

## МЕХАНІЗМ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

*Розглянуто механізм інституціоналізації соціальної відповідальності. Виділено основні складові елементи соціальної відповідальності бізнесу. Проаналізовані основні напрямки державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу та взаємодія основних сторін соціального партнерства.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, бізнес, держава, інституціоналізація, соціалізація економіки.

Постановка проблеми. Ефективне функціонування економіки держави потребує створення чіткого механізму взаємовідносин між всіма суб'єктами економічних відносин. Так само і соціальна відповідальність бізнесу потребує вироблення певних засад, на яких буде здійснюватись обмін інформацією/діяльністю між зацікавленими сторонами.

Перед Україною постає важливе завдання узагальнення світового досвіду та впровадження принципів соціальної відповідальності як комплексної системи по підвищенню рівня життя суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розроблення концепції соціальної відповідальності присвячено увагу у працях Г. Боуена, К. Девіса, М. Фрідмена, Е. Фрімен, Д. Елкінгтона, А. Керолла, Д. Муна, П. Друкера, Т. Бредгарда, Ф. Котлера, Ю. Благова, С. Літовченко, А. Горошилова.

Різні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні досліджуються у працях З.С. Варналія, В.С. Воротіна, В.М. Гейця, Ф.І.Євдокимова, Я.А.Жаліла, О.В.Кужель, Е.М.Лібанової, С.В.Мельника, В.Л. Осецького, Ю.Н.Петрушенка, А.А. Чухна, В.І. Шкатулла, та ін.

Викладення основного матеріалу дослідження. Українська економіка перебуває на початковому етапі усвідомлення та формування власної моделі соціальної відповідальності. Тому, значну увагу з боку громадських організацій та владних інституцій необхідно спрямувати саме на вироблення вітчизняної моделі соціальної відповідальності, яка б відображала особливості культурного, економічного та правового розвитку національної економіки. Про важливість розроблення національної концепції соціальної відповідальності можуть свідчити результати досліджень, що проводилися в різних регіонах країни.

Становлення в Україні соціально-орієнтованої ринкової економіки і впровадження концепції

соціальної відповідальності бізнесу відбувається в якісно інших, ніж на Заході, умовах, тому механічне копіювання і впровадження чужого досвіду приречене на невдачу. Потрібний пошук своїх, притаманних нашим умовам, моделей соціального партнерства, розробка механізму ефективної системи соціальної взаємодії. Певні кроки в цьому напрямі вже зроблені: створена законодавча база, сформовані тристоронні комісії соціального партнерства на національному, галузевому, регіональному рівнях, напрацьовані методики ведення переговорів і укладення Генеральної угоди на національному рівні, галузевих і регіональних угод, колективних договорів 1, с.106.

У сучасній теорії соціалізації економіки особливе значення належить визначенню соціальної ролі держави (теорія економічної соціодинаміки Р. Грінберга і О. Рубінштейна). Держава не просто синтезує коло індивідуальних потреб своїх громадян, але й виступає як носій власних потреб, зокрема у сфері оборони, захисту прав людини, соціальної сфері. "Ми виходимо з того, що сама держава виступає ринковим суб'єктом. У цьому розумінні вона нічим не відрізняється від інших учасників ринку. ... Ми пропонуємо принципово інше розуміння змішаної економіки, яке не лише не звужує, а, навпаки, розширює зону дії ринкових механізмів" - пишуть Р. Грінберг і О. Рубінштейн [105]. Автори підкреслюють, що соціальна корисність не залежить від корисностей індивідуумів, бо в її основі завжди лежить суспільна потреба, яка не зводиться й характерна лише для сукупності індивідуумів у цілому. Саме незалежність соціальної корисності зумовлює функцію держави як рівноправного учасника ринку, який реалізує суспільні (які не зводяться) інтереси. Причому кожен з них прагне до максимізації власної функції корисності. У запропонованій концепції широко використовується базова для інституційної теорії парадигма соціалізації економічних суб'єктів, коли кожна людина, будучи індивідуумом зі своїми

егоїстичними інтересами, належить одночасно до певної соціальної групи і засвоює характерні для неї ціннісні орієнтації та норми поведінки.

