

УДК 339.94:174.4:316.64

Л. С. Ринейська,
к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Полтавський національний технічний університет

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЕТИКИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Liudmyla Sergiivna Ryneyska,
PhD, Associate Professor of International Economics and marketing
Poltava National Technical University named Yuri Kondratyuka

SOCIAL RESPONSIBILITY AS A PART OF INTERNATIONAL BUSINESS ETHICS UNDER GLOBALIZATION

У статті визначається суть соціальної відповідальності бізнесу. При цьому соціальна відповідальність розглядається як частина етики міжнародного бізнесу. Підкреслюється факт впливу глобалізації на сучасну економіку. Особлива увага приділяється дослідженню соціальної відповідальності у розвитку бізнесу в умовах глобалізації. Показана доцільність створення планетарної (глобальної) соціальної відповідальності бізнесу.

In the article the essence of social business responsibility is determined. In this social responsibility as part of the ethics of international business is seen. The fact of the globalization impact to modern economics is emphasized. Special attention to social responsibility research for business development in the context of globalization is given. Expediency of planetary (global) social business responsibility creation is shown.

Ключові слова: соціально-відповідальний бізнес, етика міжнародного бізнесу, глобальна економіка, планетарна (глобальна) соціальна відповідальність бізнесу.

Key words: social business responsibility, ethics of international business, global economy, planetary (global) social business responsibility.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. Однією з важливих елементів будь-якого бізнесу завжди була його етична складова (відповідальність партнерів по бізнесу між собою, відповідальність виробників за якість своєї продукції тощо). Сьогодні, в умовах глобалізації, цей аспект економічних відносин набув особливої актуальності. Соціальна відповідальність перетворилася у принципово важливу складову етики міжнародного бізнесу, що зумовлює його ефективність і конкурентоспроможність. У зв'язку з цим дослідження соціальної відповідальності як складової етики світового бізнесу в умовах глобалізації набуває великого наукового і практичного значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблемою. Питання соціально відповідального бізнесу вивчали багато вчених, у тому числі: Боуен Г., який був одним з перших дослідників соціальної відповідальності бізнесменів. Резнік Н. аналізував сутнісно-теоретичні аспекти соціальної відповідальності бізнесу. Головінов О. та Л. Дмитриченко розглядали фактори формування інституту корпоративної соціальної відповідальності. Кудасевич О. вивчала історію становлення моделі соціальної відповідальності підприємництва у другій половині XIX – на початку XX століття. Баюра Д., Буян О., Бутко М., Мурашко М., Грішнова О., Рейтерович І., Пужа О. розглядали особливості формування соціально-відповідального бізнесу в Україні. У той же час у науковій літературі недостатньо розкрито питання соціальної відповідальності бізнесу в умовах глобалізації, її значення у становленні етики сучасного міжнародного бізнесу.

Метою статті є дослідження соціальної відповідальності як принципово важливої складової етики світового бізнесу та її вплив на розвиток суб'єктів цього бізнесу в умовах сучасної глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Протягом існування людства серед науковців і практиків досить часто відбувалися дискусії щодо мети підприємницької діяльності: деякі з них наголошували тільки на отриманні прибутку, інші наполягали на тому, що підприємець має віддавати частину цього прибутку на потребу суспільства. Історія світового і вітчизняного підприємництва свідчить про факти існування видатних меценатів, таких як члени родини Терещенків (Україна), Е. Карнегі (США) та ін. Одним з перших, хто підняв питання соціальної відповідальності, вважається Е. Карнегі, власник найбільшої сталеливарної компанії США. Саме він ввів поняття «капіталістичної благодійності» [1, с. 34-35; 2, с. 11].

Перші спроби вивчення питання корпоративної соціальної відповідальності мали місце ще на початку XX ст., але її систематичний науковий аналіз почався з виходу роботи Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953 р.), яка стала основою сучасного розуміння ролі і місця корпоративної соціальної відповідальності у житті суспільства. Більш повний аналіз становлення та розвитку аналогічних концепцій, а також спроби їх систематизації наведено у працях А. Керролла, Д. Віндзор, М. Ван Марревійка, Р. Шгойєра, К. Девіса та ін. [3, с. 75-76].

У результаті проведених досліджень сформувався певне уявлення про соціально відповідальний бізнес, охарактеризовані його складові.

