

УДК 339.138

СТИМУЛЮВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРІВ У КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

АЗІЗА ХАМІДОВА,
аспірантка кафедри маркетингу, ДВНЗ "КНЕУ імені Вадима Гетьмана"

Анотація. Стаття присвячена питанням доцільності державного стимулювання реалізації соціально-відповідального маркетингу на підприємствах галузі мінеральних добрив.

Ключові слова: соціально-відповідальний маркетинг, корпоративна соціальна відповідальність, державне регулювання.

Аннотация. Стимулирование реализации социально-ответственного маркетинга предприятий отрасли минеральных удобрений в контексте государственного регулирования. Статья посвящена вопросам целесообразности государственного стимулирования реализации социально-ответственного маркетинга предприятиями отрасли минеральных удобрений.

Ключевые слова: социально-ответственный маркетинг, корпоративная социальная ответственность, государственное регулирование.

Annotation. Government incitement to implementation of social responsible marketing in the mineral fertilizers branch corporations. The article is devoted to the questions of expediency government incitement to implementation of social responsible marketing in the mineral fertilizers branch corporations.

Keywords: social responsible marketing, corporate social responsibility, government regulation.

Регламентовані заходи державної підтримки галузі мінеральних добрив

Наслідки світової фінансової кризи негативно вплинули як на економічну, так і соціальну сфери українського суспільства. Зниження прибутковості національних підприємств галузі мінеральних добрив призвело до значного скорочення обсягів відрхувань до бюджетних і позабюджетних фондів. Програми щодо оптимізації витрат виробників, у тому числі за рахунок скорочення кількості персоналу, а також збільшення випадків банкрутств позначились на зростанні рівня безробіття, що викликало підвищення соціального напруження в країні.

Спроможність протистояти кризовим явищам з боку виробників мінеральних добрив - підприємств однієї з пріоритетних галузей народного господарства, є запорукою як економічної, так і продуктової без-

пеки України (рис. 1). Слід також наголосити на прямій залежності між рівнем економічної безпеки і розвитком національної економіки загалом [1, 2].

Як видно з рис. 1, вітчизняна економіка не може забезпечити високий рівень життя суспільства за умов низької ефективності національних підприємств. Аналіз стану і перспектив української галузі мінеральних добрив дозволяє прогнозувати негативний сценарій її розвитку. Отже, з метою подолання несприятливих наслідків впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність вітчизняних виробників мінеральних добрив на макроекономічному

рівні знаходять використання відповідні стимули і важелі державного регулювання (рис. 2) [3].

Сукупність регуляторів та інструментів впливу на розвиток виробництва мінеральних добрив визначає зміст заходів державної політики розвитку галузі. До існуючих на сьогодні заходів державної підтримки галузі, за проектом Закону України "Про державну підтримку розвитку виробництва та споживання хімічних добрив в Україні", можна віднести такі[4]:

- ◆ звільнення підприємств від сплати мита за товарами, призначені для здійснення реконструкції виробництва;



