

УДК 658.012

АЛЬОШКІН В. С., КУШАЛ І. М.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ

В статті розглянуто генезис і еволюція концепції соціальної відповідальності плателючих податків; описано позитивні та негативні наслідки впровадження соціальної відповідальності в філософію бізнесу плателючих податків; визначено напрями подолання конфлікту інтересів між державою, плателючими податків та суспільством; охарактеризовано негативні тенденції впровадження соціальної відповідальності в практичну діяльність плателючих податків; обґрунтовано необхідність осознанної делової активності, направленої на формування, підтримку та регулювання сприятливого соціального клімату плателючих податків. Доведено необхідність для забезпечення соціальної відповідальності плателючих податків осознанної активності, направленої на формування, підтримку та регулювання сприятливого соціального клімату.

Ключові слова: плателючі податки, суспільство, соціальна відповідальність, конфлікт, соціально-економічне середовище, соціальні інтереси, соціальний клімат.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку України все більшого значення набуває гармонізація економічних та соціальних інтересів суспільства, основою якої виступає філософія соціальної відповідальності. Це обумовлено визнанням людського фактору як основного в економічному та соціальному розвитку держави, забезпеченні стійкого зростання добробуту суспільства. Рушійні зміни в економічній теорії і практиці відбулись наприкінці ХХ-го століття в напрямі впровадження категорії соціальної відповідальності у місію та філософію ведення бізнесу. Розгляд економічного розвитку бізнесу тільки як отримання максимального прибутку є на сьогодні вестигіальним.

Формування позитивного іміджу підприємства неможливо без урахування соціальної відповідальності перед суспільством, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Слід наголосити, що на перешкоді впровадження соціальних заходів у практичну діяльність підприємств є брак коштів та значний податковий тиск [1, с. 49]. Перші кроки у підтримці соціальної відповідальності бізнесу відбулись з прийняттям Податкового кодексу в 2010 р., що передбачає створення передумов для розвитку соціальних аспектів підприємництва, шляхом створення недержавних пенсійних фондів, стимулювання благодійності, активі-

зації спонсорства, розвитку соціальної інфраструктури та соціального захисту персоналу тощо. Але прийнятий головний податковий закон потребує подальших удосконалень задля забезпечення у повній мірі соціальної функції податків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам впровадження соціальної відповідальності у економічну сферу присвячено наукові праці Г. Боуена, В. Євтушенка, А. Іващенко, Т. Калінеску, Д. Маттена, Дж. Муна, І. Римаря, Н. Шмиголь та ін.

Грунтовність досліджень у цьому напрямі є безперечною, але на жаль недостатньо висвітлені аспекти соціальної відповідальності платників податків перед суспільством, тобто реалізації соціальної функції податків.

Метою статті є розгляд та визначення ролі платників податків у напрямі впровадження соціальної політики держави та соціальної відповідальності підприємства на сучасному етапі розвитку нашої держави, що досягається вирішенням таких завдань: розгляд генезису та еволюції концепції соціальної відповідальності платників податків; окреслення позитивних і негативних наслідків впровадження соціальної відповідальності у філософію бізнесу платників податків; визначення напрямів подолання конфлікту інтересів між державою, платниками податків і сус-



пільством; характеристика негативних тенденцій впровадження соціальної відповідальності у практичну діяльність платників податків; обґрунтування необхідності усвідомленої ділової активності, спрямованої на формування, підтримку та регулювання сприятливого соціального клімату платників податків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розгляд соціальної відповідальності платників податків необхідно здійснювати з огляду на баланс інтересів суспільства, держави та бізнес одиниць, що забезпечується взаємовигідними партнерськими відносинами. Практика ведення бізнесу платниками податків характеризується складними взаємовідносинами між різними інститутами, у тому числі і соціальної сфери: найманих працівників, власників, контрагентів і партнерів, фінансових установ й інвестиційних компаній, державних органів, громадських організацій тощо.