Соціально відповідальний бізнес – це діяльність, в якій використовуються лише такі способи отримання прибутку, які не завдають шкоди людям, природі, суспільству. Це передбачає наявність:

- компанії – відповідального виробника, що виробляє якісну, нешкідливу для споживачів продукцію, не завищує ціну на них, надає на неї правдиву інформацію споживачам, діє згідно з нормами екологічного права, турбується про навколишнє середовище, запроваджує нові технології для зниження негативного впливу, ліквідацію шкідливих відходів, запобігання їх викидам;
- компанії – відповідального роботодавця, який діє згідно нормам трудового права, дбає про умови праці та соціальний добробут своїх працівників;
- компанії – відповідального учасника соціальних відносин, яка бере участь у підтриманні благополуччя суспільства, що проявляється у доброчинності щодо сиріт, інвалідів та інших соціально вразливих груп населення, підтримці духовності, освіти, науки, культури, сприянні розвитку свого регіону;
- підприємства – відповідального учасника економічних і політичних відносин з державою, яке сумлінно сплачує податки та внески на соціальне страхування, веде діяльність згідно з нормами чинного законодавства, уникає корупції, ефективно здійснює бізнес без пілг і дотацій від держави, забезпечує прозорість корпоративних фінансів, підтримує законність, незалежне правосуддя й політичну конкуренцію;
- підприємства – відповідального ділового партнера, яке формує свої відносини з партнерами на принципах дотримання договорів, угод і професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності. Власники компаній відомі й пишуться нею, фінансова звітність прозора, благодійність не показова, а щира, репутація стабільна [4, с. 6].

У міжнародній практиці першими серед бізнесменів, які почали у повною мірою застосовувати етичні підходи до ведення своєї справи, у тому числі принципи соціального бізнесу, вважаються Д. Дюранд (1964), М. Сільберт (1971), Д. Дальтон (1963) М. Юнус (1976). Зокрема, вони максимально залучали до роботи у своїх компаніях розумово неповноцінних людей, нарко- та алкозалежних, колишніх ув'язнених, приділяючи значну увагу різним реабілітаційним заходам (при цьому характерно, що у фінансовому плані їх компанії були успішними) [5, с. 132].

Але наукові дослідники і підприємці продовжують постійні пошуки щодо можливостей етичної організації бізнесу. При цьому враховується той важливий факт, що починаючи з середини XX ст. економіка все більше набуває глобального характеру. Виникли і активізували свою діяльність типові для глобальної економіки суб'єкти: транснаціональні корпорації, банки, біржі, а також міжнародні організації, створені з метою регулювання міжнародного економічного процесу. Сьогодні вони справляють надзвичайно великий вплив на економіку окремих країн та світу у цілому. Наприклад, 60% всіх іноземних інвестицій здійснюється у межах 100 найбільших транснаціональних корпорацій. Крім того, ТНК контролюють до половини промислового виробництва у світі, 2/3 всієї світової торгівлі, на їх підприємствах зайнято до 50 тис. млн. осіб [6, с. 116-117].

Зважаючи на фінансову могутність транснаціональних корпорацій та їх вплив на сучасну економіку, питання етичного (у тому числі соціально відповідального) ведення їхньої діяльності набуває особливо важливого характеру.

У зв'язку з цим упродовж досить тривалого часу відбувалося формування сучасних принципів соціально відповідального бізнесу. На сьогодні міжнародні принципи та стандарти соціально відповідального бізнесу сформульовані у документах ООН, ЄС та ОЕСР. Зокрема, ООН у 1980 р. розробила кодекс поведінки транснаціональних компаній, який пізніше був доповнений Глобальним договором, що об'єднав на добровільних началах установи ООН з компаніями, трудовими неурядовими організаціями та іншими структурами суспільства, зацікавленими у стимулюванні дій і партнерства на підтримку принципів у сфері прав людини, трудових відносин та охорони довкілля. Крім того, необхідно відзначити Тристоронню декларацію принципів стосовно багатонаціональних підприємств і соціальної політики Міжнародної організації праці (1977/2000) [5, с. 132].

Впровадження основ корпоративної соціальної відповідальності у ЄС розпочалося у 2000 р. у Лісабоні. Тоді Європейська Рада вперше звернула увагу компанії на необхідність усвідомлення ними своєї соціальної відповідальності (зокрема, мова йшла про навчання протягом життя, організацію роботи, забезпечення принципу рівних можливостей, соціального включення та сталій розвиток). Це дозволило досягнути у майбутньому стратегічної мети ЄС – побудови динамічної, конкурентоспроможної та згуртованої економіки знань. У свою чергу, Європейська комісія оприлюднила Зелена книгу «Просування європейського підходу до соціального підходу до соціальної відповідальності бізнесу», яка стала орієнтиром для компаній у питаннях соціальної відповідальності. Європейський парламент у 2003 р. прийняв «Резолюцію з корпоративної соціальної відповідальності (CSR): Внесок корпоративної соціальної відповідальності у сталій розвитку», яка була наслідком широкого громадського обговорення цих проблем роботодавцями, профспілками, інвесторами та безпосередньо працівниками. Крім того, ОЕСР прийняв важливі для розвитку політики з впровадження соціально відповідального бізнесу «Керівні принципи ОЕСР для транснаціональних компаній» [5, с. 133].

