

Байрактар Ю.П.

МЕХАНІЗМИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТА ДЕРЖАВИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В статті досліджено механізми взаємодії підприємств та держави при реалізації концепції соціальної відповідальності, проаналізовані існуючі механізми та викладене власне бачення проблеми.

Ключові слова: *соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, механізми взаємодії підприємств та держави, концепції соціальної відповідальності.*

Постановка проблеми. Складність взаємодії держави та підприємств при реалізації концепції соціальної відповідальності підштовхує до розробки взаємовигідної політики з реалізації соціальних проєктів. Потреба суспільства у розвитку соціальної відповідальності бізнесу сприяє пошуку механізмів ефективною соціальною політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У розробку проблем взаємовідносин держави і бізнесу важливий внесок внесли зарубіжні дослідники та вчені (В. Зомбарт, М. Фрідман, Е. Чемберлін, Л. Абалкін, Й. Шумпетер, Л. Ерхард, В. Бойков, Г. Клейнер, А. Пігу, С. Перегудов та інші). У працях, М. Казакова, Л. Конаревої, Л. Поліщук, К. Полуніна, І. Семененко, Т. Бредгарда представлені дослідження ролі держави в реалізації соціальної відповідальності компаній.

Невирішена частина проблеми. Сьогодні є багато праць, присвячених проблематиці взаємодії держави та підприємств при реалізації концепції соціальної відповідальності, але оптимальний баланс взаємодії досі не знайдений. Тому тема даної статті, яка присвячена аналізу та систематизації існуючих механізмів взаємодії підприємств та держави, є актуальною.

Виклад основного матеріалу. Складність і проблематичність взаємодії держави, з одного боку, і підприємств з іншого стосовно соціальної відповідальності ділового співтовариства обумовлена в першу чергу тим, що основні суспільні інститути (бізнес, держава, суспільство) мають різноспрямовані, а часом і протилежні інтереси, а об'єктивні процеси розвитку кожного з них обумовлюють внутрішню конфліктність їх відносин. Наростання різного виду соціальних проблем привело до необхідності громадського, політичного та наукового осмислення меж, механізмів і ефективності соціальної політики. У своїх працях Л. Ерхард в середині ХХ століття висловив ідею про те, що держава повинна перешкоджати домінуванню приватних інтересів бізнесу над інтересами суспільства, що свідчить про усвідомлення необхідності державного втручання в реалізацію соціально відповідальної поведінки бізнесу у зв'язку з посиленням монополістичних тенденцій в економіці [5].

Залежно від сформованої практики державного регулювання існують різні моделі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), які, в першу чергу, розглядаються в розрізі дилеми: чи самостійно визначає бізнес розмір свого внеску в розвиток суспільства або офіційні та неофіційні інститути розробляють узгодження суспільних інтересів, що в подальшому трансформуються в обов'язкові вимоги щодо поведінки бізнесу. У відповідності з варіантом вирішення дилеми модель може вважатися відкритою (США) або закритою (Європа) [16]. При цьому виділяються три основні моделі соціальної відповідальності бізнесу: американська (відкрита), європейська (закрита) і британська (змішана) (рис. 1).

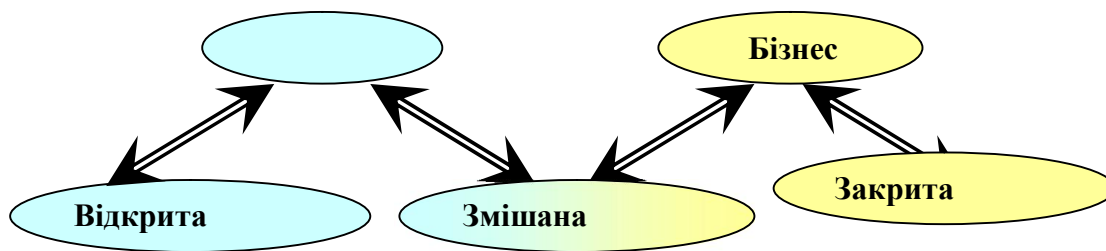


Рис. 1. Моделі соціальної відповідальності бізнесу(СВБ)

Відкрита модель СВБ полягає в тому, що держава делегує компаніям максимально самостійно визначати ступінь суспільного вкладу, спосіб узгодження своїх інтересів з інтересами стейкхолдерів, тобто активність в цьому напрямку ініціюється самими компаніями.

