

УДК 334.012

Миколайчук І.П.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту**Київського національного торговельно-економічного університету***ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

У статті розглядаються чинники та тенденції формування соціальної відповідальності підприємств у сфері малого бізнесу. Досліджується сутність та складові соціальної відповідальності вітчизняних підприємств, бар'єри та перспективи їх інноваційного розвитку. Загострюється увага на формуванні моделей взаємодії держави та суб'єктів малого бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, малий бізнес, соціалізація, принципи, соціальна відповідальність у сфері малого бізнесу.

Миколайчук И.П. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются факторы и тенденции формирования социальной ответственности предприятий в сфере малого бизнеса. Исследуется сущность и составляющие социальной ответственности отечественных предприятий, барьеры и перспективы их инновационного развития. Акцентируется внимание на формировании моделей взаимодействия государства и субъектов малого бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, малый бизнес, социализация, принципы, социальная ответственность в сфере малого.

Mykolaychuk I.P. INNOVATIVE DEVELOPMENT PROBLEMS AND PROSPECTS OF SME'S SOCIAL RESPONSIBILITY

In the article factors and tendencies of forming of social responsibility of enterprises are examined of SME's. Essence and constituents of social responsibility of domestic enterprises, barriers and prospects of their innovative development are investigated. Attention on forming of models of cooperation of the state and subjects of small business becomes sharp.

Keywords: social responsibility of business, small business, socialization, principles, social responsibility in a sphere.

Постановка проблеми. Процеси глобалізації українського бізнесу та поступова інтеграція України у світову економічну систему ставить перед вітчизняними організаціями нові та все більш складні питання, серед яких все далі більше зростає значимість підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу. Обґрунтування теоретичних та практичних аспектів сутності та еволюціонування заходів з розвитку соціальної відповідальності у практиці функціонування підприємств в Україні показує, що на сьогоднішній день ступінь інтеграції соціальної відповідальності в розвиток бізнесових функцій залишається на досить низькому рівні. Не зважаючи на те, що в закордонній і вітчизняній науковій літературі з'являються нові наукові дослідження з питань соціальної відповідальності, доцільно відзначити, що наукові розробки щодо її інноваційної концепції та єдиного механізму її впровадження в практику вітчизняного малого бізнесу не знайшли достатньої уваги в наукових розробках, що обумовило актуальність та проблематику дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні розглядаються у працях чисельних науковців, серед яких російські: М. Фрідман, Л. Вітте, І. Беляєва, М. Ескіндаров, Т. Грішина, М. Стародубська, а також вітчизняні дослідники: З. Варналій, В. Воротіна, З. Галушка, О. Герасименко, О. Грішнова, В. Грунтковський, Я. Жаліло, А. Колот, І. Комарницький, І. Курило, Е. Лібанова, С. Мельник, А. Мишковська, Ю. Петрушенко, О. Редько та багато інших авторів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових досліджень показує, що у працях зазначених науковців наводиться ґрунтовний аналіз практик становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу, підкреслюється його роль та значимість в якості інструменту управління під-

приємствами. Водночас більшість робіт вітчизняних вчених представляють собою переважно емпіричні дослідження концепції соціальної відповідальності у розумінні вітчизняними підприємцями або ж вивчення її окремих проявів на підприємствах. Досить велика кількість публікацій приділяється загально-теоретичним питанням – щодо сутності соціальної відповідальності, порівнянню основних підходів та моделей, описанню позитивних ефектів використання принципів соціальної відповідальності [2; 4; 7; 9]. Особливістю досліджень у даній сфері є перехід від загальних теоретичних констатуваль, філософських суджень щодо сутності, місця, ролі соціальної відповідальності (СВ) до розроблення управлінських технологій активізації соціально відповідальної поведінки, обґрунтування впливу соціально відповідальних практик на соціально-економічний розвиток організації та суспільства в цілому. Водночас недостатньо дослідженими в науковому середовищі залишається обґрунтування перспектив інноваційного розвитку соціально відповідального малого бізнесу.

