

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

STATE SUPPORT FOR SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE

Людмила ЛЕВКОВСЬКА,
кандидат економічних наук,
Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАН України,
Київ



Ludmyla LEVKOV'S'KA,
PhD Economics,
Institute of environmental economics and
sustainable development of NAS of Ukraine,
Kyiv

Як свідчить зарубіжний досвід останніх десятиліть, кращих результатів у забезпеченні сталого економічного зростання досягають країни, яким вдається поєднати економічну ефективність із соціальною результативністю завдяки налагодженню економічних механізмів і оптимізації діяльності соціальних інститутів, що відіграють роль способу узгодження інтересів і цілей взаємодіючих у процесі економічної діяльності суб'єктів. Тобто можна стверджувати, що не лише досягнення основних цілей людського розвитку базується на економічному зростанні, але й останнє, у свою чергу, залежить від соціальних, демографічних, культурних, політичних, екологічних факторів [1]. Відсутність належного зв'язку між економічною ефективністю та соціальною справедливістю, не вирішеність соціальних проблем, незрілість інститутів громадянського суспільства унеможливають використання потенціалу України, стримують її економічний розвиток.

Тому актуальним питанням, яке потребує вирішення, є соціальне управління й розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні [2]. Це не тільки й не стільки відповідь на виклики глобалізації та реакція на загальносвітові тенденції, скільки соціально-економічна неминучість, яку зумовили результати невдалих процесів приватизації та корпоративізації в країні. Тому становлення системи соціального управління, соціальної відповідальності бізнесу відбувається під дією чинників, що, з одного боку, сприяють формуванню соціально відповідальної поведінки, а з другого – стримують її. На жаль, їх співвідношення не на користь перших, до яких сьогодні належать:

- наявність великих корпоративних структур, що володіють відповідними ресурсами й потенціалом конкурентоспроможності, необхідними для здійснення соціальних інвестицій;

- посилення ролі великих підприємств у розвитку регіонів;

- участь національної економіки в глобалізаційних процесах, під впливом яких відбувається інституціоналізація соціальної відповідальності підприємства за міжнародними зразками.

В умовах недостатнього державного фінансування вирішення багатьох суспільних проблем ефективним інструментом їх розв'язання може бути посильна участь бізнес-структур. Чітко простежується прагнення держави перекласти на ділові кола частину відповідальності за соціальне становище суспільства, залучити їх до програм соціально-економічного розвитку. З'являються перші приклади добровільної участі бізнесу у вирішенні екологічних, соціальних, культурних проблем суспільства, демонстрації відкритості та підзвітності підприємств перед громадськістю.

Серед перешкод на шляху впровадження концепції соціальної відповідальності слід відзначити не лише низький рівень суспільної свідомості бізнес-еліти та недосконалість вітчизняного законодавства, а й неоднозначність розуміння власне терміна соціальна відповідальність бізнесу, відсутність інформації про принципи та методи соціально відповідальної діяльності, переваги та перспективи подібної філософії бізнесу. Тому необхідно з'ясувати теоретичні аспекти соціальної відповідальності та обґрунтувати доцільність побудови партнерських відносин бізнесу й суспільства.

Категорія відповідальності є актуальною для будь-якого професійного та наукового співтовариства. У наш час це поняття зі сфери етики, філософії та права перенесено й у галузі науки, техніки, економіки. Значну кількість

публікацій протягом останніх років присвячено дослідженню різноманітних аспектів відповідальності.

До 2005 року питання соціальної відповідальності бізнесу майже не порушувалося в економічній політиці України. Не приділялося йому належної уваги й у науковій літературі. Практичні кроки до так званої соціалізації підприємств мали несистемний, суперечливий характер, а іноді прямо протилежний напрям. Достатньо назвати заходи щодо скорочення й передачі в комунальну власність або власність місцевих органів об'єктів соціальної інфраструктури промислових підприємств. Сучасний рівень соціальної інфраструктури не відповідає вимогам часу й фактично перебуває у стагнующому стані.

Соціалізація бізнесу є об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Вона безпосередньо пов'язана із сучасними тенденціями розвитку НТП і зростанням вимог до процесу та результатів виробництва, а також із системними перетвореннями відносин власності, лібералізацією економічних відносин, процесами формування системи соціального захисту, соціальними функціями органів державного управління. На соціальну роль бізнесу сьогодні покладаються значні надії. Як підкреслюють науковці, великі компанії стають новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів [3].

