

*М. В. Руденко,*

*к. е. н., доцент кафедри обліку та аудиту,*

*Севастопольський інститут банківської справи УАБС НБУ*

*М. М. Губанов,*

*студент, Севастопольський інститут банківської справи УАБС НБУ*

## РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ ПІДХОДІВ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

---

*У статті розглянута роль держави у формуванні підходів до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності, розроблена модель механізму реалізації програм КСВ та окреслені напрями впровадження основних принципів КСВ на державному рівні.*

*In the article the considered role of the state in forming of going near understanding of essence of corporate social responsibility, developed model of mechanism of realization of the programs of CSR and directions of introduction of basic principles of CSR are outlined at state level.*

---

*Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, держава, суспільство, розвиток, зацікавлені сторони, соціальна відповідальність бізнесу.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Питання корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility, CSR) і сталого розвитку вже давно вийшли за межі суто корпоративного підходу. Сьогодні майже всі розвинуті країни світу розглядають ці питання на високому державному рівні. Більш того, все більша кількість урядів виробляє власні стратегії та підходи в області КСВ і кроки щодо їх реалізації. Міжнародна практика показала, що роль уряду у розвитку корпоративної соціальної відповідальності неможливо переоцінити.

Введення практики соціально-відповідального ведення бізнесу дозволить усім суб'єктам відносин (державі, бізнесу та суспільству) розвиватися гармонійно. Зацікавленим сторонам слід зрозуміти, що ера лобювання власних інтересів вже давно минула, для сталого розвитку вимагається кооперація і взаємодопомога. Для вищезгаданої кооперації практики корпоративної соціальної відповідальності є одним із невід'ємних інструментів, оскільки у більш розвиненому суспільстві КСВ вважається політикою соціальної згуртованості.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідженню проблематики соціальної відповідальності бізнесу присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема Т. Антошко, Б. Батаєвої, Ю. Благова, Г. Боуена, І. Буєєва, О. Ворони, К. Девіса, В. Дмитрієва-Заруденко, П. Друкера, Д. Елкінгтона, А. Керолла, Ф. Котлера, А. Кретової, Т. Маматової, М. Мескон, Д. Муна, А. Рижко, М. Фрідмана, Е. Фрімена, Ф. Фукуями [1–7] та інших. У вітчизняній літературі тема соціальної відповідальності, на жаль, не отримала належної вагомості, а, враховуючи актуальність зазначеної проблеми, виникає необхідність у поглибленні наукових досліджень вищезазначених питань. В Україні кількість публікацій за даним напрямом дослідження досить обмежена, аналіз останніх досліджень показав, що на сьогоднішній день не сформовано єдиних підходів до принципів формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні та не окреслена роль держави в цьому процесі.

## МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета статті — проведення теоретичного та емпіричного аналізу впливу держави на формування підходів до корпоративної соціальної відповідальності та формування ключових складових механізму впровадження КСВ в практику ведення бізнесу в Україні.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В Україні не існує чітко сформованої державної політики в області корпоративної соціальної відповідальності, відсутній налагоджений механізм популяризації та заохочення державою добровільної діяльності бізнесу у вирішенні пріоритетних соціально-економічних задач. Недостатньо уваги приділяється використанню механізму корпоративної соціальної відповідальності у визначенні стратегічних пріоритетів, які були б спрямовані на досягнення сталого розвитку окремих регіонів та країни в цілому. Окрім цього, не розробляються форми та правила добровільної участі бізнесу у вирішенні гострих соціально-економічних проблем на територіях, в яких він функціонує.

Світовий досвід впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності на державному рівні показує, що КСВ виступає в ролі механізму налагодження взаємодії бізнесу та суспільства як концептуальної її основи. В розвинутих країнах розробляються та широко застосовуються різні варіанти національних політик в сфері КСВ. Яскравим прикладом вищого ступеня розвитку корпоративної соціальної відповідальності є Великобританія, де існує окрема посада Міністра з корпоративної соціальної відповідальності. Постановка КСВ на один рівень із економікою, фінансовим, банківським секторами, охороною здоров'я, військовою безпекою та освітою у передових європейських країнах повинно наштовхнути інші держави, в тому числі і Україну, на думку про активізацію власної політики у зазначеній вище сфері та необхідність поширення ідей добровільного соціально-відповідального ведення бізнесу.

