

КООПЕРУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті визначаються особливості коопераційних взаємозв'язків суб'єктів малого підприємництва, розглядаються протиріччя формування соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу в процесі інтеграції їх господарської діяльності.

This article highlights particularities of small-scale business correlation partnership, considers contradictions of business social responsibility organization in the process of their economical activity integration.

Ключові слова: підприємництво, кооперування, підприємство, конкурентоспроможність, форми кооперації, соціальна відповідальність бізнесу.

Keywords: entrepreneurship, cooperation, enterprise, competitiveness, forms of the cooperation.

Формування конкурентоспроможної соціально спрямованої економіки з розвиненим приватним сектором і підприємництвом – його важливою складовою, є стратегічним курсом економічної політики України. Важливою передумовою здійснення радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в Україні є становлення і розвиток малого підприємництва.

Мале підприємництво – це суттєва складова і масова суб'єктна база цивілізованого ринкового господарства, невід'ємний елемент притаманного йому конкурентного механізму. Підприємництво надає ринковій економіці необхідну гнучкість, мобілізує значні фінансові та виробничі ресурси населення, несе в собі сильний антимонопольний потенціал, слугує серйозним чинником структурної перебудови і забезпечення розвитку ряду напрямків науково-технічного прогресу, частково вирішує проблему зайнятості і інші соціальні проблеми ринкового господарства. Ось чому становлення і розвиток малого підприємництва є стратегічною задачею на шляху трансформаційної економічної політики.

Збалансована виробнича структура економіки передбачає наявність раціональної пропорції в розвитку великих і малих підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність у дослідженні проблеми розвитку важливої складової великого виробництва – сектора функціонування малих підприємств. Малі підприємства мають не просто бути охоплені системою коопераційних зв'язків з великим бізнесом, вони – невід'ємна частина виробничої структури великих корпорацій.

Разом з тим, соціалізація економіки вимагає від будь-яких бізнес-утворень рішучих кроків у цьому напрямку. Принцип соціальної відповідальності бізнесу сьогодні є стрижневим положенням підприємницької етики. Відповідно, із зміцненням приватного підприємництва виникає потреба в соціальній відповідальності бізнесу. У міжнародному бізнес-середовищі існує думка, що принципи соціальної

відповідальності є однією із складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів і утримує найкращих працівників.

Особливо важливо постає питання соціальної відповідальності бізнесу для підприємств, які формують коопераційні об'єднання, оскільки вони «включаються» в боротьбу фінансово-соціальних інтересів.

В даному випадку, слід особливу увагу приділити економічному симбіозу підприємств, який являє собою союз малого і великого підприємств – бізнес-партнерів, взаємовигідний для обох сторін. Іншими словами – це така стійка економічна взаємодія, яка дає позитивний кінцевий ефект, у зв'язку з цим величина ефекту від спільної діяльності більша суми економічних ефектів окремо діючих підприємств, що в довгостроковому періоді підвищує конкурентоспроможність підприємств – учасників такої співпраці.

Проблемі розвитку коопераційних взаємодій великого і малого підприємництва присвячені праці вітчизняних вчених Варналія З.С., Кузнецової І.С., Слюсаренко О.А. Проблематика корпоративної соціальної відповідальності привертає увагу багатьох представників фінансової науки. Серед визначних вітчизняних науковців треба відзначити Д.О. Баяру, О.Д. Василика, М.І. Долішного, В.М. Гейця, В.Л. Осецького, А.А. Чухна та інших.

Результатом взаємодії малих підприємств з виробничо-господарськими структурами є утворення та розвиток таких форм кооперації суб'єктів підприємництва як субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування. Змістом зазначених форм є інтеграція (переплетіння) функціональних сфер діяльності підприємств зокрема, формою виробничих функціональних зв'язків є субпідряд, форм виробничо-збутових – франчайзинг, формою виробничо-фінансових – лізинг, а формою інноваційних функціональних інтеграційних зв'язків є венчурне фінансування [1, с. 3].

Розглядаючи взаємодії малих підприємств з великими, середніми і собі подібними малими підприємствами не можна знехтувати не менш важливим класом взаємодій – з організаційними структурами, що складають зовнішнє середовище малого підприємництва, оскільки їх вплив відіграє іноді вирішальну роль у становленні і розвитку малого підприємництва.

