

Михайло ТРЕТЯК

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Постановка проблеми. В сучасних умовах наростання кризових явищ в економіці України; обмеженості державних ресурсів, необхідних для забезпечення соціального захисту населення; посилення впливу зовнішнього середовища на діяльність українських компаній набуває особливої актуальності дослідження проблем соціальної відповідальності бізнесу.

Вже кілька десятиліть проблематика соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ) є об'єктом наукового інтересу дослідників різних країн. Аналіз наукових досліджень і публікацій дає підстави стверджувати, що на сьогодні існує певний інтерес до дослідження проблеми державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед дослідників, які займаються даною проблематикою слід виділити таких вітчизняних науковців, як В. Мамонова, А. Мерзляк, О. Мельниченко, А. Рижко, Т. Самофалова, М. Фурса тощо. Економічні та соціально-трудові аспекти державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу досліджують Н. Волосковець, Р. Волошин, Х. Гальчак, О. Грیشнова, Л. Козін, А. Колот, С. Мельник, С. Морозов, В. Шаповал та ін. Взаємодію суб'єктів соціально відповідального бізнесу та органів державного управління при реалізації соціальної політики досліджують В. Бульба, Н. Діденко, О. Кіреєва, О. Радченко, Н. Шур та ін.

Попри значні науково-теоретичні здобутки зарубіжних та вітчизняних вчених низка питань, пов'язаних безпосередньо з державним регулюванням соціальної відповідальності бізнесу, залишаються недостатньо дослідженими і тому потребують додаткового вивчення.

Метою даної статті є дослідити сутність соціальної відповідальності бізнесу як об'єкту державного регулювання.

Виклад основного матеріалу. Вивчення праць перелічених вище авторів свідчить, що практично всі вони, тим або іншим чином, відзначають добровільний характер соціальної відповідальності бізнесу («добровільне рішення компанії», «прихильність бізнесу», «система добровільних взаємин», «зобов'язання, які беруть на себе компанії», «добровільний внесок» і т.д.).

Сходяться ці науковці ще в одній ознаці СВБ згадувані раніше добровільні дії мають на меті суспільну значимість «відповідність суспільним очікуванням», «поліпшення суспільства», «поліпшення якості життя», «удосконалення соціально-трудових відносин, підтримка соціальної стабільності», «вирішення суспільно-значимих проблем», «суспільний розвиток» тощо.

З іншого боку, треба відзначити ще одну важливу рису СВБ економічний характер явища, тобто наявність певних вигід і для самих суб'єктів підприємництва

Таким чином, можна виділити три основні риси СВБ, що відображають в основному її сутність:

– абсолютну добровільність прийняття та реалізації соціальних зобов'язань, які виходять за межі тих, що прописані в чинному законодавстві;



**ТРЕТЯК
Михайло
Володимирович,**

голова Харківської районної ради Харківської області, здобувач кафедри соціальної і гуманітарної політики, Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України, м. Харків.

Анотація: у статті досліджено сутність соціальної відповідальності бізнесу як об'єкту державного регулювання. Визначено механізм державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу як сукупність заходів і спеціальних інститутів практичного здійснення державного впливу на суспільні відносини для досягнення поставлених цілей розвитку соціальної відповідальності.

Ключові слова: державне регулювання соціальної відповідальності бізнесу, методи державного регулювання, механізми державного регулювання, соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток.

УДК 351.82

- суспільну значимість;
- прагнення компаній до власної вигоди, сталого розвитку.

Вважаємо за необхідне згадати принципи соціальної відповідальності – низку економічних, соціальних і етичних критеріїв, суджень, точно встановлених або підспудно поділюваних всіма членами бізнес-організації, які визначають бачення та стратегію організації, а також процеси прийняття рішень на всіх рівнях. Отже, до базових принципів СВБ можна віднести:

- взаємний зиск, який отримують від співпраці бізнес та суспільство;
- комплексність, що передбачає здійснення виваженої як внутрішньої соціальної політики підприємств (надання пакета соціальних компенсацій, реалізація освітніх та навчальних проектів, підготовка кадрів, підтримка закладів охорони здоров'я, профілактика захворювань, рекреаційні та спортивні заходи тощо), так і зовнішньої соціальної політики (підтримка соціальної інфраструктури, яка обслуговує місцеві громади, участь у благодійних проектах, меценатство, спонсорство тощо);