Звичайно, існують аргументи за та проти впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності. М. Мескон наводить такі аргументи за впровадження програм КСВ: 1) сприятливі довгострокові перспективи, оскільки навіть значні соціальні інвестиції в майбутньому здатні стимулювати зростання прибутку, що пов'язано з привабливим образом підприємства в очах споживачів, постачальників та місцевої влади; 2) наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем; 3) моральний обов'язок поводитися соціально відповідально, адже підприємство є членом суспільства, а тому в основі його поведінки на ринку повинні знаходитися моральні норми [5].

Проте, існують аргументи проти соціальної відповідальності бізнесу, до яких вищезгаданий науковець включив: 1) порушення правила максимізації прибутку; 2) зниження цінової конкурентоспроможності підприємства, оскільки кошти, що спрямовуються на соціальні потреби, збільшують суму витрат підприємства, а отже, з метою збереження прибутку призводять до підвищення цін, що знижує конкурентні переваги підприємства на ринку; 3) недостатній рівень звітності про соціальні дії; 4) нестача умінь вирішувати соціальні проблеми [5].

Однією з основних проблем для України, в контексті реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності, є недовіра з боку населення та бізнесу до влади. Більшість громадян України вважають, що суспільство несправедливе по відношенню до них. Однією з причин цього є високий коефіцієнт диференціації доходів населення, який коливається на рівні 7—12 одиниць. Окрім недовіри з боку громадян, для України характерна недовіра до влади і з боку компаній, результатом якої є флегматичне ставлення до коригу-



Рис. 1. Модель механізму реалізації програм КСВ на рівні держави

ючих функцій держави. Як не парадоксально, але в нашій державі виникає не просто недовіра до влади, а навіть ерозія довіри. З боку бізнесу це пов'язано, перш за все, із податковим тиском з боку держави, корупцією, бюрократичною складовою ведення бізнесу і, як наслідок, спостерігається тінізація економіки. Ефективне регулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні можливе лише за умови, якщо держава сама демонструватиме високий рівень соціальної активності.

Аналіз наукових надбань російського вченого Б.С. Батаєвої [1] дозволяє навести наступні десять кроків розробки державою програми розвитку корпоративної соціальної відповідальності:

- 1) створення команди, пошук спонсорів;
- 2) аналіз соціально-економічної ситуації в країні;
- 3) аналіз компаній, банків, бізнес-асоціацій, суспільних організацій, втягнутих в сферу міжгалузевої взаємодії в рамках КСВ;
- 4) мотивація до розуміння відповідального бізнесу;
- 5) вибір пріоритетів/обговорення з суспільними організаціями і бізнес-суспільством;
- 6) постановка цілей/прийняття стратегії КСВ;
- 7) розробка органами влади методів мотивації компанії;
- 8) розповсюдження серед організацій, інтеграція принципів КСВ в повсякденну практику компанії;
- 9) оцінка і контроль результатів;
- 10) заохочення компаній [1].

Вважаємо, що реалізація вищенаведених десяти кроків потребує розробки теоретичного підґрунтя формування механізму впровадження програм КСВ на державному рівні. В процесі дослідження сформовано

## ВИСНОВКИ ТА НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

модель механізму реалізації програм корпоративної соціальної відповідальності на рівні держави (рис. 1), яка передбачає поєднання сукупності взаємопов'язаних процесів, поетапна реалізація яких дозволить забезпечити поступове втілення в життя ідеї взаємодії держави, бізнесу та суспільства задля сталого розвитку економіки та підвищення життєвого рівня населення.

На відміну від Європи, де бізнес, суспільство і держава вже давно функціонують у стані симбіозу, в Україні кожен суб'єкт має певні проблеми, які не дають можливості побудувати єдину систему корпоративної соціальної відповідальності.

Держава фактично не висуває вимог до бізнесу в контексті КСВ, що спричиняє флегматичне ставлення компаній до впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності в свою діяльність. Суспільство, яке ще не досить сформоване, не спроможне донести свої проблеми до бізнесу. А бізнесові структури не бачить необхідності чи немає можливості, реалізовувати програми соціально відповідального ведення бізнесу на практиці.

На сьогоднішній день бізнес в Україні існує на чотирьох рівнях:

1) крупні підприємства, які пережили розпад СРСР і почали активно впроваджувати політику КСВ по всім напрямкам;

2) крупні нові підприємства, які в основному реагують на запити регіонів;

3) крупні філіали іноземних корпорацій (мають наочні гідні приклади та політики застосування КСВ);

4) середні та малі підприємства (більш характерний сектор бізнесу для України) — навіть законодавство виконують частково (програми із соціальної відповідальності не є актуальними через брак коштів) [8].

