрыты тенденции развития концепций социальной ответственности, сделан сравнительный анализ американской, европейской и японской моделей*

***Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, американская модель, европейская модель, японская модель, концепция социальной ответственности*

***Abstract.** The article analyzes the models of social responsibility, reveals the tendencies of development of social responsibility concepts, compares analysis of American, European and Japanese models.*

***Keywords:** corporate social responsibility, American model, European model, Japanese model, concept of social responsibility*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність та доцільність впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності активно вивчається світовою науковою спільнотою, яка виділяє кілька моделей КСВ, що розрізняються за тими чи іншими параметрами і відповідними умовами тих країн, в яких вони формуються. Йдеться про американську, європейську (континентальну), британську, канадську, скандинавську, латинську, японську, китайську та ісламську моделі КСВ. Прояви соціальної відповідальності є різними в різних компаніях та організаціях, багато чинників виявляють схожий вплив на формування системи соціальної відповідальності в країні. У сукупності це формує модель соціальної відповідальності.

Це призводить до необхідності провести порівняльний аналіз зазначених західних моделей, виявити їх основні подібності та відмінності. Результати

аналізу можуть бути використані для формування оптимальної моделі в українських умовах з урахуванням специфіки та історичних традицій КСВ, що склалися в інших країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей концепції корпоративної соціальної відповідальності та моделей її реалізації присвячено значну кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Найбільш вагомий внесок було зроблено зарубіжними вченими: Ф. Котлером, Е. Карнегі, М. Портером, М. Крамером, А. Керролом, М. Фрідманом, К. Девісом та іншими, де КСВ існує вже досить тривалий проміжок часу й успішно функціонує.

Серед вітчизняних учених соціальним питанням механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю присвячені роботи О. Грішнєвої, А. Зінченко, М. Саприкіної та ін. Водночас все ще недостатньо уваги приділяється вивченню вітчизняного досвіду розвитку моделі КСВ, визначенню причин неприйняття цієї ідеї більшістю українських підприємств.

Мета статті – розкрити національні моделі корпоративної соціальної відповідальності та здійснити їх порівняльний аналіз.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Дослідження моделей соціальної відповідальності підкреслюють відмінності культурних парадигм, які історично склалися у країнах, особливості взаємовідносин держави і бізнесу, які проявляються в популяризації державою принципів соціальної відповідальності.

Існує дві протилежні тенденції розвитку концепцій соціальної відповідальності:

1) формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності підприємств, які враховують існуючі регіональні розбіжності, зумовлені політичними, соціально-економічними та національними особливостями розвитку окремих країн;

2) уніфікація вимог до корпоративної соціальної відповідальності підприємств, що знайшло своє відображення у розробленні та поширенні

міжнародних документів, загальноприйнятих систем оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності [1].

Сьогодні експертами та провідними науковцями прийнято виділяти три моделі КСВ – американську, європейську та азійську (японську). Одразу варто наголосити, що в науковій літературі можна зустріти й інші моделі, наприклад британську, англо-саксонську, континентальну, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох моделей та базуються на них.

В останні десятиліття минулого століття інформаційний ринок України відкрився для глобальних інформаційних потоків. І українські підприємства, і українська громадська думка опинилися на перетині американських, європейських та азійських комунікативних впливів. У зв'язку із політичною волею урядів пострадянських держав, в ці країни почав заходити великий іноземний бізнес, який привніс нові стандарти та нові підходи до комунікацій. До такої бізнес-політики слід віднести концепцію корпоративної соціальної відповідальності, яка значною мірою змінила роль корпорацій в суспільстві [2].

Визначальним фактором формування національної моделі є ступінь участі держави в процесах соціалізації бізнес-діяльності, тому можна виділити три типи моделей соціальної відповідальності:

1. Модель активного втручання держави, характеристикою якої є надання соціальних благ на загальній основі й врахування інтересів всіх сторін (західноєвропейські країни).

2. Модель обмеженого втручання держави в рішення соціальних проблем, які характеризуються другорядним впливом уряду, при цьому основна роль приділяється компаніям (японська модель).

3. Модель реактивного втручання держави, що характеризується мінімальною участю владних інститутів у рішенні соціальних питань (американська модель) [4].

Відмінність між американською, європейською та японською моделями за різними критеріями наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Відмінність між американською, європейською та японською моделями