Концептуальний підхід до соціальної відповідальності бізнесу в економічно розвинених країнах передбачає рівень підприємства, достатнього для її здійснення як у межах вимог, установлених законодавством, так і понад ними. У такому розумінні відповідальність – це не тільки категорія права та етики, але й економіки. З погляду правових норм відповідальність відображає моральне ставлення до людей і суспільства, з економічного – достатність матеріальних ресурсів для вирішення соціальних проблем, а в цілому вона формує атмосферу довіри з боку особи й суспільства до бізнесу.

У сучасних теоретичних дослідженнях із проблем соціальної відповідальності ця категорія характеризується чотирма функціональними ознаками [4].

По-перше, у межах законодавства будь-які дії вважаються соціально відповідальними, якщо вони не порушують правових норм. Така позиція була поширена серед представників бізнесу на початку ринкових перетворень і зберігається до цього часу. Прихильники правового підходу переконані у виключно економічній ролі бізнесу в розвитку країни, функції якого полягають у забезпеченні прибутковості підприємницької діяльності й дотриманні податкової дисципліни. Отже, соціальна відповідальність перекладається на державні органи, що звільняє представників бізнесу від етичних зобов'язань. Таким чином, для бізнесу її передбачається здійснювати через податковий механізм, у результаті чого вона набуває форми юридичної відповідальності й обмежується нею.

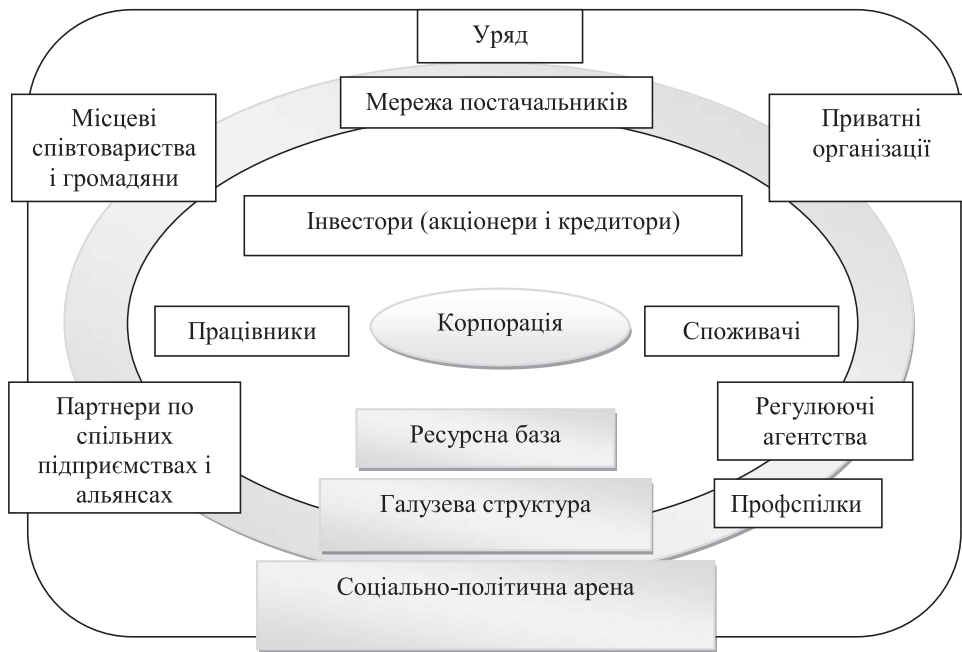
По-друге, допускається діяльність, що сприяє максимальному прибутку, навіть якщо доводиться відступати від законодавчих розпоряджень. Пріоритетом корпоративного управління є інтереси роботодавця, а соціальні – супутнім наслідком. У цьому випадку соціальна відповідальність отождоюється з професійною.

По-третє, соціальна відповідальність бізнесу визнається як захід, завдяки якому

У статті проаналізовано загальні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, визначено головні напрями та функціональні ознаки корпоративної соціальної відповідальності.

In the article general trends of social responsibility of Ukrainian business are analysed, main directions and functional signs of corporate social responsibility are certified.

Рисунок. Концепція стратегічного управління з позицій зацікавлених корпорацій



досягаються корпоративні цілі діяльності. Прихильники такого трактування розглядають її специфічним елементом економічної відповідальності.