- орієнтацію на довгострокову перспективу, яка реалізується шляхом системної інтеграції принципів СВБ у довгострокову стратегію розвитку компанії, а не лише участі в окремих благодійних акціях;

- вагомість, що передбачає соціально спрямовану учать підприємства в довготривалих благодійних соціальних проектах із виділенням (витратою) необхідних коштів і ресурсів та отримання реального соціального ефекту;

- розвиток партнерства, що полягає в установленні із соціальними партнерами взаємовідносин, які базуються на довірі, обміні інформацією, а також на доцільній інформації;

- відкритість і публічність, що передбачає прозорість діяльності підприємств щодо використання коштів на соціальні проекти з використанням соціального аудиту;

- підзвітність, що передбачає готовність організації звітувати про діяльність та розкривати власні аспекти діяльності;

- різноманітність форм, методів та напрямів реалізації політики СВБ залежно від фінансового стану підприємств, рівня сталості громадянського суспільства, соціально-економічного стану регіону чи країни в цілому.

В контексті нашого дослідження соціальну відповідальність бізнесу пропонуємо розглядати як комплекс взаємозв'язків та відносин, що виникають між суб'єктами підприємницької діяльності та інститутами громадянського суспільства і держави, що спрямовані на ідентифікацію й заповнення існуючих прогалів у взаєминах компаній і суспільства, а також на перетворення чинних проблем у суспільному житті й навколишньому середовищі у можливості для бізнесу.

Важливим для розуміння сутності СВБ є чітке визначення предмету соціальної відповідальності, тобто тих складових підприємницької діяльності, за які компанії беруть на себе додаткові зобов'язання. Так С. Литовченко виділяє такі предмети (складові) соціальної відповідальності бізнесу:

- виробництво якісної продукції і послуг для споживачів;
- створення привабливих робочих місць й інвестиції в розвиток людського капіталу;
- безумовне виконання вимог податкового, трудового, екологічного законодавства тощо;
- побудова сумлінних відносин з усіма зацікавленими сторонами;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на ріст добробуту своїх акціонерів;

– внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства [2].

Проектом Концепції Національної Стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні передбачається такі сім складових: організаційне управління, права людини, трудові відносини, етична операційна діяльність, захист навколишнього середовища, захист прав споживачів, розвиток місцевих громад і співпраця з ними [1].

А як же уявляють собі предмет СВБ зацікавлені групи населення?

Дослідження, проведене серед споживачів, підприємців, представників ЗМІ та органів влади, показало, що в уявленні бізнесменів і населення корпоративна соціальна відповідальність це, насамперед:

- випуск якісної продукції (відзначили 47,5% опитаних підприємців і 46% населення);
- дотримання законодавства (35% і 35,5% відповідно);
- сплата податків (29,5% і 30,4%);
- охорона навколишнього середовища (31,5% і 30%);
- поліпшення умов праці (33,5% і 22,5%);
- виплата високих зарплат (11,5% і 19,1%);
- вкладення грошей у розвиток виробництва (19% і 14,8%);
- допомога бідним (2,5% і 10,5%);
- допомога регіонам у розв’язанні соціальних питань (10,5% і 10,4%);
- підтримка освіти (3% і 9,3%);
- чесність, прозорість звітності (13,3% і 8,7%).

Можна помітити, що підприємці, на відміну від населення, вважають більш важливими компонентами СВБ поліпшення умов праці, вкладення грошей у розвиток виробництва й чесність, прозорість звітності, а населення виплату високих зарплат, допомогу бідним і підтримку освіти.

Це свідчить про наявність патерналістських очікувань щодо бізнесу з боку населення, притому, що сам бізнес налаштований більш прагматично. З іншого боку, практично збігаються точки зору, як підприємців, так і населення, відносно ролі таких напрямків реалізації СВБ, як випуск якісної продукції, сплата податків, охорона навколишнього середовища і допомога регіонам у розв’язанні соціальних проблем.

Вивчення наукових джерел у сфері соціальної відповідальності, українська практики, а також передового закордонного досвіду дозволяють виділити наступні основні інструменти реалізації СВБ:

1. Соціальні інвестиції фінансова допомога, що виділяється компанією на реалізацію довгострокових соціальних програм, спрямованих на зниження соціальної напруги та підвищення рівня життя населення. Найбільш «молодий» і найбільш перспективний інструмент, який характеризується довгостроковими, планомірними і послідовними діями.