Соціальну відповідальність бізнесу, в першу чергу, доцільно розглядати як реакцію компаній на потреби та очікування суспільства. Оскільки концепція соціальної відповідальності найбільш популярна саме в економічно розвинутих країнах, де рівень конкурентної боротьби надзвичайно високий, соціальна відповідальність дає змогу бізнесу без особливих фінансових зусиль сформуванати позитивний імідж та налагодити стосунки зі всіма зацікавленими сторонами. Усі складові елементи соціальної відповідальності бізнесу можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх складових можна віднести спонсорську допомогу; інноваційність розвитку; меценатство; охорону навколишнього середовища; дотримання норм та стандартів; запровадження освітніх програм; спонсорство та корпоративну благодійність; взаємодію з місцевою громадою; відповідальність перед споживачами продукції. До внутрішніх складових можна віднести: корпоративну культуру; соціально-психологічний клімат в колективі; умови та якість праці; стан здоров'я працівників; систему стимулювання; безпеку праці; стабільність заробітної плати; додаткове медичне та соціальне страхування; розвиток трудових ресурсів; надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях.

Виходячи з поданої класифікації складових елементів соціальної відповідальності бізнесу серед основних інструментів реалізації соціальних програм, як форми прояву соціальної відповідальності можна виділити наступні:

1) Благодійні пожертви і спонсорська допомога - форма адресної допомоги, виділеної компанією для проведення соціальних програм, як в грошовій, так і в натуральній формі (продукція, адміністративні приміщення, приміщення для проведення заходів, транспорт, обладнання, призові фонди, оплата рахунків організацій-одержувачів допомоги та ін.)

2) Делегування співробітників компанії - добровільне залучення співробітників компанії в соціальні програми зовнішньої спрямованості через безоплатне надання одержувачам часу, знань, навичок, інформації, контактів і зв'язків співробітників.

3) Грошові гранти - форма адресної фінансової допомоги, виділеної компанією на реалізацію соціальних програм у галузі освіти і на цілі проведення прикладних досліджень. Гранти - один з найбільш доступних і традиційних інструментів реалізації соціальних програм. Як правило, гранти в тій чи іншій мірі пов'язані з основною діяльністю

компанії та стратегічними цілями бізнесу.

4) Корпоративне спонсорство - надання компанією (корпорацією) різних ресурсів для створення об'єктів або споруд, підтримки організацій або заходів, як правило, носять публічний характер, з метою своєї реклами.

5) Корпоративний фонд - фонд, що створюється компанією (корпорацією) з метою реалізації її соціальної діяльності.

6) Соціальні інвестиції - форма фінансової допомоги, виділеної компанією на реалізацію довгострокових і, як правило, спільних партнерських соціальних програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіонах присутності компанії і підвищення рівня життя різних верств суспільства.

7) Соціально значимий маркетинг - форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в напрямку відсотка від продажів конкретного товару на проведення соціальних програм компанії.

8) Спонсорство - здійснення юридичною або фізичною особою (спонсором) вкладу (у вигляді надання майна, результатів інтелектуальної діяльності, надання послуг, проведення робіт) у діяльність іншої юридичної або фізичної особи (спонсорується) на умовах поширення спонсорованими реклами про спонсора, його товарів.

Про необхідність вироблення чіткої загальнонаціональної стратегії розуміння та впровадження соціальної відповідальності іде мова і в Національній доповіді "Новий курс: реформи в Україні. 2010 - 2015", де зазначається про важливість стимулювання бізнесу до пріоритетних інвестицій у людський капітал та соціальну інфраструктуру. Також "...передбачається запровадження корпоративної соціальної звітності, сприяння підприємствам, установам та організаціям у здійсненні професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників; урахування соціальних показників підприємства (інвестування в розвиток персоналу тощо) при розміщенні державного замовлення, формуванні біржових рейтингів, наданні певних преференцій." [4, с.200].