По-четверте, морально відповідальним бізнес може бути тоді, коли орієнтується на поєднання економічних інтересів підприємств і соціальних потреб працівників. З таких позицій соціальна відповідальність бізнесу розглядається як морально-етична.

Концепція соціальної відповідальності корпорацій розроблялася й удосконалювалася економістами Європи й США протягом усього минулого століття та набула завершеної форми тільки в кінці 70-х років, коли почала розглядатися як внесок компанії на користь суспільства на основі її виробничої діяльності, соціальних інвестицій, філантропії та з урахуванням пріоритетів державної соціальної політики.

Власне факт довготривалості періоду формування концептуальних основ корпоративної соціальної політики вказує на серйозність проблеми, що стоїть перед країнами в перехідній економіці.

Прийняття вказаної концепції мотивувалося зростанням загальної тенденції соціального розвитку підприємств і розширенням методів державного впливу на цей процес. У Франції регулювання соціалізації підприємств здійснювалося в межах індикативного планування, а також в інших стимулюючих формах та із залученням механізмів соціального партнерства.

Враховуючи досвід зарубіжних країн, слід підкреслити авангардну роль великих національних корпорацій у пропаганді й реалізації соціального ринкового господарства, соціальне спрямування корпоративного господарювання.

З метою розвитку механізмів і процедур соціальної відповідальності бізнесу розробляються статистичні методи оцінки ефективності такого виду діяльності. Запроваджується, наприклад, показник окупності інвестицій, які спрямовуються на благодійні цілі; показник ефективності благодійних програм порівняно з іншими соціальними програмами неблагодійного характеру. Для європейських і американських корпорацій соціально відповідальна діяльність стає звичним правилом. Якщо корпорація хоче зайняти певний сегмент ринку, вона збільшує поточні витрати на соціальний розвиток і виграє в довгостроковій перспективі, створюючи сприятливі маркетингові умови для зростання прибутку.

Вітчизняна практика та досвід економічно розвинених країн у становленні соціального відповідального бізнесу свідчать, що держава в цілому, регіональні органи влади й місцевого самоврядування зацікавлені в розвитку соціальних функцій бізнесу та мають орієнтуватися на активне сприяння цьому процесу. Таке сприяння передбачає усвідомлення необхідності підтримки соціально відповідального бізнесу, а також прояв прагнення органів державного управління до вирішення проблеми, володіння відповідними механізмами та інструментами, за допомогою яких воно здійснюється.

Влада повинна також розуміти, що перш ніж вимагати від бізнесу належної соціальної відповідальності, потрібно для цього створити необхідні умови. Становлення економічної бази передбачає насамперед продуману політику органів

влади у сфері господарських відносин, що повинна формуватися й реалізовуватися із широким залученням різних інститутів громадського самоврядування, бізнес-об'єднань, населення в найширшому сенсі.

Формування сприятливого економічного середовища, що стимулює створення й стійку діяльність суб'єктів бізнесу, повинно відбуватися на основі підвищення якості й ефективності заходів підтримки з боку органів влади, адміністрації регіону, а саме:

- створення правових, економічних організаційних умов для стійкої діяльності малого підприємництва, розвиток інфраструктури його підтримки з наданням методичної, інформаційної, консультаційної, виробничої та навчально-освітньої підтримки; усунення адміністративних бар'єрів, що перешкоджають розвитку малого бізнесу;

- удосконалення методів і механізмів фінансової підтримки, залучення зарубіжних інвестицій, створення нових робочих місць, зміцнення соціального статусу й підвищення престижу підприємницької діяльності;

- з урахуванням накопиченого досвіду, чинного законодавства, регіональної

та місцевої нормативної бази, стану економіки регіону, напрацьованої практики та отриманих результатів здійснення реалізації регіональної політики органами місцевого самоврядування в послідовності, яка передбачає: соціологічне обстеження, що забезпечує оптимальний підхід до формування територіальної програми розвитку підприємництва, та дослідження найважливіших якісних характеристик економіки регіону, які формують особливості розвитку й підтримки підприємств;

- експертна оцінка можливостей розвитку підприємств у регіоні; формування територіальної комплексної програми підтримки й розвитку підприємництва, механізму її здійснення й фінансового забезпечення; створення територіальних структур, що забезпечують організаційний процес сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу.

Соціальна активність, що розвивається, і відповідальність бізнесу є досить новим явищем в економіці сучасної України та вимагає всебічного вивчення в процесі формування державної територіальної політики його підтримки. Соціологічний аналіз певною мірою заповнює недостатню вивченість окремих проблем сталого регіонального розвитку і дає змогу формувати політику на реальній основі.