Необхідно зазначити, що сьогодні у більшості країн ЄС розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціальної відповідальності бізнес-структур, які передбачають поліпшення умов праці персоналу та його навчання, благодійну допомогу, застосування у політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів, участь у регіональних програмах розвитку, реалізацію екологічних програм, політику дотримання прав акціонерів, відкрите подання інформації про компанію. Завдяки цьому уряди держав визначають соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучають компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань, стимулюють бізнес до соціально відповідальної діяльності [7, с. 300].

У процесі впровадження політики соціальної відповідальності у бізнес у сучасному світі виникли декілька її моделей. Найпоширенішими з них є моделі, прийняті у США, континентальній Європі та Великій Британії. Головна особливість американської моделі у тому, що вона ініціюється самими компаніями, передбачає максимальну самостійність корпорацій у визначенні свого суспільного внеску. Одночасно ця модель законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги та заліки при мінімальному державному регулюванні. Модель корпоративної соціальної відповідальності у континентальній Європі є своєрідною системою державного регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав. При цьому європейські корпорації є більш обмеженими у питаннях своєї відповідальності перед суспільством. А британська модель поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей [3, с. 82-83].

При цьому принципово важливою на думку М. Портера та М. Крамара, умовою розвитку і реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу є пріоритет інтересів суспільства у всіх стратегічних програмах діяльності будь-яких компаній [8, с. 154].

Зважаючи на важливість питання розвитку етичного (у тому числі соціально відповідального) бізнесу, проводились дослідження результатів цього процесу, здійснені Гарвардським та іншими американськими і британськими університетами. Вони засвідчили той факт, що темпи економічного зростання компаній, які взяли на озброєння і ретельно втілюють у життя принципи соціальної відповідальності, у два – чотири рази вищі, ніж у їхніх конкурентів, котрі обмежують свої цілі лише здобуттям прибутку [4, с. 5].

Отже, в умовах сучасної глобалізації, надзвичайного географічного поширення діяльності суб'єктів глобальної економіки та посилення їх впливу на економічний процес у всьому світі набуває актуальності питання соціальної відповідальності у масштабах всієї планети. Її метою є подолання наявної асиметрії серед країн у соціальній, економічній та екологічній сферах з активною участю ТНК, ТНБ, міжнародних організацій, держав, за допомогою формування їх планетарної соціально відповідальної свідомості. Для цього необхідно застосувати культурно-етичні норми відповідальності, як відображення тенденцій суспільного договору. В основу цього процесу важливо покласти планетарні етичні принципи корпоративної діяльності бізнесу. Етапом розвитку даного процесу може бути прийняття організаціями роботодавців та глобальними корпоративними структурами етичних принципів ведення бізнесу, своєрідного кодексу поведінки бізнесових структур з безумовним урахуванням тенденцій споживчої культури підприємств. Слід зауважити, що базовою функцією планетарної (глобальної) соціальної відповідальності є економічна відповідальність, яка дозволяє задовольняти потреби не тільки потенціальних споживачів, а загалом стейкхолдерів (найманих працівників, акціонерів, владних організацій, покупців) [3, с. 80].

Планетарна (глобальна) соціальна відповідальність передбачає дотримання відповідних стандартів. Виникає питання щодо організації, яка могла б координувати цей процес. Доцільно можна вважати думку, що саме ООН як глобальна, універсальна, багатофункціональна міждержавна організація може взяти на себе функцію координатора процесів рівня планетарної (глобальної) соціальної відповідальності. Враховуючи наявні загрози цивілізації, існує нагальна потреба розробити під егідою ООН та впровадити у правове поле планетарні стандарти соціальної відповідальності, які б пом'якшували ці загрози, особливо економічну поляризацію країн з різним рівнем розвитку національних економік. У даному випадку стандарти глобальної соціальної відповідальності повинні, насамперед, стосуватися:

- соціально-трудових відносин, демографічного стану та розвитку ринку праці;
- розвитку бізнесового середовища та внутрішнього споживчого ринку;
- рівня життя населення та інвестицій у людський розвиток;
- стану соціальної інфраструктури та рівня розвитку освіти та охорони здоров'я населення;
- стану довкілля та екологізації виробництва [3, с. 79-80].