Для більш ґрунтовного розуміння соціальної відповідальності платників податків цінними є пропозиції колективу авторів під керівництвом І. Беляєвої та М. Ескіндарова поглянути на свою діяльність крізь призму тих ролей, які вони відіграють у соціально-економічному просторі [3, с. 22]:

- компанія-роботодавець: створює гідні робочі місця, виплачує «білу» заробітну плату;
- компанія-виробник товарів і послуг: створює якісні товари та надає якісні послуги;
- компанія-платник податків: сплачує усі податки (без сірих схем), дотримується законів;
- компанія-позичальник капіталу: своєчасно повертає кредити, виходить на міжнародні фондові ринки;
- компанія-бізнес-партнер: демонструє сумлінну ділову практику, налагоджує надійні відносини з постачальниками і дистриб'юторами;
- компанія-корпоративний громадянин (сусід): запобігає можливим негативним наслідкам своєї діяльності (наприклад, у сфері екології), облагороджує територію, підтримує соціальний добробут;

- компанія-член громадських організацій: робить внесок у формування громадянського суспільства.

Такий підхід дозволить платникам податків сформулювати мету, місію та філософію бізнесу, що буде відповідати не тільки їх нагальним економічним потребам (створення позитивного ділового іміджу, отримання соціального та економічного ефекту від підприємницької діяльності), а і забезпечить єдність і баланс інтересів з суспільством, соціальну згуртованість соціуму.

В економічній літературі Г. Боуен [4, с. 10] надав початок у визначенні соціальної відповідальності, яку він розглядав як обов'язок бізнесменів у здійсненні такої політики, прийнятті таких рішень або дотриманні тієї лінії дій, яка відповідає меті і цінностям суспільства.

Сьогодні досі не має однозначної думки щодо визначення цієї категорії як в світових так і в національних наукових роботах, узагальнено вони поділяються на три напрями:

- комплекс напрямів політики і дій бізнесу;
- концепція;
- добровільний внесок.

Генезис концептуальної ідеї корпоративної соціальної відповідальності виокремлює [5, с. 213-221]:

- 1) корпоративну соціальну відповідальність (КСВ – corporate social responsibility);
- 2) корпоративне соціальне реагування (CSR -2 – corporate social responsiveness; описані можливість компанії сприймати суспільний вплив);
- 3) корпоративну соціальну діяльність (КСД, corporate social performance);
- 4) менеджмент зацікавлених сторін (SM – stakeholder management; розкриваються сфери відповідальності компанії з точки зору різних категорій стейкхолдерів);
- 5) корпоративне громадянство (СС – corporate citizenship);
- 6) корпоративний сталий розвиток (CS – corporate sustainability).

Узагальнення вищезначеного дозволило авторам сформулювати наступне визначення соціальної відповідальності пла-





тників податків, як відповідальну позицію бізнесу щодо своєї країни, найманих працівників, власників, суспільства і громади, стейкхолдерів і навколишнього середовища. Розгляд аргументів «за» і «проти» інтеграції соціальної відповідальності у стратегію розвитку платників податків наведено у таблиці 1.

З табл. 1 видно, що незважаючи на наявність аргументів «проти» впровадження концепції соціальної відповідальності платниками податків у свою філософію бізнесу надасть можливість отримати синергетичний ефект від поєднання соціальної і економічної складової їх діяльності.

Конфлікт інтересів між державою, платниками податків і суспільством в процесі впровадження концепції відповідальності представлено на рис. 1 і потребує додаткового коментарю від авторів.

Хочеться зазначити що впровадження філософії соціальної відповідальності платників податків потребує збалансувати інтереси учасників конфлікту, що вимагає додаткових зусиль і витрат у зв'язку з негативним впливом людського (психологічного) фактору у даному контексті:

- держава прагне пріоритету фіскальної функції податків над соціальною;

Т а б л и ц я 1

Аргументи «за» і «проти» впровадження платниками податків соціальної відповідальності

«За»	«Проти»
підвищення конкурентоздатності платника податків, зростання продуктивності праці, підвищення якості продукції	максимізація прибутку втрачає першочергову роль
зростання капіталізації платника податків, перш за все за рахунок збільшення вартості їх нематеріальних активів, таких як бренд, імідж, репутація (гудвіл)	додаткові витрати на проведення соціальних заходів
позитивний взаємозв'язок між фінансовими показниками діяльності платників податків і масштабами їх соціально відповідальної діяльності	можливе розмивання основних цілей бізнесу
зростання стабільності розвитку платників податків і мінімізації ризиків, пов'язаних зі страйками робітників, протестами населення, конфліктами з владними структурами	негативна реакція деяких груп стейкхолдерів
зростання соціального капіталу платників податків у вигляді партнерських відносин зі всіма стейкхолдерами	можливість поглиблення конфлікту інтересів держави, платників податків і суспільства (труднощі збалансувати інтереси всіх учасників потребують додаткових зусиль)
сприяє оптимізації операційних процесів та зменшенню виробничих витрат	

Джерело: узагальнено авторами на основі [6, с. 91-94]

- платники податків - мінімізації сплати податкових платежів і скорочення витрат;

- суспільство - отримання максимальної кількості соціальних благ не завжди обґрунтованих.