Закрита модель СВБ має на увазі активну участь держави в розвитку соціальної відповідальності компаній. Правова відповідальність характеризується чітко і глибоко опрацьованими правилами ведення бізнесу, рамки трудової діяльності законодавчо встановлені. У цій моделі звертається пильна увага на ініціативи бізнесу в створенні соціальних проектів, тобто СВБ суттєво регулюється державою.

Змішана модель СВБ поєднує елементи перших двох. Активна роль держави в розвитку соціальної відповідальності бізнесу проявляється в таких формах, як створення державно-приватних партнерств, значне залучення держави і громадських інститутів до процесу узгодження суспільних інтересів. Ціла низка законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, які ведуть свій бізнес соціально відповідально і дотримуються принципів ділової етики. Заохочуються і просуваються кращі практики реалізації соціально відповідальної поведінки, при цьому бізнес сам проявляє ініціативу з реалізації соціальних проектів.

Аналіз державної політики підтримки соціальної відповідальності бізнесу в різних країнах показав, що є відмінності стосовно місії, стратегії, цілей, пріоритетів і механізмів реалізації (структури державних установ, зайнятих реалізацією соціально відповідальної поведінки бізнесу, центрів відповідальності, що займаються суспільними інститутами). Якщо розглядати державу не як суспільну надбудову, а у взаємодії з суспільством і бізнесом, то держава виступає не просто рівноправним партнером суспільства та бізнесу, а й гарантом політичної та економічної цілісності країни. Інституційна функція держави полягає у створенні та закріпленні інститутів – формальних і неформальних законів, правил, принципів і норм суспільного життя, установок, що регулюють сферу взаємодії і створюють форму їх прояву, в результаті, передбачуваною і керованою. Держава через свої функції (нормотворчість – створення і практична реалізація законодавчих та інших нормативних актів, що регулюють життя країни) прагне зменшити нерівність у розподілі матеріальних благ, в тому числі перешкоджає надмірному збільшенню розмірів або впливу одних агентів на шкоду правам інших. Для боротьби з усіма видами правової дискримінації та підтримки умов рівноправної конкуренції використовуються обмеження і заборони, а також проводиться антимонопольна політика. У той же час державні ресурси використовуються для підтримки підприємницьких ініціатив.

Аналіз досвіду застосування принципів соціальної відповідальності бізнесу в світі дозволив визначити, що, наприклад, американська компанія Microsoft має найкращу репутацію в області корпоративної соціальної відповідальності в світі згідно даних 2012 року. Саме ця компанія отримала кращий результат у категоріях Громадянство, Робоче місце і Управління згідно рейтингу консалтингової компанії Reputation Institute. Місія компанії Microsoft полягає в поліпшенні життя молоді шляхом реалізації програм по зміцненню психічного здоров'я і благополуччя. Залученість до цієї програми означає пожертвування у

розмірі більше \$25 або добровільну роботу не менше 10 годин на благо громадської організації. У 2011 році більше десятка співробітників Microsoft добровільно викладали в початкових і середніх класах шкіл науку, технологію, інженерію, математику (програма STEM). Це було зроблено в рамках програми TEALS (Технологічна освіта і грамотність в школах). Добровольці працювали вчителями неповний робочий день, і, таким чином, підтримали шкільні кола, які не в змозі задовольнити потреби в навчанні через скорочення бюджету або нестачу кваліфікованих викладачів. Корпорація Microsoft оголосила результати Employee Giving Campaign 2011 – співробітники американського офісу залучили \$ 100.5 млн. для більше 18-ти тисяч громадських організацій. У 2011 році співробітники Microsoft добровільно відпрацювали на благо американських некомерційних організацій 426671 годин. «Гроші і час, затрачений нашими співробітниками, – це наше прагнення внести максимальний внесок у створення можливостей для людей в усьому світі», – зазначив Бред Сміт, виконавчий віце-президент з правових і корпоративних питань Microsoft.