Рис. 1. Ієрархічна структура економічної безпеки

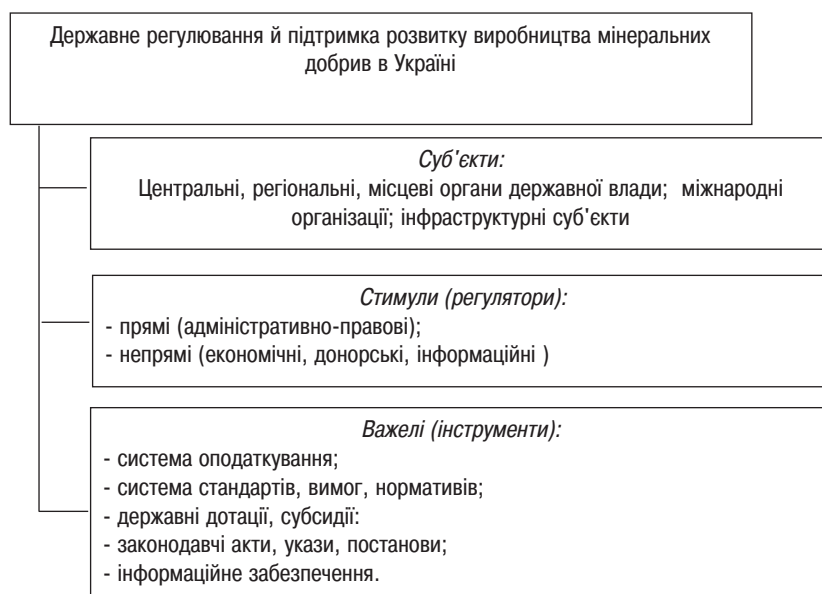


Рис. 2. Складові системи державного регулювання виробництва мінеральних добрив в Україні

- ◆ запровадження механізму прискореного бюджетного відшкодування ПДВ;
- ◆ встановлення для виробників азотних мінеральних добрив гарантованого мінімального обсягу постачання природного газу, що дістав назву "екологічна броня", навіть за умов неповного розрахунку за сировину;
- ◆ надання бюджетної дотації національним сільгоспвиробникам на часткову компенсацію вартості мінеральних добрив вітчизняного виробництва;
- ◆ державне субсидування частки вартості природного газу для вітчизняних виробників азотних добрив.

Практика свідчить, що ефективність підтримки виробництва з боку держави досягається за рахунок найбільш комплексної реалізації існуючих важелів. Однак економічна ситуація сьогодення демонструє значну обмеженість можливостей державної підтримки. Насамперед йдеться про реалізацію таких заходів, що пов'язані з фінансуванням інноваційного оновлення підпри-

емств, наданням кредитів на пільгових умовах, субсидуванням частки відсоткової ставки залучених коштів або звільненням від сплати мита на імпорт сировини та інші донорські регулятори.

Обмеженість держави у відповідних фінансових ресурсах пояснюється суттєвим відсотком бюджетного дефіциту, що стимулюється значним розміром зовнішнього боргу, а також існуванням традиційного для України сектору тіньової економіки. Погіршує ситуацію і тенденція загострення соціальних проблем - зниження рівня життя населення, зростання чисельності Віч-інфікованих і хворих на туберкульоз, зниження індексу людського розвитку. Отже, надаючи будь-яку фінансову підтримку галузі мінеральних добрив, держава скорочує статті витрат на альтернативні сфери, у тому числі і соціальну.

Тому згідно з проектом Закону України "Про державну підтримку розвитку виробництва та споживання хімічних добрив в Україні" у зв'язку з світовою фінансовою та економічною кризою перевага надається адміністративно-правовим і протекціоністським регуляторам. Меншою мірою - донорським, у

вигляді субсидування витрат на поставку природного газу і часткової компенсації вартості вітчизняних мінеральних добрив для національних виробників продукції рослинництва.

Проте, зважаючи на існуючу сукупність проблем галузі, наявні заходи державної підтримки неспроможні належним чином забезпечити ефективний процес виведення підприємств з кризового становища. Отже, розвиток практики корпоративної соціальної відповідальності (скорочено - КСВ) нами розглядається, з одного боку, як додатковий стимул ефективного функціонування механізму державного регулювання галуззю, з іншого - як ринковий інструмент підвищення ефективності функціонування виробників мінеральних добрив.

КСВ як додатковий фактор підвищення ефективності механізму державного регулювання

Розглянемо докладніше фактори впливу КСВ на ефективність механізму державного регулювання галузі мінеральних добрив. Зважаючи на те що базовою умовою соціально-відповідального маркетингу є реалізація сумлінної ділової практики стосовно основних груп стейкхолдерів, відбувається стимулювання прозорості бізнесових операцій національних операторів. Так, з метою верифікації як фінансової, так і соціальної звітності холдинги "Яра" і "Єврохім" запрошують до співпраці незалежні аудиторські компанії, що сприятиме поступовому зниженню частки тіньової економіки.

