Секція 6: Економіка підприємства та корпоративне управління: сучасні трансформаційні процеси

Сабецька Т. І.

к.е.н., викл. кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту Тернопільського національного економічного університету, м. Івано-Франківськ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Як показують сучасні реалії, необхідною передумовою побудови ефективної ринкової стратегії підприємства є налагодження продуктивного діалогу між урядом, бізнесом та громадянським суспільством. Одним із ключових факторів для побудови такого діалогу є впровадження та розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Зародження і формування принципів соціально відповідальної поведінки підприємств відбулося на початку минулого століття саме на "Заході" – провідними компаніями континентальної Європи та США впроваджувалися різні соціальні ініціативи у тій чи іншій сфері діяльності, проте вони носили випадковий, епізодичний характер і були скоріше відповіддю підприємств на вимоги місцевих органів влади чи профспілок. Проте згодом очевидною стала необхідність об'єднати розрізнені елементи соціально відповідального досвіду компаній в цілісну концепцію корпоративної соціальної відповідальності. Цьому сприяли посилення впливу профспілок у сфері охорони праці; встановлення більш жорсткого законодавчого регламентування трудових відносин і охорони довкілля, а також зростання взаємозалежності між сформованим суспільством ринковим іміджем підприємства та рівнем продажу продукції – на купівельну поведінку та вибір споживача все частіше впливає репутація фірми і суспільна позиція щодо того чи іншого товаровиробника.

За майже столітню історію свого становлення й розвитку в американському та європейському суспільстві сформувалася фундаментальна

концепція корпоративної соціальної відповідальності, яка тим не менше в кожному географічному, національному чи ментальному середовищі має свої характерні риси. Сучасною економічною наукою виокремлюються різні моделі соціальної відповідальності бізнесу, які відображають певні особливості й тенденції становлення КСВ у компаніях різних країн. Більшість вчених сходиться на думці про існування американської, європейської і японської (азійської) моделей КСВ, хоча є науковці, чий погляд на дану класифікацію дещо відрізняється. Так, деякі вчені окрім американської і європейської моделей виділяють пострадянську модель КСВ, а зокрема Градюк Н. М. виокремлює американську, британську, європейську, японську та російську моделі корпоративної соціальної відповідальності [1].

Європейська модель соціальної відповідальності бізнесу особлива тим, що корпоративна діяльність доволі жорстко регулюється законодавчими актами, а також різними нормами і стандартами Євросоюзу та окремих держав. Зокрема, законодавчо закріплено обов'язкове медичне і пенсійне страхування, чітко регламентується природоохоронна діяльність підприємств, а також окремі аспекти відповідальності фірми перед персоналом та місцевими громадами. Для порівняння, американський бізнес ґрунтується на максимальній свободі підприємництва, а окремі сфери й досі залишаються саморегульованими, як наприклад добровільне медичне страхування чи двохсторонні трудові відносини у форматі "найманий працівник–роботодавець".

Високим рівнем законодавчого регулювання європейська модель КСВ характеризувалася ще на етапі свого становлення. Так, у 1977 р. у Франції набуває чинності закон про обов'язковість подання керівниками підприємств із чисельністю більше 300 працівників на розгляд комітету підприємства щорічного соціального звіту щодо реалізації підприємством соціальних програм із зайнятості, оплати праці і соціальних виплат, соціально-побутових умов і охорони праці, системи навчання й підвищення кваліфікації тощо [3].

Існування у "старій" Європі чітко регламентованих взаємовідносин між державою та бізнесом дозволяє робити висновок про те, що соціально

відповідальна поведінка західноєвропейських компанії є скоріше не добровільним вибором підприємства, а обов'язковою діяльністю в рамках функціонування у правовому полі тієї чи іншої держави. Мабуть тому в США таким популярним механізмом реалізації соціально відповідальної поведінки підприємств залишається участь у різноманітних благодійних фондах чи програмах, що підтримується на державному рівні шляхом надання податкових пільг. Тоді як в європейському суспільстві благодійні ініціативи підприємств практично не заохочуються державою, навпаки існування жорсткого податкового тягаря майже не залишає підприємствам вільних фінансових ресурсів для реалізації благодійних програм.

Європейська модель соціальної відповідальності орієнтована на отримання прибутку та зростання інвестиційної привабливості підприємства, а тому будь-яка соціально орієнтована діяльність стає складовою корпоративної стратегії підприємства і обов'язково втілюється в конкретну обґрунтовану програму з чітко визначеним комерційним ефектом.