Формування взаємовигідної політики можливе лише у процесі конструктивного відкритого діалогу між державою, бізнесом та організаціями громадянського суспільства. Держава повинна відігравати активну, наступальну роль у дискусії про корпоративну соціальну відповідальність, регулювати бізнес і встановлювати високі мінімальні стандарти корпоративної соціальної відповідальності. Для залучення корпоративного сектора у вирішення питань соціального середовища держава, використовуючи програми економічної мотивації (схеми субсидування зарплати, штрафи або субсидії, пільгове кредитування, гарантування при отриманні кредитів, пільгове оподаткування), регулятивні програми (соціальні пункти в державних тендерах і укладанні контрактів держави з приватним сектором, розширення доступу таких підприємств до ресурсів; покращення інфраструктури) має створювати сприятливі умови, коли подібна участь компаніям стає вигідною. Паралельно повинні проводитися програми примусу до соціальної відповідальності (індивідуальні консультації, схеми сертифікації та звітності, обов'язкове надання інформації тощо) і програми залучення в громадську діяльність (адміністративна допомога підприємствам, зацікавленим у реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності).

Експерти Світового банку підкреслюють, що, говорячи про вплив держрегулювання на розвиток соціальної відповідальності бізнесу, потрібно мати на увазі кілька важливих моментів, а саме – повноваження регулюючих органів (комбінація норм і заохочень), джерела права, правозастосовчу здатність, а також якість і регулювання [17].

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) вивчила способи, за допомогою яких уряди держав-членів організації впливають на ініціативи в галузі соціальної відповідальності бізнесу. Були виявлені такі сфери впливу як: законодавчі і регулюючі стимули, оподаткування неурядових організацій, внесок в експертизу питань дотримання правових норм, політичні дії, пов'язані з нематеріальним капіталом [18].

Але потрібно зробити наголос на тому, що забезпечення позитивних результатів розробки механізму формування корпоративної соціальної відповідальності стає можливим лише за умови формування ефективних шляхів поширення інформації про реалізацію заходів корпоративної соціальної відповідальності серед зацікавлених сторін. Найбільш популярними заходами можуть бути «круглі столи», семінари, форуми, в процесі яких стейкхолдери обмінюються інформацією та практичним досвідом, обговорюють проблеми та перспективи розвитку, сприяють державі у розробці більш чіткої та ефективної державної політики щодо стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Держава може розвивати нормативну основу для звітності та присвоєння рейтингів, що дозволить отримати кількісну і якісну оцінку діяльності компаній у сфері соціальної відповідальності. Впровадження механізму соціальних та еко-лейблів або емблем також дієвий інструмент, який разом зі звітністю і рейтингами можна використовувати для інформування громадськості, тим самим стимулюючи конкуренцію, а, значить, більш активний розвиток соціально відповідальної діяльності.