Місцева політика підтримки розвитку соціально-активного бізнесу повинна розроблятися також із урахуванням якісних характеристик розвитку економіки регіону: рівня промислового виробництва агропромислового комплексу, ресурсної, у тому числі природної бази, задоволення потреб населення в товарах і послугах, зайнятості населення в трудовому процесі, соціальної захищеності. Це сприятиме реалізації заходів щодо залучення підприємств у сфери, які найбільш відповідають потребам людей, і розвитку економіки в першу чергу за рахунок місцевих можливостей. При цьому дуже важливо, щоб політика регіону узгоджувалася з політикою муніципалітетів, оскільки реалізовуватися вона буде так чи інакше в муніципалітетах, розміщених на його території. Окрім цього, політика, що розробляється муніципальними утвореннями, повинна враховувати регіональні аспекти. На попередній стадії підготовки місцевої програми доцільно розробити за результатами аналізу й експертних оцінок основні напрями розвитку підприємств та інших підприємницьких структур.

Бізнесмени мають бути підготовлені до формування адекватного сприйняття функцій бізнесу, знаходячи в них місце й соціальній відповідальності. Загалом соціально відповідальний бізнес повинен орієнтуватися на виробництво товарів і послуг, отримання прибутку, власний розвиток і соціальні цілі. Усі ці блоки, що становлять єдине ціле, показують динаміку розвитку бізнесу, залежать і впливають один на одного.

Водночас у кожному регіоні України є певні проблеми в реалізації соціальних функцій бізнесу, з урахуванням яких і повинна формуватися політика підвищення його соціальної відповідальності.

Для більшості українських компаній заходи щодо соціальної відповідальності не є актуальними через нестачу коштів, зокрема малих підприємств, фінансової сфери, виробництв товарів промислового призначення, компаній, які надають побутові та комунальні послуги, підприємств зв'язку та більшості компаній державної форми власності.



Слабким місцем у взаємодії соціально відповідального бізнесу і влади є також відсутність так званого громадського договору між ними. На практиці дуже часто органи влади починають конкурувати з бізнесом і виконувати його функції або, навпаки, бізнес бере на себе соціальні функції органів влади. Громадські організації швидше протиставляють себе владі, ніж розглядають її як інститут громадського життя, що повинен виражати інтереси населення. Дуже часто суб'єкти розвитку не стають повноправними партнерами, а витісняють один одного.

Таким чином, на сьогодні корпоративна соціальна відповідальність – це частина корпоративної відповідальності, що являє собою сферу діяльності корпоративних структур, пов'язану з добровільно взятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому; добровільна допомога, співробітництво з некомерційними організаціями та місцевими співтовариствами, що слід характеризувати як самостійні й етичні зобов'язання корпоративних структур як інституцій.

Обов'язковими елементами корпоративної соціальної відповідальності є взаємопов'язані складові:

- соціально відповідальна поведінка корпоративної структури перед персоналом, постачальниками й споживачами, регіоном та суспільством у цілому;
- соціальна орієнтація корпоративного управління;
- корпоративна культура, етика та екологічна відповідальність перед суспільством.

Загалом усі напрями стратегічного розвитку корпорацій у сукупності спрямовані на реалізацію головної мети – максимізацію вартості бізнесу за рахунок не тільки кількісних цілей (конкурентоспроможність підприємства, продукції, персоналу; імідж підприємства, довіра до корпоративної структури з боку споживачів та постачальників, соціальна відповідальність бізнесу) (див. **рисунок**).

Таким чином, держава, регіональні й муніципальні органи влади зацікавлені в розвитку соціальних функцій бізнесу й підвищенні його соціальної відповідальності. Для реалізації цього інтересу влада повинна створити необхідні умови використання відповідних механізмів та інструментів, за допомогою яких можна впливати на підвищення соціальної відповідальності бізнесу. При цьому доречні як прямі, так і доповнюючі їх непрямі заходи підтримки соціального відповідального бізнесу, що посилюють ефект комплексності застосування. Партнерами у вирішенні завдань соціальної відповідальності бізнесу мають стати представники органів влади суб'єктів держави, бізнесу та асоціацій підприємців, громадські організації, що виражають інтереси різних прошарків місцевого співтовариства.