Постановка завдання. На основі вищевикладеного можна сформулювати дослідження концептуальних засад та перспектив інноваційного розвитку соціальної відповідальності підприємств сфери малого бізнесу як теоретичного підґрунтя формування соціальних технологій регулювання вітчизняних соціально-трудових відносин та елементу соціально-відповідального суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Керівники вітчизняних підприємств сфери малого бізнесу все далі більше усвідомлюють визначальну роль інновацій у впровадженні концепції соціальної відповідальності – як однієї з головних цілей соціально-економічного розвитку підприємництва. Відповідно, набуття підприємствами соціально відповідальних рис поступово буде утворювати базис стабільного економічного розвитку суспільства.

Розглядаючи сутність та поняття «соціальна відповідальність» з різних наукових точок зору, доцільно зазначити, що, в першу чергу, під нею розуміють процес управління бізнес-процесами – з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство; деякі науковці вважають, що соціальна відповідальність – це спроба відійти на певну відстань і проаналізувати, де і як організація може допомогти у вирішенні соціальних та екологічних проблем, розвиваючись сама й розвиваючи середовище навколо себе [9], інші дослідники вважають, що соціальна відповідальність – це відповідальне ставлення будь-якого підприємства до свого продукту та послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція підприємства, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [7].

Під соціальною відповідальністю малого бізнесу доцільно розуміти його добровільний внесок в розвиток суспільства в економічній та соціальній сферах, пов'язаний із основною діяльністю підприємства, що виходить за межі визначеного законом мінімуму [1].

Самостійність господарювання, ініціативний, творчий, морально-відповідальний підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки проблем, що пов'язані з інноваційним пошуком ринкових можливостей, дослідженнями з маркетингу, управлінням фінансами, використанню ресурсів, залучення інвестицій та ведення соціально-відповідального бізнесу. Орієнтація України на інноваційний розвиток економіки, без якого є неможливою її успішна інтеграція у світову економічну систему, ставить перед вітчизняними підприємствами все далі нові завдання, важливість яких пов'язана саме із соціальною відповідальністю. На державному рівні – це відповідальність перед суспільством і окремо перед кожним громадянином, а на підприємницькому рівні – відповідальність перед самою державою, своїм колективом та споживчим сектором економіки. Підприємницька діяльність є елементом загальнокультурного й економічного розвитку країни, що має вирішувати конкретні соціальні проблеми на підґрунті морально-етичних уявлень про цінність підприємництва. Інакше кажучи, підприємець несе соціальну відповідальність за розпочату справу та її розвиток не тільки перед собою, а й перед людьми, з якими він веде свій бізнес, та перед суспільством у цілому.

Розглядаючи дану проблему, варто підкреслити, що з соціальною відповідальністю підприємств сфери малого бізнесу тісно пов'язане поняття соціалізації економіки. Впровадження у практику ведення бізнесу інноваційних технологій є одним із головних шляхів виходу підприємств з кризового становища, але проблеми ефективності інноваційних процесів характерні як для сфери виробництва, так і для сфери споживання, оскільки споживач «диктує» вимоги до товаровиробників [8, с. 27]. Соціалізація бізнесу є об'єктивною закономірністю вітчизняного суспільства, що безпосередньо пов'язана із сучасними тенденціями інноваційного розвитку технологій, зростанням вимог до процесу та результатів діяльності підприємств різних сфер діяльності, а також із системними перетвореннями форм господарювання.

За дослідженнями науковців до суперечливих ознак соціалізації бізнесу, що мають місце в Україні, належать такі:

- 1) тенденція до поступової концентрації власності в одного керівника;
- 2) відсутність реальних механізмів участі трудового колективу в управлінні підприємством, не зва-

жаючи на володіння ним часткою власності після проведення приватизації;

3) узгодження інтересів підприємців з представниками владних інститутів [8, с. 28].

Формування функції соціальної відповідальності бізнесу в Україні має власні національні особливості, специфічні особливості розуміння та власні соціальні результати. На вибір форм соціалізації малого бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу [4].

