

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПРАКТИКУ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті розглянуто доцільність запровадження принципів соціальної відповідальності у практику господарювання малих підприємств. Аналізується вплив соціальної відповідальності на економічну ефективність діяльності підприємств малого бізнесу. Обґрунтовано доцільність формування соціально-відповідальної поведінки на малих підприємствах.

В статье рассматривается целесообразность внедрения принципов социальной ответственности в практику ведения бизнеса малыми предприятиями. Анализируется влияние социальной ответственности на экономическую эффективность деятельности предприятий малого бизнеса. Обосновывается целесообразность формирования социально-ответственного поведения на малых предприятиях.

The article considers the feasibility of implementing the principles of social responsibility in business practices of small enterprises. It also analyzes the impact of social responsibility on the economic efficiency of small businesses and the expediency of forming a socially responsible behavior in small businesses.

Ключові слова: соціальна відповідальність, малий бізнес, економічна ефективність, принципи соціальної відповідальності.

В сучасних умовах становлення ринкового механізму господарювання важливе місце посідає розвиток соціальної відповідальності не тільки великих корпорацій, а й залучення до цієї практики малих та середніх підприємств. Запровадження принципів соціальної відповідальності у всіх суб'єктів підприємницької діяльності дозволить сформувати в державі механізм підтримки системи конкуренції та покращити соціальний захист працівників за рахунок роботодавців.

У 60-70-х рр. ХХ ст. у національних економіках розвинених країн зріс вплив великих підприємств. Багато хто з економістів стверджував, що цей вплив і надалі буде зростати, але все відбулося навпаки. На сьогодні великі підприємства функціонують із залученням малих та середніх, що беруть на себе частку зобов'язань із виробництва та реалізації товарів і послуг народного споживання, котрі не є для них вигідними (гальмують розвиток підприємництва, вимагають залучення інших спеціалістів, передбачають значні витрати часу тощо). Проблеми соціально-відповідального управління підприємствами досить актуальні на сучасному етапі розвитку умов господарювання. Підтвердженням цьому можуть слугувати різнопланові заходи, що спрямовані на популяризацію соціальної відповідальності.

Дослідженню проблеми соціальної відповідальності бізнесу присвятили свою увагу такі закордонні вчені: Г.Боуен, К.Девіс, М.Фрідмен, А.Керолл, Д.Мун, П.Друкер, Т.Бредгард, Ф.Котлер. Серед російських вчених особливу увагу цьому питанню надали Ю.Благов, С.Літовченко, А.Горошилов, М.Кормаков. В Україні ці проблеми досліджують Ф.Євдокимова, Ю.Саєнко, П.Яницький, Г.Назаров, Г.Попович, І.Акімов, О.Філіпченко та інші.

Основною проблемою господарювання у сучасних умовах є нехтування та/або відсторонення українських підприємств від соціальних питань. Практика соціальної відповідальності дозволяє знайти компроміс між бажанням всіх зацікавлених сторін стосовно задоволення їхніх соціальних запитів і досягнення підприємством економічного зростання. Саме вирішенню цього питання і присвячена ця стаття.

У сучасному розумінні соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства у соціальній, економічній та екологічній сферах, що на пряму пов'язана з основною діяльністю компанії і виходить за межі визнаного законом мінімуму [3, с.109].

Основа соціальної відповідальності складають, перш за все, економічні інтереси як самої корпорації, так і її стейкхолдерів, проте не менш важливою частиною даного поняття є відповідальність бізнесу перед всім суспільством (захист навколишнього середовища, соціальна підтримка працівників, відповідальне ставлення до продукту, що виробляється).

Наприклад, К.Ерроу у своїй статті "Соціальна відповідальність та економічна ефективність" спростовує тезу, що максимізація прибутку корпорації є вигідною для всього суспільства. Він вважає, що вільна конкуренція є поодиноким випадком в економічній практиці більшості країн і ніякого соціального виправдання максимізації прибутку монополіями не існує. На думку автора, розподіл доходів в умовах їх необмеженого зростання може призвести до виникнення загрозованої нерівності в суспільстві – від крайньої бідності більшості людей до колосального багатства небагатьох [9].

Проблема запровадження у практику господарювання принципів соціальної відповідальності достатньо актуальна для вітчизняних підприємств.

В умовах активного формування недержавного сектору економіки поступово змінюється і соціальна роль корпорацій. Корпорація є складним соціальним інститутом, яка з учасника розвитку соціального суспільства поступово перетворюється у відповідальний сегмент його соціального розвитку [6, с.9]. У багатьох країнах саме підприємства малого та середнього бізнесу вносять великий внесок до економічного зростання, і тому їх участь в програмах корпоративної цивільної відповідальності абсолютно необхідна.

Вважається, що підприємства малого та середнього бізнесу давно усвідомили всю важливість корпоративної відповідальності і хороших стосунків з громадськістю. Проте доволі часто ці підприємства, особливо в країнах, що розвиваються, із слабким правовим полем не здатні підтримувати ділову практику на належному рівні, оскільки інституційна система винагород в таких умовах не діє. В умовах розвитку вітчизняної економіки роль малого підприємництва в переході до якісно нової структури соціально-економічних відносин набуває все більшого значення. Безперечним є факт, що основу економіки формують великі підприємства, однак саме мале підприємство може забезпечити розв'язання достатньо великого кола питань, відповіді на

які є першочерговими для всього суспільства. Адже, чим вища конкуренція на ринку, тим дешевші та якісніші товари, вища заробітна плата у працівників, швидші темпи розвитку економіки. Однак надмірна лібералізація може призвести до небажаних наслідків. Саме завдяки імплементації у практику ведення бізнесу принципів соціальної відповідальності дасть змогу створити правове поле, в якому будуть забезпечені всі інтереси стейкхолдерів.