На нашу думку, державне регулювання соціальної відповідальності повинно базуватися на наступних загальних принципах:

1. Спрямованість на підвищення рівня життя всіх громадян та відповідальність за економічний розвиток.

2. Розробка норм, стандартів та правил, що гарантують якість товарів і послуг та контроль за їх дотриманням підприємствами.

3. Неприпустимість погіршення рівня соціальних прав та гарантій при зміні трудового

законодавства.

4. Створення необхідних умов для побудови діалогу всіх зацікавлених сторін у питаннях, що їх безпосередньо стосуються.

5. Забезпечення інформаційної, методичної та методологічної бази для розвитку соціальних програм підприємствами.

6. Удосконалення законодавчої бази в частині формування системи нефінансової звітності для активізації діалогу зацікавлених сторін.

Д. Норт проаналізував інституційну структуру суспільства, зазначивши, що "...сама складна взаємодія формальних правил і неформальних обмежень, разом з механізмами примушення до їх виконання, формують наше звичайне життя і направляють нас в тих повсякденних (само це слово викликає в свідомості уявлення про інституційну стабільність) справах, якими наповнено наше життя" 2 . Д. Норт розрізняє поняття "інституція" ("інститут") і "організація". За його підходом, інституції можуть бути неформальними (договори, угоди, добровільно взяті на себе норми поведінки, неписані кодекси честі, гідності, професійної самовідданості, традиції, звичаї, різного роду соціальні умовності тощо) і формальними (конституції, закони, різні офіційно закріплені норми права, судові прецеденти, адміністративні акти). Д. Норт розглядає три інституційних "зрізи": а) неформальні (неофіційні) обмеження; б) формальні (офіційні) правила; в) механізми примусу, що ефективно забезпечують дотримання цих обмежень і правил (суди, поліція і т.д.). Всі разом вони утворюють інституціональну структуру суспільства й економіки.

Важливо розмежовувати поняття "інститут" та "інституція". Дж. Марч та Й. Ольсен у праці "Перевідкриття інституцій" інституціями називають правила взаємних стосунків - порядок, процедури, домовленості, ролі, стратегії, організаційні форми і технології, навколо яких будується політична діяльність, переконання, парадигми, кодекси, культура і знання, які оточують, підтримують, удосконалюють і заперечують ці ролі та ustalений порядок. С. Сорокіна у вступній статті до книги Т. Веблена "Теорія бездіяльного класу" зазначає "Інституція - установлення, звичай, порядок, прийнятий у суспільстві; "інститут" - закріплення звичаїв і порядків у вигляді законів або установ". Як пояснює Лопатинський Ю.М., у широкому трактуванні (відповідно до концепцій інституціоналізму) доцільніше використовувати термін "інститут"; термін "інституція" доцільніше використовувати для позначення узагальненої групи організацій... Якщо інститути є макроекономічною категорією, а організації мікроекономічною, то інституції слід віднести до

мезоекономічного рівня 3, с.231 . Таким чином, категорія "інституціональний" ширша за категорію "інституційний" 3, с.231 .

Відповідно до сучасної інституціональної теорії, сукупність суспільних інституцій, або інституціональні межі (institutional matrix) визначає: 1) розмір трансакційних витрат та 2) систему стимулювання до того чи іншого виду економічної діяльності. Поряд з інституціями важливу роль відіграють також ідеологічні стереотипи, ментальні моделі (культура, досвід, навчання), які впливають на ставлення, довіру до інституцій а, отже, і на ефективність останніх.