Взаємодія підприємств з органами управління і регулювання, а також з фінансовими інститутами визначається перш за все ступенем державної підтримки господарюючих суб'єктів і ефективності функціонування даної системи, оскільки вище названі органи та установи безпосередньо впливають на становлення і функціонування малого, середнього і великого бізнесу. Оскільки органи управління, регулювання і фінансові інститути є елементами зовнішнього середовища, вони можуть виступати як позитивним так і негативним фактором у системі взаємодій підприємств, тобто як спонукати їх розвиток, так і гальмувати. Але принципи соціального партнерства діють на цьому рівні. Прикладом в більшій частині слугує підприємницька діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої

створювалась організація, та покращення якості життя. Суб'єктами соціального підприємництва, в переважній більшості, є неприбуткові організації.

Формою реалізації виробничих коопераційних відносин суб'єктів підприємництва є субпідрядна система. Підрядні (контрактні) відносини по суті є однією з форм кооперування товаровиробників, яка спрощує виконання складних робіт. Субпідряд можна визначити як підсистему підрядних відносин, змістом яких є договірні зв'язки між великою компанією та малим підприємством, яке спеціалізується на певних видах робіт, з приводу передачі останньому окремих стадій технологічного процесу чи виконання певного спектру послуг.

Про масштаби розповсюдження субпідрядної системи можна зробити висновки, виходячи з того, що в США близько 55 % в середньому, а в Японії до 70% підприємств працюють за цією системою [2, с. 241]. Це дає підстави стверджувати, що субпідрядні відносини, і в американському, і в японському варіантах, є взаємовигідними для обох сторін, оскільки велике підприємство отримує економію в результаті зменшення витрат на оплату робочої сили, використання інноваційних технологій, які інтенсивно продукуються суб'єктами малого підприємництва, а малі підприємства, в свою чергу, отримують можливість гарантованого збуту продукції при мінімальних маркетингових витратах.

Лізинг є особливою формою виробничо-фінансових коопераційних відносин суб'єктів підприємництва, що комплексно впливає на основні складові елементи виробничого процесу: на засоби праці і працю людини, на ступінь використання техніки та робочої сили. Розвиток лізингу сприяє збільшенню кількості власників і, насамперед, підприємців малих і середніх структур. Так, питома вага малих і середніх підприємств-користувачів лізингового майна у виробництві дорівнює 80% [3, с. 60.].

Основними перевагами малих підприємств як орендарів є: стовідсоткове кредитування; простота отримання контракту за лізингом; можливість оренди складного і дорогого обладнання для реконструкції або вдосконалення підприємства; можливість отримання додаткових інвестицій від іноземних партнерів у вигляді машин та устаткування. Надання ж малими підприємствами свого майна в лізинг є окремим видом підприємницької діяльності, а, значить, здійснюється з метою отримання прибутку. Успішне здійснення такої діяльності вже є перевагою суб'єктів малого підприємництва на шляху до підвищення конкурентоспроможності.

Формою реалізації виробничо-збутових коопераційних відносин підприємств є франчайзинг, що являє собою своєрідну систему інтеграційних зв'язків малих і великих підприємств на основі контрактних відносин, які дають змогу малому підприємству вести певний вид підприємницької діяльності, визначений іншою стороною – великим підприємством.

Реалізація специфічних переваг франчайзингу є основою підвищення життєздатності малих підприємств, оскільки він поєднує в собі переваги великого виробництва (економія на управлінських витратах, рекламі, витратах на впровадженні нових технологій) і малого підприємництва (висока мобільність, можливість локальних

контрактів і знання регіональних умов). Однією з основних проблем суб'єктів франчайзингу є стійкість їх взаємодій. Тому для підтримки конкурентоспроможності підприємств франчайзингової системи будь-якого спрямування необхідно, щоб обидва контрагенти були впевнені, що така взаємодія для них вигідна і ризик невиконання договірних зобов'язань зведений до мінімуму. Для визначення рівня стійкості і суттєвості таких взаємодій порівнюють прибуток, що створюється в результаті взаємодії великого і малого підприємств в системі франчайзингу, і суму прибутків автономно діючих великого і малого підприємств. Якщо ці показники однакові, це означає, що навіть якщо ці підприємства вступають в такий взаємозв'язок, він виявиться нестійким, оскільки підприємства не матимуть прямих економічних стимулів до співпраці. Такий же принцип визначення стійкості взаємозв'язків може бути застосований і для інших форм кооперування суб'єктів підприємництва.