Як вже зазначалось, однією з нагальних потреб вітчизняної галузі мінеральних добрив є необхідність в оновленні застарілих енерго- і ресурсномістких виробничих потужностей.

Так, розроблена в Мінпромполітики Стратегія розвитку хімічного комплексу України в 2007-2015 рр. передбачає впрова-

дження підприємствами інноваційних технологій, що дозволить у середньому на 10% знизити витрати на виробництво продукції [5]. До того ж відповідно до проекту Закону України "Про державну підтримку і стимулювання розвитку та споживання мінеральних добрив в Україні" "поширюються заходи з державної підтримки і стимулювання виробництва мінеральних добрив, для здійснення реконструкції виробництва, якщо такі товари не виробляються підприємствами на території України або якщо ті, що виробляються, не відповідають вимогам замовників, визначеним умовами контрактів" [4]. Однак, беручи до уваги ситуацію, що склалась за умов глобального економічного спаду, у найближчій перспективі буде спостерігатись різке зменшення фінансування цих заходів.

Соціально-відповідальний маркетинг як ринковий вияв КСВ визначає пріоритетним завданням реалізацію товарної, цінової, розподільної і комунікаційної маркетингових політик підприємства у зв'язку з оптимальним співвідношенням інтересів стейкхолдерів. Процес пошуку шляхів гармонізації інтересів зацікавлених осіб передбачає стимулювання інноваційної спрямованості підприємств галузі. Тому стимулювання поширення практики реалізації соціально-відповідального маркетингу і корпоративної соціальної відповідальності в цілому можна розглядати як додатковий важіль стимулювання інноваційного розвитку.

До того ж розвиток соціальної відповідальності вітчизняних виробників мінеральних добрив на рівні провідних підприємств допоможе підвищити авторитет держави на міжнародній арені. Це своєю чергою позитивно вплине і на інвестиційну привабливість країни.

Якщо розглядати економічну безпеку підприємства як результат ефективної реалізації сучасної концепції соціально-відповідального маркетингу, можна дійти висновку

про надзвичайну потребу в її розвитку у національному масштабі. Адже сталий прогрес національних суб'єктів господарювання у довгостроковій перспективі виступає гарантом стабільності зайнятості населення країни, поповнення державного бюджету, зниження рівня соціального напруження і пов'язаних з цим додаткових витрат держави.

Позитивний вияв реалізації соціально-відповідального маркетингу на підприємствах галузі мінеральних добрив, крім впливу на підвищення ефективності державного регулювання, позначається і на соціальній сфері життєдіяльності суспільства. Так, міжсекторне партнерство і програми соціальної відповідальності стимулюють вирішення найбільш напружених соціальних проблем. На жаль, серед підприємств української галузі такі заходи ще не знайшли належного поширення, такого як у холдингах "Яра" і "Єврохім".

Однак вітчизняна практика, хоча і в незначній кількості, нараховує яскраві приклади таких соціальних ініціатив, Один із яких може слугувати програма тристороннього міжсекторного партнерства, що була реалізована у 2007-2008 рр. і передбачала модернізацію мереж теплопостачання м. Алчевська. Сторонами міжсекторного партнерства виступили:

- ◆ ВАТ "Корпорація "ІСД", до складу якої входить ВАТ "Алчевський КХЗ";
- ◆ державна міська адміністрація м. Алчевська;
- ◆ Агентство США з міжнародного розвитку USAID.

ВАТ "Алчевський КХЗ" виступив ініціаторами й інвесторами відповідної програми соціально-відповідального маркетингу. Державна міська адміністрація м. Алчевська також надала інформацію щодо реальних соціальних проблем і потреб міста з модернізації мереж теплопостачання. Агентство США з міжнародного розвитку USAID забезпечило підтримку у плануванні,

проекуванні, реалізації, оцінці та звітуванні програми соціально-відповідального маркетингу ВАТ "Алчевський КХЗ". У результаті реалізації міжсекторної програми соціальної відповідальності була вирішена гостра соціальна проблема регіону за рахунок приватних коштів ВАТ "Корпорації ІСД".