Унаслідок інституціональних змін зацікавлені організації планують поліпшити своє становище. Не завжди інституціональні зміни, які є вигідними для певної групи інтересу, є ефективними у масштабах усієї економіки, всього суспільства. Так, у багатьох суспільствах політики ухвалюють не ті рішення, що сприяють економічному зростанню, а ті, що вигідні впливовим соціальним, економічним групам, які підтримують при владі політиків. Також не завжди соціальні зобов'язання бізнесу можуть принести економічну вигоду. Виходячи зі змісту СВБ та їх цільової спрямованості інститути соціалізації бізнесу можна визначити як сукупність правил та механізмів, які спрямовані на реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу з метою гармонізації соціально-економічних інтересів зацікавлених сторін та забезпечують досягнення економічних, соціальних, екологічних пріоритетів сталого розвитку.

Інститути СВБ на усіх рівнях допомагають узгоджувати ряд інтересів усіх зацікавлених сторін: між соціально відповідальною компанією та суспільством; між компанією та заінтересованими сторонами; між заінтересованими сторонами та суспільством. Відповідно до міжнародного стандарту ISO 26 000 "Керівництво з соціальної відповідальності", напрямки взаємодії можуть бути згруповані наступним чином: управління компанією; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; практики доброчесної діяльності; питання споживачів; залучення та розвиток громади.

Інститути соціалізації бізнесу - це сукупність правил та механізмів, які спрямовані на реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу з метою гармонізації соціально-економічних інтересів зацікавлених сторін та забезпечують досягнення економічних, соціальних, екологічних пріоритетів сталого розвитку. Соціальні інститути розподіляються за рівнями (мега-, макро- мезо-, мікро-) та утворюють систему, успішне функціонування якої визначається їх взаємною

підтримкою, яка забезпечується шляхом виконання ними відповідних функцій. Ці функції сприяють узгодженню соціально-економічних інтересів та збереженню стабільності в суспільстві.

Висновки. Інституціональні чинники СВБ необхідно розглядати крізь призму ієрархізації та гармонізації інтересів всіх учасників соціально-економічних відносин. Постійне удосконалення системи інститутів СВБ є необхідною передумовою розбудови такого інституціонального середовища, яке б сприяло гармонізації соціо-, еколого-, економічних пріоритетів сталого розвитку на різних економічних рівнях.

#### Список літератури

1. Галушка З.І. Соціалізація трансформаційної економіки: особливості, проблеми, пріоритети: монографія / З.І. Галушка. - Чернівці: Чернівецький національний університет, 2009. - 408 с.
2. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики /Дуглас Норт: Пер. с англ. А.Н. Нестеренко. Предисловие и научное редактирование Б.З. Мильнера. - Фонд экономической книги "НАЧАЛА" МОСКВА, 1997. - 109с.
3. Лопатинський Ю.М. Інституціоналізація транзитивної економіки / Наукові праці Дон НТУ : Серія: економічна. - Випуск 103-1. - С.229-232.
4. Новый курс: реформи в Україні. 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. - К.: НВЦ НБУВ, 2010. - 232 с.

#### Анотація

Владимир Запужлях  
Владимир Грунтковский

### МЕХАНИЗМ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

*В статье рассмотрено механизм институционализации социальной ответственности. Выделены основные составляющие элементы социальной ответственности бизнеса. Проанализированы основные направления государственного регулирования социальной ответственности бизнеса и взаимодействие основных сторон социального партнерства.*

**Ключевые слова:** *социальная ответственность, бизнес, государство, институционализация, социализация экономики.*

#### Summary

Volodymyr Zapuhlak  
Volodymyr Gruntkovski

### INSTITUTIONALISATION MECHANISM OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY

*In this article it is considered institutionalisation mechanism of business social responsibility. Allocated main elements of business social responsibility. Analyzed main directions of state regulation in the sphere of business social responsibility and interaction of main parties of social partnership.*

**Keywords:** *social responsibility, business, government, institutionalization, socialization of the economy.*