Аналіз франчайзингу в Україні довів його перспективність як напрямку реалізації коопераційних зв'язків підприємств, оскільки сприяє опануванню малим та середнім підприємництвом нових технологій, створенню додаткових робочих місць, підвищенню якісного рівня підготовки кадрів, розширенню сфер діяльності суб'єктів підприємництва.

Венчурне (ризикове) фінансування є формою інноваційних функціональних інтеграційних зв'язків. Венчурне підприємництво виступає певним механізмом, який допомагає реалізувати, втілити у виробництво найновітніші розробки, досягнення науково-технічного прогресу. Воно розглядається як особливий вид підприємництва в інноваційній сфері, яке спрямоване на задоволення потреб людей шляхом створення і впровадження у виробництво нових технологій, товарів, послуг та просування їх на ринок з метою отримання прибутку і надприбутку як винагороди за ризик. Венчурний механізм розрахований на підприємницькі проекти, які у зв'язку з великим ступенем ризику і високою ймовірністю невдачі не можуть отримати фінансової підтримки із традиційних джерел. Одним із джерел фінансування малих венчурних фірм і є великі підприємства, які зацікавлені в практичному освоєнні інноваційних проектів. Вкладання венчурного капіталу переважно в малі інноваційні підприємства зумовлено значною економією на трансакційних витратах: зі збільшенням розмірів останнього, тобто зі збільшенням кількості угод в його межах, ефективність підприємства зменшується. Збільшення кількості угод в межах організації зменшує її витрати на пошук інформації, ведення переговорів, укладання контрактів.

Отже, в ринкових умовах, підприємства кооперуючись намагаються досягти синергійного ефекту а результаті таких взаємодій шляхом спільного зменшення витрат, розширення виробництва, збільшення прибутків. Але водночас вони мають дотримуватись принципів корпоративної соціальної відповідальності, що, в свою чергу, спонукає їх до додаткових витрат. Таким чином виникає дилема: чи потрібен підприємцю соціально відповідальний бізнес і, можливо, який ступінь відповідальності готовий взяти на себе підприємець.

В Україні думки щодо соціальної відповідальності бізнесу дещо різняться залежно від цілей, які хочуть досягти підприємці. Під соціальним підприємництвом розуміють підприємницьку діяльність неприбуткових організацій, доход від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої створювалась організація, та покращення якості життя. Суб'єктами соціального підприємництва, в переважній більшості, є неприбуткові організації.

Для більшості підприємств Європейських країн соціальне підприємництво визначається як бізнес із соціальною метою. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект, або соціальний ефект від підприємницької діяльності, а потім фінансова ефективність.

Підприємств, що працюють за таким принципом в Україні не так багато, оскільки все ж таки основна мета будь-якого бізнесу – отримання прибутку. Так, кооперуючись здійснюючи господарську діяльність суб'єкти підприємництва ставлять за мету мінімізацію витрат, але, в той же час, входячи до великих корпоративних структур вимушені підтримувати загальноприйняті соціальні принципи та норми, навіть якщо це тягне за собою перевищення певного ліміту допустимих витрат на рекламу, збут, тощо.

Виділяють ще такий напрямок соціального підприємництва як інноваційна підприємницька діяльність задля соціальних перетворень в суспільстві і громадах. Відмінністю даного підходу є те, що на перше місце виходить лідер – соціальний підприємець.

Соціально відповідальна організація – це не будь-яка установа. Вона має відповідати таким критеріям як виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників, реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес [4].

Підприємство, що дотримується принципів соціальної відповідальності також отримує деякі переваги: забезпечення суспільної репутації організації шляхом зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг, можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та засобами масової інформації.

Суспільство переважно позитивно реагує на подібні ініціативи, оскільки отримує можливості адресної допомоги в разі необхідності, можливості залучення інвестицій в певні суспільні сфери, для підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, тощо.

Основними великими компаніями, які працюють на умовах інтеграції великих підприємств з малими і в той же час активно підтримують принципи соціальної відповідальності бізнесу є банк Аваль та компанія Київстар.

Бізнес Райффайзен Банку Аваль є соціально відповідальним перед споживачами, персоналом, партнерами та суспільством.

Материнська компанія банку в Австрії – Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ – впроваджує свої стандарти ведення соціально відповідального бізнесу в усіх дочірніх банках у Центральній та Східній Європі, у тому числі й у Райффайзен Банку Аваль. Ділові стосунки та бізнес-етика регламентуються у банку власним Кодексом поведінки працівників.