Функція соціальної відповідальності – це система відносин між державою, суб'єктами господарювання і населенням щодо мобілізації та використання ресурсів, товарів та послуг, які реалізують соціальне забезпечення та соціальний захист усіх груп населення, що дозволяє узгоджувати економічні інтереси як основу стабільності суспільства [2, с.30].

Хоча соціальна відповідальність багато в чому залишається турботою великих транснаціональних корпорацій, малі і середні підприємства все частіше залучаються до цього процесу. Основна причина цього – етичні та соціальні вимоги до постачальників і контракторів, які висувають "соціально відповідальні" корпорації, впровадження відповідного законодавства, міжнародна стандартизація і сертифікація [1].

Саме малий бізнес може забезпечити підвищення конкуренції на ринку, в результаті чого буде створюватися якісніша продукція і з меншими витратами. Завданням держави на етапі формування ринкової економіки є сприяння розвитку конкуренції в тому числі за рахунок розвитку малого бізнесу, а це призведе до отримання користі всім суспільством, оскільки "...будь-який продукт буде виготовлятися людьми, які вміють це робити з меншими або, принаймні, не з більшими витратами, ніж той, хто даного продукту не виробляє (і хто при цьому не здатний направити свої зусилля на його виробництво з порівняно ще більш низькими витратами якогось іншого продукту). Тому ціна будь-якого товару буде нижча тієї, за якою він міг би продаватися, якщо б його робили не ті, хто фактично зайнятий цим зараз" [8, с.10].

Російський економіст Є.Уткін висловив таку точку зору, що організація – це набагато більше, ніж економічна цілісність. Сучасна організація – складна частина оточення, що включає багато складових, від яких залежить саме існування підприємства. До таких компонентів відносяться споживачі, групи суспільного тиску, спілки чи об'єднання, засоби інформації і т.д. Тому підприємства несуть відповідальність перед суспільством крім та понад забезпечення ефективності, прибутку, зайнятості. Вони зобов'язані направляти частину своїх ресурсів по соціальних каналах на благо суспільства [7, с. 116].

Соціальна відповідальність – це не лише відповідальність перед працівниками чи суспільством, але і проблема формування іміджу, який необхідний у співпраці з іноземними компаніями.

Очевидним є те, що соціально-відповідальний підхід підприємців у сучасний період є необхідністю. Слід погодитися з Є.Б.Кубко, що саме в соціальній відповідальності підприємництва і полягає його цінність з точки зору морально-

етичних категорій. Аналіз сутності концепції соціальної відповідальності підприємництва (бізнесу) полягає в пошуку компромісу між державою та бізнесом. Провідні ідеї щодо цього полягають не стільки в пошуку компромісу, скільки у виявленні спільних інтересів та в утворенні механізму соціального партнерства підприємницьких структур та державних інститутів. Саме тому в економічно розвинутих країнах підприємницькі структури об'єднують свої зусилля для забезпечення соціального захисту населення, а також для вирішення найбільш актуальних, інколи глобальних, проблем, що стоять перед суспільством і не можуть бути вирішені тільки зусиллями державних органів [5, с.46]. Важливим стимулом для підприємств має стати той факт, що соціально відповідальний підхід до діяльності підприємства впливає на його економічні показники. На сьогодні за результатами численних досліджень у США та Європі доведено, що компанії, які займаються доброчинністю, мають цілу низку економічних вигод: збільшення обсягів продажів та ринкової частки, зміцнення позиції бренду, покращення іміджу та посилення впливу, ширші можливості щодо залучення, мотивування та винагороди фахівців, залучення інвестицій, зменшення виробничих витрат тощо [4, с.101].

Розгляд практики ведення соціально-відповідального бізнесу та його вплив на фінансову ефективність діяльності підприємства дає можливість стверджувати, що в довгостроковій перспективі переваги від такої діяльності призводять до підвищення економічної ефективності діяльності підприємства. Розвиток малих підприємств супроводжується значним підвищення уваги держави до цього сектору економіки, проте ефективність діяльності залишається на досить низькому рівні. Перспективи розвитку малих підприємств створюють умови для подолання таких негативних наслідків ринкової економіки як: монополізація ринку, зростання рівня безробіття. Саме врахування тих переваг, які виникають внаслідок ведення бізнесу на принципах соціальної відповідальності, забезпечать ефективне і стійке зростання малого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Алексей Каптерев Смысл и выгоды социальной ответственности. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prompolit.ru/159672>.
2. Галушка З.І. Соціальна відповідальність держави: моделі соціальної політики / З.І.Галушка. // Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. – Чернівці: АНТ Лтд, 2006. – Вип. І. Економічні науки. – С.29-36.
3. Жаліло Я.А. Економічний діалог як засіб суспільної консолідації в процесі соціально-економічного розвитку України / Я.А.Жаліло // Стратегічні пріоритети – 2007. – №1(2) – С.106-112.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Філіп Котлер, Ненсі Лі ; пер. з англ. С.Яринич. – К. : Стандарт, 2005 – 302 с.
5. Кубко Є. Б. Соціальна відповідальність підприємництва та правова культура / Є.Б. Кубко // Правова культура підприємництва. – Київ-Донецьк, 1999. – С.46-47.
6. Осецький В.Л. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності / В.Л.Осецький, В.М.Марченко // Економіка та держава – 2007 – №1 – С.9-12.
7. Уткин Э.А. Этика бизнеса. – М.: Зерцало, 1998. – 256 с.
8. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф.Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12.
9. Arrow K.J. Social Responsibility and Economic Efficiency // Public Policy. – 21 (Summer 1973). – p.3.