У зв'язку з цим дослідження і детальне вивчення соціальної відповідальності платників податків є необхідним для збалансування інтересів всіх учасників та пошуку компромісу. Важливу роль при вирішенні цієї проблеми відіграє держава – необхідно усунути всі бюрократичні та

податкові бар'єри через удосконалення чинного податкового законодавства.

Прикладом недосконалості законодавчої бази і дестимуляції платників податків впровадити принципи соціальної відповідальності у свою діяльність слугують закріплені норми у Податковому кодексі України [2] у статтях 139.17 (фінансовий результат до оподаткування збільшується на суму витрат, понесених платником податку на збереження екологічних систем, що не перебувають під негативним впливом господарської діяльності такого платника податку) та 139.32

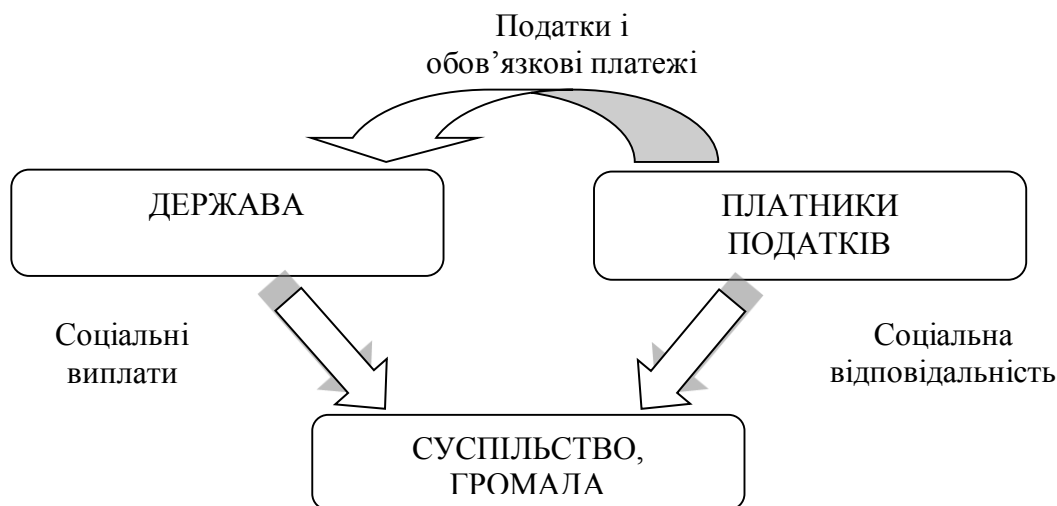


Рис. 1. Конфлікт інтересів при впровадженні соціальної відповідальності платників податків

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

(Фінансовий результат до оподаткування збільшується на суму витрат платника податку на утримання та експлуатацію соціальної сфери...: дитячих ясел або садків; закладів середньої і середньої професійно-технічної освіти та закладів підвищення кваліфікації працівників такого платника податку; дитячих, музичних і художніх шкіл, шкіл мистецтв; спортивних комплексів, залів і майданчиків, що використовуються для фізичного оздоровлення та психологічної реабілітації працівників платника податку, клубів і будинків культури...).

Що стосується платників податків з позиції активного учасника конфлікту інтересів, необхідно чітко визначення в їх філософії бізнесу пріоритету не тільки на максимізацію прибутку, а на поєднання соціальної і економічної складової розвитку, чому посприяють наступні акценти: повноцінно фінансувати дитячі садки; розвиток загальної та професійної освіти працівників; співробітники та їх діти повинні бути здорові; умови праці та життя людей повинні бути комфортні; належний рівень екології та ін.