У 2010 році банк продовжував займатися благодійною та спонсорською діяльністю на рівні і Центрального офісу, і регіонів.

Основний акцент у благодійній діяльності банку – це підтримка дитячих закладів для сиріт та дітей із проблемних сімей, а також дитячих лікувальних закладів. Крім того, банк активно підтримує проекти, спрямовані на розвиток культури та духовності українців.

Гарною традицією у фінансовій установі стало проведення благодійних толок до чергової річниці банку чи його обласних дирекцій у дитячих будинках, міських парках та на дитячих ігрових майданчиках. Вдалою стала також ініціатива Центрального офісу, підтримана й регіональними дирекціями, щодо проведення благодійних аукціонів, зібрані кошти від яких спрямовуються на лікування працівників банку, надання їм матеріальної допомоги чи на інші добродійні цілі. Останнім часом у банку також поширюються такі форми благодійності, як придбання подарунків для вихованців дитячих будинків за власні кошти співробітників, волонтерство, донорство тощо.

У 2010 році банк продовжував підтримувати благодійні організації та фонди, а також громадські та гуманітарні організації.

Протягом 2010 року Райффайзен Банк Аваль реалізував і низку спонсорських проектів, спрямованих на підтримку національної культури, літератури, мистецтва. Приміром, банк продовжив підтримку Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка в якості титульного спонсора. Інвестуючи в соціальні проекти, Райффайзен Банк Аваль робить свій посильний внесок у підвищення добробуту українських громадян, впровадження новітніх технологій, розвиток освіти, культури, мистецтва. Розвиваючись сам, він розвиває середовище навколо себе [5].

Компанія «Київстар» також оголосила себе соціально відповідальною. Довіра абонентів — основна цінність для компанії «Київстар». Компанія надає клієнтам телекомунікаційні послуги високої якості в суворій відповідності усім державним технічним стандартам. «Київстар» веде постійний діалог із суспільством, надає споживачам повну й достовірну інформацію про продукти і послуги компанії, сприяє їх коректному і правильному використанню в суспільстві для поліпшення життя людей.

«Київстар» постійно вдосконалює послуги та якість обслуговування, реалізує програми для безпеки клієнтів, розвитку мобільної та інтернет культури, зокрема:

- Існує і соціальна програма захисту дітей від негативного контенту, помилок і насильства при використанні мережі має на меті пояснити батькам і вчителям можливі ризики для дітей і разом навчити правильному й безпечному користуванню Інтернетом.

○ Соціальна програма «Мобільна культура» спрямована на формування й поширення етикету при використанні мобільного зв'язку в публічних місцях— інформування користувачів телекомунікаційних послуг про існуючі норми спілкування мобільним телефоном поза домівкою.

○ «Київстар» приймає відповідальні рішення, добровільно відмовившись від розміщення та продажу «дорослого» контенту та гемблінгу, співпрацює з МВС України щодо протидії розповсюдженню незаконного контенту в мережі, мобільного шахрайства, а також розробляє спеціальні соціальні послуги [6].

Збільшення рівня висвітлення діяльності компаній у царині благодійництва дасть змогу пересічному громадянину дізнатись, що комерційні організації не лише намагаються отримувати прибутки, а й піклуються про громаду, де вони працюють, є соціально відповідальними. Стимулювання участі бізнесу у соціальному розвитку громади є надзвичайно важливим, оскільки головним джерелом одержання благодійної допомоги громадяни України вважають якраз комерційний сектор.

Досвід показує, що соціальна відповідальність корисна усім – компанії, державі, суспільству, тому реалізація цільових соціальних проектів є не менш важливою, ніж відрахування до бюджету на соціальні потреби держави.

Література

1. Варналій З.С. Коопераційні зв'язки малих, середніх та великих підприємств // Малий і середній бізнес.-2001.-№1-2.- С.3-8.
2. Микитюк О.П. Субпідряд як ефективна форма взаємодії суб'єктів підприємництва в кластері // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 13. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – С. 239-243.
3. Микитюк О.П. Особливості розвитку лізингу на основі кооперування суб'єктів підприємництва // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Економіка. – Випуск 80. – К., 2005. – С. 59-62.
4. <http://old.niss.gov.ua/Monitor/November/13.htm>
5. <http://www.aval.ua/about/>
6. http://www.kyivstar.ua/press_center/responsibility/clients/