Дослідження показують, що на перших трьох рівнях існування бізнес-структур в Україні у більшості компаній сформувалася розуміння необхідності та актуальності реалізації програм КСВ, проте з практичним впровадженням існують певні складнощі.

Сукупність наведених вище проблем витікає в усічений розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Тобто екологічний та економічні аспекти майже випадають, а соціальний розвивається лише за рахунок благодійності.

При формуванні принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні нами були виділені наступні ключові елементи, які здійснюють суттєвий вплив на розвиток КСВ:

1) менталітет — високий рівень соціальних очікувань від впровадження програм КСВ при низькому рівні соціальної активності;

2) історичний аспект — українські землі великий проміжок часу перебували під впливом влади інших держав, у зв'язку з чим сформувалася помилкова думка, що від нас мало що залежить і необхідно залучати допомогу із зовні;

3) характер нації — абсолютне неприйняття принципів кооперації задля вирішення гострих проблем розвитку регіонів та егоїстичний індивідуалізм у веденні справ.

В Україні ще в 2005 року була розроблена "Концепція Національної стратегії відповідальності бізнесу" [8]. Аналіз звіту по реалізації вищезазначеної концепції за 2005—2010 роки показав, що в нашій державі немає єдиного сформованого підходу до розуміння сутності програм КСВ, і тому більшість українських підприємств здійснюють соціально-відповідальні заходи із моральних міркувань, а фактично третина з них не здійснюють соціально-відповідальних заходів взагалі, 16% українських компаній ніколи не замислювалися над проблемою соціально-відповідального ведення бізнесу, а 11% взагалі вважають, що це обов'язки держави.

Таким чином, протягом п'яти років реалізації "Концепції Національної стратегії відповідальності бізнесу" досягнення держави мінімальні, оскільки величезна кількість компаній не має навіть уявлення про те, що, взагалі, таке "соціально відповідальний бізнес". Тому уряду необхідно перейти від паперових констатацій фактів до конкретних дій та виступити в ролі локомотива, який потягне за собою всі інші складові суспільства. В розрізі цього питання нами пропонується:

— по-перше, чітко сформулювати стратегічну мету щодо впровадження та реалізації програм КСВ;

— по-друге, зайнятися популяризацією у ЗМІ політики ведення соціально-відповідального бізнесу (розробка рекламних роликів, проведення прес-конференцій та форумів з питань КСВ на регіональному та державному рівні із залученням місцевих громад та якомога більшої кількості представників великих та середніх підприємств);

— по-третє, вдосконалити податковий кодекс України та прийняти відповідні закони про зменшення податкового тиску для компаній що впроваджують КСВ, через надання їм податкових пільг;

— четверте, необхідно сформувати національну модель корпоративної соціальної відповідальності, яка увібрала б в себе фундаментальні досягнення найпотужніших європейської та американської моделей з урахуванням української дійсності та менталітету нації.

Перспективним для подальшого розвитку суспільства, в контексті формування КСВ, є необхідність розуміння та прийняття ідеї того, що бізнес і громада — це невіддільні речі, які мають кооперуватися задля досягнення загальної стратегічної мети — сталого розвитку економіки і, як наслідок, зростання добробуту населення. Суспільству доцільно сформувати вимоги до бізнесу на локальних, регіональних та державних рівнях.

### Література:

1. Батаева Б.С. Стратегические приоритеты социально-экономического развития России и концепция корпоративной социальной ответственности: автореферат дис. доктора экон. наук / Батаева Б.С. — М., 2010. — 56 с.
2. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность и бизнес образование / Ю.Е. Благоев // Бизнес образование. — 2007. — № 1(22). — С. 49—52.
3. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика: монография / И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая, Е.В. Черных. — Донецк: ДонНТУ, 2008. — 136 с.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. Пер. з англ. С. Яринич. — К.: Стандарт, 2005. — 302 с.
5. Мескон М. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Дело, 1997. — 493 с.
6. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit // New York Times Magazine. — 1970. September, № 13. — P. 122—126.
7. Carroll A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct // Business and Society. — 1999. — № 38(3). — P. 268—295.
8. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005—2010: стан та перспективи розвитку. — К.: Вид-во "Фарбований лист", 2010. — 56 с.

Стаття надійшла до редакції 10.07.2012 р.