Проблеми впровадження концепції соціальної відповідальності платників податків сьогодні обумовлені тенденціями, що склались за останні десятиліття в Україні, а саме [7]:

- успішні та найрозумніші жінки відмовляються народжувати більше 1 дитини;
- заводи, відмовившись від власних навчальних закладів у 90-ті, і тепер відчувають величезний кадровий голод на робітничі спеціальності;

- молодь без стажу ніхто не хоче брати на роботу через 5-10-річне відставання розвитку освіти від потреб економіки та суспільства;

- масова культура та мистецтво базується переважно на відданих справі аматорах;
- люди часто хворіють, пропускаючи роботу, вимагаючи виплати лікарняних;
- тривалість життя одна з найнижчих у Європі.

Розглядаючи соціальну відповідальність платників податків слід зосередити увагу також на формування сприятливого соціального клімату, який за своєю суттю відображає наскільки усвідомлені обрана філософія бізнесу, загальні цілі та завдання, наскільки гарантоване дотримання всіх конституційних прав і обов'язків працівників як громадян, рівень культури суб'єкта господарювання.

На формування сприятливого соціального клімату платників податків здійснюють ряд фактори, а саме:

- соціальна умотивованість працівників;
- групова згуртованість і одностійкість;
- стиль управління;
- соціальна сумісність;
- неформальні взаємини та норми;
- інші.

Серед зазначених факторів формування сприятливого соціального клімату особливу роль відіграє рівень управлінської діяльності, безпосередньо стиль управління і весь комплекс функцій, виконуваних керівництвом. Сприятливий соціальний клімат формується тільки тоді, коли платники пода-





тків на практиці сприяють прагненню співробітників до успіхів як моральних так і матеріальних, беруть за основу принципи самоорганізації та саморозвитку.

За сучасних умов господарювання та забезпечення соціальної відповідальності для платників податків важливо вчасно виявити нагальні проблеми у соціальному кліматі та визначити напрями його покращення, що досягається за рахунок оцінювання основних його параметрів:

- ефективність організації і адміністрування, відповідальність, дієвість, своєчасність рішень, продуктивність;

- рівень перешкод в роботі в наслідок адміністративної косності і бюрократизму, що перешкоджає успішному виконанню завдань;

- стимулювання високого рівня досягнень в роботі, допущення певного рівня ризику при виконанні завдань.

Вище означене дозволило дійти висновку, що впровадження концепції соціальної відповідальності платників податків не можливо без усвідомленої активності, спрямованої на формування, підтримку та регулювання сприятливого соціального клімату колективу. Розвиток усвідомленої активності може відбуватись за такими напрямками:

- створенні сприятливої соціальної атмосфери сумісної діяльності колективу;

- постійна робота платника податків спрямована на оптимізацію клімату;

- використання наукових досягнень в практичну діяльність.

Сприятливий соціальний клімат це результат постійної роботи платників податків і його найманих працівників, а його розвиток може бути оцінкою ефективності роботи суб'єкту господарювання через показники: економічної результативності; результативності у галузі організації праці та забезпеченні гідної праці; екологічної результативності; результативності взаємодії з суспільством; відповідальності за якість продукції та ін.

Слід наголосити, що в тяжких економічних умовах, що склалися в Україні сьогодні пріоритетним напрямом розвитку платників податків на принципах соціальної відповідальності повинно відбуватись в напрямі реорганізації та модернізації виробництва, збереження кадрового потенціалу, збалансування інтересів всіх зацікавлених сторін –

боротьба виключно за максимізацію прибутку будь-яким шляхом є неприпустимою.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Стійкий розвиток економіки держави передбачає впровадження інструментів стратегічного управління у діяльність платників податків на принципах соціальної відповідальності, усвідомлення суб'єктами господарювання її важливості для збільшення загальної ефективності їх діяльності. До тих пір поки платники податків не усвідомлять, що соціальна відповідальність бізнесу є основою розвитку бізнесу позитивних перетворень очікувати не слід.

У цьому процесі держава відіграє важливу роль через законодавче регулювання соціально-економічних відносин, стимулювання та підтримку платників податків, що обирають соціально відповідальну поведінку, створення наукової підтримки цього процесу, впровадження світового досвіду в національну практику.

Література

1. 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.

2. Податковий кодекс України від 2.12.10 р. № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 12-14, №15-16. – Ст. 112. – (Зі змін. та допов.).