Критерій	Європейська модель	Американська модель	Японська модель	Вплив на КСВ
1. Фінансова система	Залежить від розгалуженої мережі та репутації	Залежить від відкритості та доступності інформації	Залежить від престижу компанії, що визначає її доступ до зовнішніх фінансових джерел.	Відкритість, прозорість компанії, доступність інформації, організаційна структура
2. Внутрішня структура	Ухвалення рішень, що ґрунтуються на консенсусі; топ-менеджер, акціонер, основні постачальники та клієнти	Здатність топ-менеджера самостійно обирати рішення	Підхід менеджерів до управління персоналом полягає, в тому, щоб знайти для людини функцію, яка дозволить реалізувати йому свій власний потенціал	Відносини та діалог зі стейкхолдерами, мережа постачальників
3. Промислові відносини	Колективні угоди між профспілками та керівництвом компаній	Ринкові відносини між співробітником (індивідуально) та роботодавцем	В основі лежить система «довічного найму»	Соціальний діалог, взаємини зі співробітниками
4. Система освіти і тренінгів	Контролюють профспілки та асоціації роботодавців; специфічні навички для окремих галузей промисловості	Формальні інституції проводять тренінги, що дають можливість набуття потрібних загальних навичок	Забезпечення навчання персоналу всередині фірми (компанії потрібен не фахівець «взагалі», а фахівець для роботи саме у своїй компанії)	Взаємини зі співробітниками з погляду навчання та різноманітних тренінгів
5. Міжкорпоративні відносини	Підтримка форм контрактів і технологічних трансферів	Стандартні ринкові відносини та можливість укладати контракти	Корпоративна філософія, сила корпоративної культури та повне визнання сторонами принципів етики трудових відносин.	Чесні управлінські практики

Джерело: систематизовано автором на основі [1; 3; 5]

Американська модель є найбільш лібералізованим варіантом соціальної політики держави, який базується на принципі відокремлення соціального захисту від вільного ринку й обмеженні захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат. Американська модель соціальної відповідальності передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску. Держава підтримує й стимулює цей напрям діяльності бізнесу через просвітництво та створення системи стимулів, а саме через пільги чи субсидії, не втручаючись у формування програм соціальної відповідальності [6].

Прикладом втілення американської моделі соціально відповідальної поведінки компанії може бути також соціальна політика деяких банків, що функціонують на території України. Наприклад, Райффайзен Банк Аваль особливу увагу приділяє саме філантропії, про що свідчить інформація представлена на сайті банку. Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів.

Європейську (континентальну) модель можна назвати антиподом ліберальної американської моделі. Європейська модель соціальної відповідальності орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив, а саме: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища. Європейський Союз (ЄС) – це авторитетне інтеграційне об'єднання, локомотивом якого традиційно виступає Німеччина, на яку, за даними Євростату, в 2016 році припало близько 1/5 всього ВВП ЄС (21,1%). За нею йдуть Великобританія (16%), Франція (15%), Італія (11,3%), Іспанія (7,5%) і Нідерланди (4,7%).

Діяльність європейських компаній строго регулюється в межах, визначених чинним, екологічним та податковим законодавством. Для них характерний високий рівень внутрішньокорпоративної регламентації. Згадаємо як приклад діяльність одного з лідерів європейського співтовариства в сфері КСВ – німецької хімічної і фармацевтичної компанії Bayer.

Розглядаючи європейську модель, також важливо зазначити, що характерною її ознакою є помітна роль держави. Загальновідомо, що

європейська модель економіки характеризується високими обсягами ВВП, що перерозподіляється через державний бюджет (близько 50%), створенням розвиненої системи соціального захисту на основі залучених коштів держави та підприємців.

Основні риси японської системи соціальної відповідальності визначає низка концепцій, яких немає в американській моделі. Найважливішими з них є колективне прийняття рішень, відповідальність перед працівниками та соціальна відповідальність керівництва [5].

До основних особливостей даної моделі КСВ відносять: орієнтацію на культурні традиції країни, забезпечення гендерної рівності; розвиток волонтерства – відповідальна поведінка громадян до своєї країни; забезпечення сумлінного партнерства (створення індустріальних груп); активну роль держави, особливо в стратегічному плануванні бізнесу; діяльність регулюється внутрішніми корпоративними директивами; тісний зв'язок суб'єкта господарювання із його соціальними проектами, компанія підтримує своїх працівників на всьому їх життєвому шляху.

Соціальна відповідальність в Японії багато в чому обумовлена культурними традиціями країни. Японська модель передбачає соціальну згуртованість на рівні індустріальної групи. Управління бізнесом орієнтоване не тільки на отримання прибутку, а має базуватися на правильному сприйнятті суспільства і навколишнього світу, усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і прагненні до прогресу цивілізації в цілому [6].

Висновки. Отже, ідеальної моделі корпоративного управління соціальною відповідальністю в світі не існує, кожній з них властиві свої позитивні та негативні риси. Однак, майже всі перелічені механізми досягнення основної мети корпоративного управління кожної з моделей можуть бути притаманні суспільству, яке має розвинуту структуру ринку, а також стійку сформовану законодавчу базу

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гітіс Т.П., Собчук А.Г. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов / Т.П. Гітіс, А.Г. Собчук // Економічний вісник Донбасу. — 2017. — № 3 (49). — С. 70-74.

2. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. — 2014. — № 2. — С. 187-192. 6.

3. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010 : стан та перспективи розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. — К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. — 56 с.

4. КСО для электроэнергетических компаний: повышаем эффективность бизнеса / М. Сапрыкина, А. Зинченко, О. Янковская, Е. Трегуб / под общей редакцией М. Калменова. — Алматы : КЕГОС, 2014. — 168 с.

5. Мазуренко В.П., Засенко О.Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В.П. Мазуренко, О.Ю. Засенко. [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199>

6. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку / за наук. ред. проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012 — 500 с.