Ці основоположні соціальні принципи рівною мірою мають застосовуватися до діяльності будь-якої компанії чи організації незалежно від форми власності, масштабів і профілю діяльності і території розміщення.

Висновки. Дослідження світового досвіду розвитку соціально відповідального бізнесу дозволяє зробити висновки:

- застосування етичних норм є запорукою формування цивілізованого і легітимного бізнесу;
- соціальна відповідальність як складова етики міжнародного бізнесу сприяє організації виробничої діяльності, в якій використовуються лише такі способи отримання прибутку, які не завдають шкоди людям, природі, суспільству;
- активізація транснаціональних корпорацій та інших суб'єктів сучасної глобальної економіки зумовлює необхідність підвищення рівня соціальної відповідальності їх діяльності;
- в умовах коли сучасна економіка все більше набуває глобального характеру, виникає необхідність формування планетарної (глобальної) соціальної відповідальності її суб'єктів. Функцію координатора цього процесу доцільно надати Організації Об'єднаних Націй;
- на рівні ж окремих країн їх уряди повинні активно підтримувати соціальні програми підприємств, які спрямовані на реалізацію принципів соціальної відповідальності.

Таким чином, світова практика свідчить, що соціальна відповідальність як важлива складова етики міжнародного бізнесу, здійснює значний позитивний вплив на розвиток економічної діяльності як окремих підприємств, так і в усьому світі. У зв'язку з цим, доцільним є вивчення світового досвіду соціально відповідального бізнесу та впровадження його у вітчизняній економіці з урахуванням особливостей її розвитку.

Література.

1. Кудласевич О.М. З історії становлення моделі соціальної відповідальності підприємництва у другій половині XIX – на початку XX століття / О.М. Кудласевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 5. – С. 31 – 36.
2. Головінов О.М. Фактори формування інституту корпоративної соціальної відповідальності / О.М. Головінов, Л.А. Дмитриченко // Економіка та держава. –

2014. – № 9. – С. 10–14.

3. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // *Економіка України*. – 2009. – № 7. – С. 74–86.
4. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // *Україна: аспекти праці*. – 2010. – № 7. – С. 3–8.
5. Рейтерович І.В. Особливості формування соціально-відповідального бізнесу в Україні / І.В. Рейтерович, О.Г. Пухка // *Інвестиції: практика та досвід*. – 2013. – № 10. – С. 131–134.
6. Пенська І.О. Особливості впливу ТНК на економічний розвиток України / І.О. Пенська // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. – 2015. – № 3. – С. 114–124.
7. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти / Н. Резнік // *Журнал європейської економіки*. – 2014. – Т. 13, № 3. – С. 296–303.
8. Баяра Д.О. Концептуальні засади механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Д.О. Баяра, О.А. Буян // *Актуальні проблеми економіки*. – 2012. – № 9. – С. 151–157.
9. Станіславик О.В. Роль організаційної культури в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / О.В. Станіславик, О.М. Коваленко // *Економіка, фінанси, право*. – 2016. – № 2. – С. 16–21.

References.

1. Kudlasevych, A.M. (2011), "For the history of becoming a model of social responsibility entrepreneurship in the second half of the nineteenth – beginning of twentieth century", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 5, pp. 31–36.
2. Golovinov, A.M. and Dmytrychenko, L.A. (2014), "Formation factors of Corporate Social Responsibility Institute", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 10–14.
3. Butko, M. and Murashko, M. (2009), "Genesis of social business responsibility and its formation in Ukraine", *Ekonomika Ukrainy*, vol. 7, pp. 74–86.
4. Grishnova, A. (2010), "Social responsibility of business: nature, value, strategic directions of development in Ukraine", *Ukraina: aspekty pratsi*, vol. 7, pp. 3–8.
5. Reiterovych, I.V. and Puhka, A.G. (2013), "Features of social business responsibility formation in Ukraine", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 10, pp. 131–134.
6. Pyenska, I.A. (2015), "Features of TNCs' influence on economic development of Ukraine", *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, vol. 3, pp. 114–124.
7. Reznik, N. (2014), "Social responsibility of business: theoretical aspects", *Zhurnal ievropejs'koi ekonomiky*, vol. 13, no 3, pp. 296–303.
8. Bayura, D.O. and Buyan, O.A. (2012), "Conceptual foundations of corporate mechanism of social responsibility in Ukraine", *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 9, pp. 151–157.
9. Stanislavyyk, O.V. (2016), "The role of organizational culture in enhancing the competitiveness of enterprises", *Ekonomika, finansy, pravo*, vol. 2, pp. 16–21.

Стаття надійшла до редакції 18.11.2016 р.



ТОВ "ДКС Центр"