3. Корпоративная социальная ответственность : управленческий аспект : [монография] / Под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. — М. : КНОРУС, 2008. — С. 22.

4. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / Bowen H.R. – New York : Harper & Row : 1953. – 167 p.

5. Марущак Н. В. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності / Н. В. Марущак // Європейські перспективи. – 2012. – № 2 ч.1. – С. 213-221.

6. Крикун В.А. Сутність та еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу / В.А Крикун // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – В. 6. Ч. 1. – С. 91-94.

7. Рогозний С. Податковий аспект корпоративної соціальної відповідальності, або як змусити платити неплатників. [Електрон-

ний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www.rogozny.com.ua/](http://www.rogozny.com.ua/)

References

1. Zinchenko A.G. Korporatyvna socialna vidpovidal'nist' 2005-2010: stan ta perspektyvy rozvytku / A.G. Zinchenko, M.A. Saprykina. – K : Vydvo «Farbovanyj lyst», 2010. – 56 s.

2. Podatkovyj kodeks Ukrai'ny vid 2.12.10 r. № 2755-VI // Vidomosti Ver-hovnoi' Rady Ukrai'ny. – 2011. – № 12-14, №15-16. – St. 112. – (Zi zmin. ta dopov.).

3. Korporatyvnaja socyal'naja otvetstvennost' : upravlencheskyj aspekt : [monografyja] / Pod obshh. red. d.э.n., prof. Y. Ju. Beljaevoj, d.э.n., prof. M.A. Эskyndarova. — M. : KNORUS, 2008. — S. 22.

4. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / Bowen H.R. – New York : Harper & Row : 1953. – 167 p.

5. Marushhjak N. V. Evoljucija koncepcii korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti / N. V. Marushhjak // Jevropejs'ki perspektyvy. – 2012. – № 2 ch.1. – S. 213-221.

6. Krykun V.A. Sutnist' ta evoljucija koncepcii' social'noi' vidpovidal'nosti biznesu / V.A Krykun // Naukovyj visnyk Hersons'kogo derzhavnogo universytetu. – 2014. – V. 6. Ch. 1. – S. 91-94.

7. Rogoznyj S. Podatkovyj aspekt korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti, abo jak zmusyty platyty neplatnykiv. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu : [http : // www.rogozny.com.ua/](http://www.rogozny.com.ua/)

Алешкин В.С., Кушал И. Н.

Социальная ответственность налогоплательщиков

В статье рассмотрены генезис и эволюция концепции социальной ответственности плательщиков налогов; очерчены положительные и отрицательные последствия внедрения социальной ответственности в философию бизнеса налогоплательщиков; определены направления преодоления конфликта интересов между государством, налогоплательщиками и обществом; охарактеризованы негативные тенденции внедрения социальной ответственности в практическую деятельность налогоплательщиков; обоснована необходимость осознанной деловой активности, направленной на формирование, поддержки и регулирования благоприятного социального климата налогоплательщиков. Доказана необходимость для обеспечения социальной ответственности налогоплательщиков осознанной активности, направленной на формирование, поддержку и регулирование благоприятного социального климата.

Ключевые слова: налогоплательщики, общество, социальная ответственность, конфликт, социально-экономическое пространство, социальные интересы, социальный климат.

Aleshkin V., Kushal I.

Social Responsibility taxpayers

The article discusses the genesis and evolution of the concept of social responsibility taxpayers; it identifies the positive and negative effects of introducing a social responsibility to satisfy the business philosophy of taxpayers; the ways of overcoming the conflict between the interests the state, taxpayers and society; described the negative trends of integration of social responsibility in the practice of taxpayers; the necessity of conscious business activity aimed at the formation, support and regulation of a favorable social environment. Proved the necessity to ensure social responsibility of taxpayers asset conscious-ness aimed at developing, supporting and enabling social regulation climate.

Keywords: taxpayers, society, social responsibility, conflict, social and economic environment, social interests and social climate.

Рецензент: Заблодська І. В. – доктор економічних наук, професор, Директор Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень Національної академії наук України, м. Київ, Україна.

Reviewer: Zablodskaya I. – Professor, PhD of Economics, Director of the Institute of economic and legal research Lugansk branch National academy sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
e-mail: zablodin@yandex.ru

*Статья подана
20.08.2015 г..*