На регіональному рівні управління слід розробити комплексну програму розвитку й підтримки соціально відповідального бізнесу, що містить механізм практичних дій, орієнтованих на пріоритетні напрями розвитку економіки території. Програма є одним з методів підтримки соціально відповідального малого й середнього бізнесу. Необхідно створити територіальні структури, що забезпечують організацію процесу сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу, його орієнтацію на культурні цінності, історично властиві території, що здійснюють контроль за реалізацією намічених заходів.

Одним із важливих аспектів підвищення соціальної відповідальності бізнесу і його ефективності є орієнтація на міжнародний досвід, на основі якого Міжнародна організація роботодавців сформулювала концептуальні підходи до розвитку корпоративної політики. Вони зводяться до наступного:

- збільшення доходності підприємства має бути умовою зростання добробуту її працівників, прибуток не може створюватися за рахунок утистки матеріальних інтересів людей, погіршення умов праці;
- корпоративну соціальну відповідальність слід пов'язувати з філантропією, релігійними, культурними цінностями, розглядаючи її як фактор підвищення не тільки добробуту, а й економічних показників, за рахунок покращення репутації, залучення нових інвестицій, збільшення обсягів продажу;
- реалізація соціальних програм на засадах добровільності;
- відповідальність держави й бізнесу повинна визначатися законодавством;
- особливого значення корпоративна соціальна відповідальність набуває у сферах, де державні гарантії та стандарти є низькими;
- види корпоративної соціальної політики унікальні для кожної компанії, соціальні програми не можуть бути універсальними й визначаються конкретними умовами діяльності кожної компанії: дохідністю, пріоритетами в галузі розвитку, маркетинговою політикою;
- соціальна відповідальність бізнесу розвивається залежно від можливостей, пріоритетності завдань, що стоять перед компанією, середовища функціонування.

ВИСНОВКИ

Головним інституціональним механізмом підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є соціальний діалог та ефективна організація і функціонування системи соціального партнерства. До останнього часу недооцінювалися такі структурні елементи соціального партнерства, як галузеві й регіональні ради, у результаті чого багато можливостей, які вони мають, залишаються нереалізованими. Ці організації, з нашого погляду, повинні зайняти лідируюче положення у своїх регіонах для активізації соціальної діяльності підприємств.

Більш активну роль з метою розширення соціальної діяльності бізнесу повинна відігравати держава – необхідно розробити державні моделі соціального проектування із залученням підприємців. Це дасть змогу перейти від ситуативного реагування до довгострокового планування соціальних перетворень. Перспективні моделі дають можливість сумістити корпоративну соціальну відповідальність бізнесу як відповідальність за ефективний внутрішній соціальний розвиток та за розвиток території присутності.

Ці заходи в стратегічній перспективі здатні забезпечити стійкий баланс між інтересами бізнесу, влади й суспільства, безконфліктне входження в динамічний глобальний процес економічного розвитку.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність не лише здатна мати стратегічний характер, бути найважливішим елементом стратегічного управління компанією, а й може розглядатися як самостійна концепція стратегічного управління.

The main institutional mechanism for improving the corporate social responsibility of business is social dialogue and effective organization and functioning of social partnership. Until recently, underestimated such structural elements of social partnership, as branch and regional councils, resulting in many their opportunities remain unfulfilled. These organizations, in our view, should take a leading position in their regions to enhance social activity of enterprises. A more active role in order to increase social activities of business should play a state - necessary to develop the state models for social planning, involving entrepreneurs. This lets to move from situational response to long-term planning of social transformation.

Thus, corporate social responsibility is not only able to be strategic in nature, be an essential element of strategic management, but also can be considered as an independent concept of strategic management.

ЛІТЕРАТУРА

1. Любинин В.А. Социализация бизнеса: необходимость, состояние и перспективы развития: автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.01 «Экономическая теория» / В.А.Любинин. – М.: НИИ труда и социального страхования Министерства здравоохранения и социального развития РФ, 2009. – 23 с.
2. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю.К.Бегма, О.Ю.Вінніков, О.І.Редько. – К., 2006. – 130 с.
3. Грицина Л.А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук: 08.00.04 «Экономика та управління підприємствами (машинобудування)» / Л.А.Грицина. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 20 с.
4. Костин А.Е. КСО и устойчивое развитие бизнеса в России [Электронный ресурс] / Костин А.Е. – Режим доступа: <http://www.dailystrov.ru/experts/16.html>.

Стаття надійшла до редакції 28.08.2011