Слід зазначити, що реалізація соціально-відповідального маркетингу на підприємствах галузі мінеральних добрив у багатьох випадках стимулює програми з охорони навколишнього середовища. Оздоровлення довкілля є пріоритетним напрямом таких шкідливих виробництв, як хімічна промисловість, результати господарювання якої викликають серйозні побоювання з боку громадськості з питань екологічної складової відповідальності підприємств. Найбільший рівень важливості екологічного напрямку соціально-відповідальної діяльності обумовлений насамперед специфікою виробництва і його ставленням до екологічно небезпечних видів діяльності.

Існуючі моделі державної підтримки соціально-відповідального маркетингу на підприємствах і корпоративна соціальна відповідальність загалом

Проведений порівняльний аналіз основних практик державного стимулювання соціально-відповідальної діяльності підприємств показує, що найпоширенішими є моделі США, Континентальної Європи та Великобританії.

Особливість американської моделі КСВ (відкрита форма) полягає у тому, що активність у цьому напрямі ініціюється підприємствами і передбачає їхню максимальну самостійність у визначенні суспільного внеску. У той же час передбачено і законодавче заохочення соціальних інвестицій у вигідні для громадськості сфери за допомогою податкових пільг і заліків. Модель КСВ

Моделі КСВ у США і країнах Континентальної Європи

| Критерії | США | Континентальна Європа |
|-----------------------------|---|---|
| Економічна відповідальність | Спрямованість на відповідність передовим принципам корпоративного управління, гідну оплату праці і захист споживача | Законодавчо встановлені межі етичної поведінки підприємств, 35-годинний робочий тиждень, регулювання наднормовою, законодавчо встановлені процедури, стосовно тестування якості продукції |
| Юридична відповідальність | Невисокий рівень законодавчо закріплених правил поведінки підприємств | Високий рівень законодавчо закріплених правил поведінки підприємств |
| Етична відповідальність | Підтримка підприємствами переважно місцевих громад | Високі податки і рівень державного соціального захисту |
| Благодійність (філантропія) | Спонсорство проектів, пов'язаних з мистецтвом, культурою, університетською освітою | Великі розміри податкових відрахувань перекладають відповідальність фінансування культури та інших соціальних проектів на державні органи |

Джерело: [6, 7].

країн Континентальної Європи переважно регулюється державою (табл. 1) [6].

Практика реалізації КСВ у країнах Європейського Союзу окремо виділяє британську модель КСВ, яка поєднує елементи перших двох і при цьому характеризується значним рівнем залучення держави і громадських організацій до узгодження суспільних інтересів, просування і заохочення кращих практик.

Моделі КСВ властиве таке, як активний розвиток сектору незалежного консалтингу в галузі КСВ; пильна увага з боку фінансового сектору; підвищений інтерес з боку ЗМІ; різноманітність навчальних курсів з КСВ. Важливо також вказати на активну участь уряду, яка виявляється у таких формах, як підтримка ініціатив через спільне фінансування проектів, надання податкових пільг, просування ініціатив щодо відповідності національних стандартів міжнародним. Про важливість КСВ для країни говорить і той факт, що при прем'єр-міністрі створено

посаду міністра з питань КСВ. При цьому бізнес сам виявляє ініціативу в питаннях реалізації соціальних проектів. Загальною тенденцією як для британської, так і континентальної моделі КСВ є їхня закрита форма з поступовим рухом у бік відкритої моделі [6].

Вважаємо за потрібне додатково проаналізувати російську модель КСВ. Автори Доповіді про соціальні інвестиції в Росії вважають, що на відміну від американської й європейської моделей двигуном КСВ в Росії є деякі великі підприємства

провідних галузей народного господарства [6, 8].