Висновки. Відносини держави та бізнесу є вкрай важливими для розвитку країни. Поступово влада і бізнес вчаться відповідати очікуванням один одного, але навряд чи можна сказати, що оптимальний баланс взаємодії знайдений і партнери повністю задоволені діями один одного. Сьогодні є багато обмежувальних чинників розвитку соціальної відповідальності, серед яких слабка мотивація бізнесу до співпраці з державою та суспільством. Тому з метою розвитку інституту соціальної відповідальності бізнесу є необхідним перехід до комплексної, системної участі держави в реалізації СВБ шляхом удосконалення законодавства, системи оподаткування, розвитку відповідної інформаційної бази, зміцнення партнерських відносин бізнесу, суспільства та держави, пропаганди моделі соціально-орієнтованої компанії, культивування ідей СВБ через ЗМІ та освітні установи; формування установок споживчої поведінки, в основі яких є вибір продукції підприємств із позитивним соціальним іміджем. Необхідно створити відкриту і рівноправну систему взаємних поступок, створити культуру такої взаємодії та механізм її реалізації. В такому випадку стане реальністю ефективний, збалансований, заснований на нових принципах розвиток усіх інститутів в соціальній державі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зомбарт, В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека // В. Зомбарт / – М., Айрис-Пресс, 2004.
2. Чемберлин, Э. Теория монополистической конкуренции // Э. Чемберлин / М.: Экономика, 1996.
3. Абалкин Л.И. Государство в меняющемся мире // Л.И. Абалкин / Вопросы экономики. – 2009. – №1.
4. Шумпетер, И. Капитализм, социализм и демократия // под общ. ред. В.С. Автономова / М., 1995.
5. Эрхард, Л. Благосостояние для всех // Л. Эрхард / М.: Дело. 2001.
6. Бойков, В.Э. Социальное партнерство: декорации и реальность // В.Э Бойков / М.: Изд-во РАГС, 2006.
7. Клейнер Г.Б. Еще раз о роли государства и государственного сектора в экономике // Г.Б Клейнер, Д.С. Петросян, А.Г. Беченов / Вопросы экономики. – 2004. – №4.
8. Пигу А. Экономическая теория благосостояния // А. Пигу / – М., Прогресс. 1985.
9. Перегудов С.П. Промышленная политика и публично-частное партнерство // С.П. Перегудов / Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2008. – Т.1. – №5.
10. Казаков М.Ю. Предпринимательство и местная власть: социальное измерение // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение: монография / Н.Б. Андренов, А.В. Гладилин, И.М Колесников и др.; под общей ред. проф. О.И. Кирикова – Воронеж: ВГПУ, 2006. – Книга 14.
11. Конарева Л.А. Роль государства в усилении социальной ответственности. Мировой опыт // Л.А. Конарева /Современный корпоративные стратегии и технологии России: Сборник научных статей. Вып. 5. В 3ч. Ч.3: Взаимодействие бизнеса, власти и общества в реализации принципов КСО. – М.: Финакадемия, 2010.
12. Полищук Л.И. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: институциональный анализ с приложением к России // Л.И. Полищук / М.: ГУ ВШЭ, 2009.
13. Полунин К.А. Социальная отчетность корпораций в системе взаимодействия государства и бизнеса // К.А. Полунин / Вестник Финансовой академии. – М., Финакадемия, 2009 – №2.
14. Семененко И. Корпоративное гражданство и перспективы глобальной управляемости [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – Февраль 2007 года. Режим доступа: gtmarket.ru/laboratory/expertize/gtmarket/2007/615
15. Брэдгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий // Т. Брэдгард / Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – 2005. – №2.

-
16. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект [монография] // под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. И. Беляевой, д-ра экон. наук, проф. М. Эскиндарова/ М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
 17. Официальный сайт Всемирного Банка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.worldbank.org>.
 18. Официальный сайт ОЭСР [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oecd.org>.
 19. Friedman Milton. The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times. September 13. 1970.

Байрактар Ю.А.

МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ГОСУДАРСТВА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье исследованы механизмы взаимодействия предприятий и государства при реализации концепции социальной ответственности, проанализированы существующие механизмы и изложено собственное видение проблемы.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, механизмы взаимодействия предприятий и государства, концепции социальной ответственности.

Bairaktar Y.

THE MECHANISM OF INTERACTION ENTERPRISES AND STATE IN IMPLEMENTATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The article investigates the mechanisms of interaction between enterprises and the state in the implementation of the concept of social responsibility, analyzed existing mechanisms and outlined his own vision problems.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility, corporate social responsibility, the mechanisms of interaction between enterprises and the state, the concept of social responsibility.

УДК 330.341

Беник Н.Г.

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ СУДНОРЕМОНТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті пропонується система процесних рішень, позначена як «механізм адаптації» підприємства. Визначаються складові механізму, який розроблений з метою налагодження господарсько-виробничої діяльності підприємства під впливом зовнішнього середовища.

Ключові слова: механізм, адаптація підприємства, моніторинг, методи адаптації.

Постановка проблеми. В останні роки в Україні відбулося значне підвищення ступеня нестабільності зовнішнього середовища функціонування підприємств. Це явище торкнулося не всіх секторів ринку: окремі підприємства продовжують спокійно функціонувати в