Національна модель соціальної відповідальності малого бізнесу повинна бути зорієнтована на задоволення як нагальних потреб суспільства, так, водночас, зумовлена специфікою сучасного етапу соціалізації економіки та практикою подолання соціальних проблем з метою ефективного функціонування соціальної інфраструктури. В цьому аспекті представляють інтерес дослідження І.Ф. Комарницького та З.І. Галушки щодо особливостей її специфіки та складності:

1) внаслідок роздержавлення та приватизації великим підприємствам у спадок залишилась розвинена соціальна інфраструктура (дитячі садочки, будинки відпочинку тощо), що на сьогоднішній день потребує суттєвого відновлення, оскільки вона майже не використовувалася за соціальним призначенням та була розпродана або приватизувалася;

2) розвиток СВБ значно залежить від економічної ефективності господарської діяльності підприємств, кризовий стан яких не спонукає до розширення соціальних заходів, а навпаки, примушує скорочувати кількість робочих місць, відповідно, зменшувати розмір заробітної плати та економити на соціальних витратах;

3) нединамічний та стихійний розвиток СВБ в Україні – без чітко виписаних державних чи виважених корпоративних рішень для її впровадження при зводиться до того, що у більшості випадків не визначені ті напрямки соціалізації бізнесу, які можуть забезпечити максимальну віддачу [4].

Серед основних чинників, що перешкоджають інноваційному розвитку малого бізнесу в Україні, доцільно віднести такі:

- відсутність чітко сформульованої та діючої системи правових актів державної політики у сфері підтримки розвитку малого бізнесу;
- зростання адміністративних бар'єрів (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин тощо);
- відсутність реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки;
- податковий тиск і складна система звітності;
- невпевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу;
- нестача фінансових ресурсів для їх вільного перерозподілу за сферами діяльності малого підприємства;
- високий рівень конкуренції, що провокує підприємців до неетичної практики ведення бізнесу;
- надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання [3].

Завдяки досягненню певної стабільності економічного розвитку та зростанню рівня життя населення у вітчизняному суспільстві в останні роки поступово від-

бувається зміна суспільних цінностей та пріоритетів. Поряд із економічними чинниками все більшу роль у підвищенні конкурентоздатності та досягненні високої продуктивності та прибутковості діяльності малих підприємств відіграють такі неекономічні показники, як рівень соціального захисту та забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки соціальної інфраструктури регіону функціонування підприємства, запровадження механізму контролю якості виробництва продукції та надання послуг, впровадження та ефективне використання екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо.

Економічні відносини між державою та суб'єктами малого бізнесу можуть характеризуватися однією із наступних моделей (рис. 1).

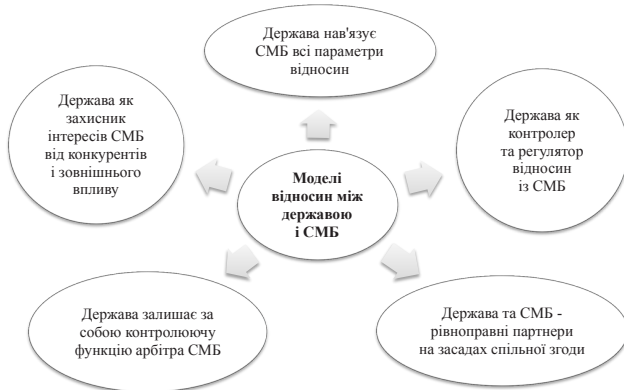


Рис. 1. Основні моделі економічних відносин між державою та суб'єктами малого бізнесу (СМБ)

Джерело: складено автором за [3]

Вибір однієї з моделей співпраці СМБ із державою стає економіко-правовим підґрунтям подальшого ефективного інноваційного розвитку підприємства, що передбачає прийняття інвестиційних рішень. У цьому зв'язку представляють практичний інтерес дослідження О. Мишковської, яка пропонує модель соціальної відповідальності малого бізнесу (СМБ) на основі формування соціальних проектів, спрямованих на внутрішнє та робоче середовище підприємства (працівники, клієнти, постачальники), а також здійснення ними дрібної доброчинності [5, с. 129].

Системний підхід до розгляду проблематики СМБ показує, що його основними складовими є сукупність об'єктів, суб'єктів та принципів. Враховуючи специфіку функціонування підприємств сфери малого бізнесу та результати наукових досліджень [6, с. 34]), об'єктами СМБ є: працівники підприємства; споживачі продукції та послуг; інші громадяни, які потребують особливої уваги з боку суспільства – діти, інваліди, сироти, вагітні жінки, пенсіонери, студенти тощо; соціальна інфраструктура – житлово-комунальне господарство, транспорт, заклади освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, екологічні споруди тощо.