Таким чином концепцію соціально відповідальної поведінки бізнесу, що реалізується в Західній Європі, можна розглядати як "приховану" форму КСВ, де держава запроваджує певні юридичні правила і норми, які диктують бізнесу обов'язкові до виконання правила соціально відповідальної поведінки.

Розглянемо успішний досвід реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в європейській моделі на прикладі підприємств Німеччини. Так, мале підприємство "Markisches Landbrot GmbH" (Лендброт, м. Берлін), яке розпочинало свій шлях у 1981 р., налічуючи 6 працівників, зараз цілком обґрунтовано позиціонує себе як екопідприємство, яке сертифіковане за екологічними стандартами якості і посідає перше місце у всьому Європейському Союзі за рівнем екологічного менеджменту [4].

Основний наголос у власній концепції соціальної відповідальності "Markisches Landbrot GmbH" робить на дотриманні високих екологічних стандартів, зокрема використанні безпечних екотехнологій, пов'язаних із випіканням хліба та хлібобулочних виробів; на утилізації відходів (кожних два

тижні накопичені відходи відправляються у фермерські господарства для худоби); відповідності сировини екологічним стандартам (використання 100% сертифікованої органічної сировини); підтримці інноваційних проектів з покращення клімату, природи і охорони навколишнього середовища; використанні упаковки, яка має здатність до само- чи біоутилізації тощо.

Іншим напрямом КСВ підприємства є відповідальність перед суспільством, що проявляється у формі благодійності – щодня підприємством виділяється безкоштовний хліб для жебраків. Також "Markisches Landbrot GmbH" є соціально відповідальним перед власними працівниками, адже керівництво з повагою ставиться до співробітників, не допускає порушень прав людини і ліквідовує всі форми примусової та обов'язкової праці [4].

Також заслуговує на увагу успішний досвід реалізації КСВ великої німецької компанії "Bombardier Inc." (Бомбардьє) [2], яка є одним із провідних світових виробників пасажирських літаків і літаків бізнес-класу, а також техніки для залізничного транспорту. Компанія "Bombardier Inc." визначила для себе місію – бути провідним виробником у світі сучасних літаків і потягів, які допомагають людям і товарам дістатися туди, куди вони повинні потрапити; а основними цінностями підприємства є чесність, прагнення до досконалості, орієнтація на клієнта, фокус на акціонерів. Керівництво "Bombardier Inc" вірить у важливість застосування доброї практики корпоративного управління з метою забезпечення належного управління бізнесом, оскільки це створює стійку прибутковість та підвищує акціонерну вартість фірми.

Корпоративна соціальна відповідальність "Bombardier Inc." проявляється у прагненні постійно захищати своїх працівників від професійних захворювань і нещасних випадків на виробництві та зміцнювати їх здоров'я; запобігати забрудненню довкілля, зберігати і раціонально використовувати природні ресурси й енергію; підвищувати екологічну обізнаність персоналу, а також забезпечувати його професійне зростання і навчання згідно потреб бізнесу [2].

Отже, Німеччина як одна з провідних європейських країн вважається державою із соціальним ринковим господарством значною мірою через те, що

уряд створює рівні умови для усіх громадян, запобігає проявам несправедливості і захищає соціально вразливі верстви населення: безробітних, хворих, людей похилого віку і дітей. Уряд Німеччини надає відчутну фінансову та інформаційну підтримку підприємствам у рамках реалізації важливих екологічних проектів, спрямованих на захист довкілля, а також у сфері виробництва і споживання екологічно чистої продукції.

Отже, практична реалізація основних принципів соціальної відповідальності бізнесу в рамках європейської моделі КСВ переконливо доводить, що в умовах сучасних реалій отримати високі економічні результати можуть ті підприємства, які зуміли гармонізувати власні бізнесові й соціальні інтереси та досягнули консенсусу між власним економічним добробутом й тими соціальними й екологічними гарантіями, які вони дають суспільству. А передовий досвід "Markisches Landbrot GmbH" і "Bombardier Inc." є підтвердженням закономірності, що ринкового визнання й відчутного фінансового зростання можна досягнути завдяки застосуванню соціально орієнтованої філософії господарювання і соціально-відповідального ставлення до власних працівників, партнерів, продукції та довкілля.

Література:

1. Градюк Н. М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/22_PNR_2011/Economics/10_90610.doc.htm.

2. Інтернет-сторінка компанії "Bombardier Inc.", присвячена корпоративній відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bombardier.com/

3. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит як сучасні інститути та технології соціального розвитку / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2010. – №3. – С. 3–9.

4. Корпоративна соціальна відповідальність та екоменеджмент компанії "MARKISCHES LANDBROT", [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.landbrot.de/