Аналізуючи існуючі моделі, дослідники доходять висновку, що російським варіантом корпоративної соціальної відповідальності у майбутньому має стати поєднання британської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і континентальної схеми (бажання мати від держави чіткі законодавчі межі КСВ). На сучасному етапі загальний рівень розвитку соціальної відповідальності бізнесу у РФ є вкрай низьким. Крім того, КСВ у Росії орієнтовано на

| Продуктивність виробників мінеральних | Державне стимулювання практики КСВ | |
|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------|
| | Значне | |
| | Незначне | |
| Висока | 1. Країни ЄС 2. США | |
| Низька | | 1. Росія 2. Україна |

Рис. 3 Матриця: державне стимулювання практики КСВ - продуктивність виробників мінеральних добрив

найближче коло стейкхолдерів - державу, власників і персонал, при цьому інтереси зовнішніх зацікавлених сторін майже не враховуються.

Одержані результати

Ураховуючи, що в Україні на сьогодні немає ні сформованої державної політики розвитку КСВ, ні інструментів заохочення такої активності з боку національних підприємств, реальне стимулювання соціальної відповідальності бізнесу справедливо можна назвати безсистемним. З історичних обставин та з інших соціальних, економічних і політичних реалій українська модель значно відрізняється від західних аналогів за формами вияву і рушійними силами.

У межах розгляду моделей стимулювання соціально-відповідального маркетингу у контексті державного регулювання нами було проведено аналіз співвідношення продуктивності функціонування виробників мінеральних добрив з рівнем державного стимулювання практики КСВ. Результати дослідження викладено у вигляді матриці (рис. 3).

Як видно з рис. 3, найбільш про-

дуктивні підприємства галузі знаходяться у країнах з високим рівнем державного стимулювання практики КСВ. Відповідно у країнах зі слабким поширенням соціальної відповідальності підприємства характеризуються низькою продуктивністю функціонування. Це доводить актуальність розробки відповідної системи державних заходів, спрямованих на стимулювання реалізації соціально-відповідального маркетингу на українських підприємствах галузі мінеральних добрив.

Джерела

1. Шамрай М.І. Теоретичні засади економічної безпеки сільськогосподарських підприємств / М. І. Шамрай // Розвиток агробізнесу в Україні: проблеми, пріоритети, перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. - Житомир : ЖДУ, 2010. - С. 125.

2. Донець Л.І. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. - К. : ЦУЛ, 2008. - 240 с.

3. Економічна політика : навч. посіб. / [Беляєв О.О., Бабело А.С.,

Діба М.І. та ін.]. - [вид. 3-тє, без змін]. - К. : КНЕУ, 2007. - 288 с.

4. Проект Закону України "Про державну підтримку розвитку виробництва та споживання хімічних добрив в Україні" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF3KO00A.html. - Назва з екрану.

5. Черновалов Александр. Химпром Украины: площадки и хозяева [Електронний ресурс] / Александр Черновалов. - Режим доступу : www.newchemistry.ru/printletter.php?n_id=3858. - Заголовок з екрану.

6. Башарина Е.Н. Влияние государственного регулирования на развитие института корпоративной социальной ответственности (КСО) / Е. Н. Башарина // Государственное управление. Электронный вестник. - 2008. - № 14 (март).

7. Corporate Ethics: A Prime Business Asset / Ed. Keogh James. - NY : The Business Roundtable, 1988.

8. Доклад о социальных инвестициях в России - 2008: Ассоциация Менеджеров России" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://europeandcis.undp.org/home/show>. - Заголовок з екрану.



Terrasoft CRM - система управління взаємовідносинами з клієнтами.

Україна
01011, Київ
Печерський узвіз, 19, пов. 5.
тел.: +380 044 496-24-50
info@terrasoft.com.ua
www.terrasoft.com.ua