Головними суб'єктами, які забезпечують інноваційну спрямованість СМБ, належать: суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи); органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, які активно підтримують розвиток соціальної сфери стратегічних зон господарювання СМБ для реалізації соціальних проектів; об'єднання роботодавців усіх рівнів; профспілки; спеціалізовані благодійні фонди, консалтингові компанії, що надають послуги у сфері розробки та реалізації соціальних програм.

Базуючись на результатах проведених досліджень, сформовано принципи соціальної відповідальності підприємств ведення малого бізнесу (табл. 1).

Соціальна відповідальність бізнес-організацій – як відповідальність осіб, які приймають бізнес-рішення, тісно пов'язана із розвитком соціального партнерства, завдяки якому здійснюється зв'язок бізнесу з соціальним розвитком суспільства та під яким традиційно розуміють відносини у соціально-трудовій сфері між працівниками і роботодавцями за активної участі держави або соціальний діалог, пошук компромісу у задоволенні інтересів усіх сторін соціально-трудових відносин [9].

Таблиця 1

Принципи соціальної відповідальності підприємств малого бізнесу

№	Перелік принципів	Зміст
1.	Комплексність	передбачає здійснення виваженої внутрішньої соціальної політики підприємства (надання пакета соціальних компенсацій, реалізація освітніх проектів, підготовка кадрів)
2.	Прозорість ведення бізнесу	передбачає наявність механізму вимірювання показників соціально відповідальної діяльності підприємства з метою інформування населення та місцевої влади про результати фінансування підприємством соціальних ініціатив
3.	Керованість та стабільність	свідчить про забезпечення якості управління підприємством за рахунок імплементації соціальної відповідальності в стратегію його розвитку
4.	Екологічність роботи підприємства	свідчить про відповідальне відношення керівників до оточуючого середовища та ступінь гармонійної інтеграції підприємства в оточуюче середовище
5.	Стабільність та надійність підприємства	передбачає реалізацію стратегії стійкого розвитку соціально відповідального підприємства, орієнтованого на формування достатнього прибутку з метою впровадження соціальних програм підтримки соціально незахищених працівників
6.	Позитивна репутація підприємства та добросовісна ділова практика	пов'язана зі зміною сприйняття соціально відповідального підприємства оточуючими суб'єктами – співробітниками, громадськістю, державними організаціями
7.	Добровільність прийняття та реалізації соціальних зобов'язань	виходять за межі тих, що прописані в чинному законодавстві (сплата податків, дотримання законів, що регламентують трудові відносини тощо)
8.	Участь персоналу в соціальних проектах підприємства	забезпечує формування його позитивного іміджу
9.	Солідарність	передумова перетворення взаємовідносин між суб'єктами підприємницької діяльності на партнерські відносини
10.	Продуктивна конкуренція та нарощування інноваційного потенціалу	обумовлює реальність будь-якого контракту, який передбачає змагальність його учасників
11.	Довіра	сприяє економічному зростанню й ефективному функціонуванню економіки, соціальному партнерству й демократичній стабільності

Сформовано автором за джерелами [1; 2, с. 42; 10])

Все далі більш важливою управлінською проблемою стає перетворення соціальної відповідальності малих підприємств у інноваційну стратегію свого бізнесу, а також щоденну практику їх ефективного функціонування, що інтегрується в стратегію їх ефективного організаційного розвитку в сучасній практиці функціонування малого бізнесу. Стрижнем його ефективного функціонування в сьогоденній практиці залишається проблема поєднання соціальної відповідальності та громадської довіри. З метою формування профілю соціально відповідального підприємства йому необхідно відповідати низці таких вимог: забезпечення безпеки робочих місць, збереження кваліфікованих фахівців, підтримка взаємовідносин з некомерційними та громадськими організаціями, розвиток та підтримка благодійних програм, енергозбереження та утилізація відходів, захист оточуючого середовища тощо.

Аналіз чисельних практик реалізації підприємствами принципів соціальної відповідальності показує, що інноваційний розвиток та ефективне функціонування малого бізнесу в сучасних економічних умовах потребує значної уваги з боку держави через сукупність методів економічної інноваційно-інвестиційної політики. Водночас, за результатами дослідження, у практиці вітчизняного малого бізнесу не використовується цілий ряд практик соціальної відповідальності, що є традиційними в її європейській моделі: урахування культурної специфіки споживача, використання системи соціального маркування продукції, зворотній зв'язок зі споживачами, надання інформації про якість і безпеку продукції, застосування принципів оцінки життєвого циклу продукту, моніторинг впливу результатів роботи підприємств на довкілля, уникнення використання генетично модифікованих продуктів тощо [4].

Грунтуючись на сучасних тенденціях інноваційного розвитку малого бізнесу в Україні, основними заходами його підтримки можуть стати: зміни в податковій політиці (скорочення податків, поширення спрощеного оподаткування, запровадження податкових пільг); надання технічної допомоги та консалтингових послуг; надання довгострокових позик, субсидій, грантів, гарантування кредитів, забезпечення пільгового страхування, фінансова підтримка тощо; встановлення контрактних відносин між державою та приватними підприємствами; розробка різних програм розвитку персоналу тощо.

Грунтуючись на проведеному дослідженні, доцільно відзначити, що основним напрямом інноваційного розвитку СВМБ є надання працівникам соціального пакету (соціальне страхування, виділення коштів на лікування, відпочинок, оздоровлення, послуги мобільного зв'язку, часткове вирішення житлових проблем тощо). Все далі більше при пошуку роботи претенденти на посади звертають увагу на можливість отримання соціального пакету на підприємстві та соціального захисту, що може стати вирішальним критерієм при прийнятті рішення про вибір роботи.

Розроблення внутрішніх програм розвитку соціальної відповідальності стає сьогодні для малих підприємств чим далі більш важливим завданням, спрямованим на підвищення відповідальності керівників перед працівниками та їхніми родинами, сприяння підтриманню здорового соціального середовища соціальними, екологічними програмами, дотримання чинних законів про працю та охорони довкілля.

Висновки з проведеного дослідження. У підсумку проведеного дослідження можна зробити такі висновки: в сучасних умовах все далі більше зростає роль соціалізації підприємств у сфері малого бізнесу та вирішення складних соціальних питань; розвиток малого бізнесу сприяє економічному зростанню держави завдяки впровадженню ефективних моделей їх взаємодії; все далі більше зростає необхідність впровадження принципів соціальної відповідальності підприємств у сфері малого бізнесу. Участь підприємств сфери малого бізнесу в економічному зростанні є беззаперечною та актуальною на даному етапі соціально-економічного розвитку суспільства. Водночас перспективами подальших наукових досліджень є обґрунтування ролі держави в інноваційних технологіях розвитку соціальної відповідальності малого бізнесу та розробка інноваційних стратегій їх впровадження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інтернет-портал Спільноти соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://svb.org.ua>.
2. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 39–46.
3. Грунтковський В.Ю. Соціальна відповідальність малого бізнесу: необхідність та умови розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_98/31.pdf.
4. Комарницький І.Ф., Галушка З.І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/ed_work/n_6/7.pdf.
5. Мельник С. Становлення соціально-орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики // Україна: аспекти праці. – № 5. – 2008. – С. 32–36.
6. Мишковська А.П. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу // Наукові праці. Соціологія. – Вип. 189. Т. 201. – С. 127–130.
7. Офіційний сайт Форуму соціально відповідального бізнесу України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://prschool.kiev.ua>.
8. Петрушенко Ю.Н. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності / Ю.Н. Петрушенко, О.В.Дудкін // Научные труды ДОННТУ. Серия: экономическая. – 2009. – Вип. 37-3. – С. 25–31.
9. Руководство по социальной ответственности. (4 сентября 2009 г., ISO/DIS 26000). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_26000.
10. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку [Текст]: Монографія / [А.М.Колот, О.А.Грішнова, О.О.Герасименко та ін.]; за наук. ред. А.М. Колота; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т імені Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2010. – 348 с.