2. Спонсорська допомога надання коштів для організації та проведення спортивних, культурних або будь-яких інших заходів, створення й (або) трансляції теле- або радіопередач або створення і використання іншого результату творчої діяльності.

3. Добродійність безкорисливі (безоплатні, або на пільгових умовах) передача громадянам або юридичним особам майна, у тому числі коштів, виконання робіт, надання послуг, надання іншої підтримки.

4. Гранти кошти або інше майно, виділені компанією на реалізацію соціальних програм на конкурсних умовах.

5. Пайове фінансування форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в спільному фінансуванні соціальних програм з боку компанії, органів державного управління та некомерційного сектору. Да-

ний інструмент дозволяє ефективно та оперативно реагувати на потреби суспільства у вирішенні соціальних проблем шляхом залучення додаткових ресурсів, коли можливостей одного з учасників виявляється недостатньо.

6. Соціально відповідальний маркетинг форма адресної фінансової допомоги, яка полягає у використанні відсотка від продаж конкретного товару або послуги на здійснення соціальних програм компанії.

8. Корпоративне волонтерство залучення на принципах добровільності співробітників компанії в соціальні програми зовнішньої спрямованості через безоплатне надання одержувачам часу, знань, навичок, інформації, контактів і зв'язків співробітників.

9. Соціальний бюджет фінансові кошти, що виділяються компанією на реалізацію власних соціальних програм.

Український союз промисловців та підприємців, НДІ соціально-трудових відносин та Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти наводять наступні причини, які актуалізують необхідність розвитку СВБ в Україні [3]:

Соціально-економічний блок:

- надмірна диференціація доходів, майнове розшарування та зубожіння значної частки населення;

- надто повільне вирішення питання щодо подолання бідності населення;

- низький рівень продуктивності праці та економічної активності населення;

- високий рівень «тінізації» економіки;

- недостатня участь бізнесу у вирішенні суспільно значущих питань;

- невідповідність сучасним нормам щодо сталого розвитку регіонів;

Соціально-трудова блок:

- погіршення динаміки ринку праці та проблеми зайнятості в країні;

- низький рівень продуктивності праці та економічної активності населення;

- розпорошення колективно-договірного процесу та відхилення від вектора соціального діалогу;

Екологічно-демографічний блок:

- незадовільний стан охорони навколишнього середовища;

- погіршення показників здоров'я населення та негативна демографічна динаміка;

- надто повільний розвиток програм щодо відтворення природного середовища;

- критичний стан охорони навколишнього середовища.

На наш погляд, роль держави в реалізації принципів СВБ повинна полягати у:

- виробленні нових способів регулювання діяльності підприємців з метою підвищення їх соціальної відповідальності;

- створенні передумов для формування, реалізації й розвитку цілеспрямованої та результативної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, що дозволить прискорити процес налагодження взаємостосунків влади, бізнесу і громадянського суспільства, що формується;

- підвищенні ступеня відповідальності підприємців перед суспільством;

- наданні підприємцям більшого маневру (пільги на добродійність і т.д.);

- створенні системи фінансування громадянських (суспільних) ініціатив;

- виробленні інструментів взаємодії бізнесу й влади.

Зазначимо, що державне регулювання СВБ, на нашу думку, слід трактувати не тільки як сукупність механізмів, що визначають державну політику

щодо суб'єктів підприємницької діяльності, і комплекс заходів, що стимулюють функціонування цих механізмів, але й як стратегію, що зрівноважує і збалансовує інтереси всіх сторін, що беруть участь у взаємодії (бізнес – суспільство – держава).

Варто погодитись з думкою Д. Ткачова щодо того, що державне регулювання розвитку соціальної відповідальності українського бізнесу має ґрунтуватись на наступних принципах [6]:

1. Відповідальність держави перед економічно активним і непрацевдатним населенням за підвищення рівня і якості життя, за економічний і соціальний розвиток країни.

2. Неприпустимість зниження рівня соціальних прав і гарантій у галузі політики доходів і заробітної плати, безпеки праці, природоохоронної діяльності, захисту від дії соціальних ризиків.

3. Контроль над дотриманням якості товарів, робіт і послуг компаній, веденням компаніями сумлінної ділової практики.

4. Участь зацікавлених сторін у прийнятті рішень, що зачіпають їхні інтереси, пріоритет норм міжнародного й національного права над поточними інтересами компаній та органів влади.

5. Організаційне, правове, економічне й інформаційне сприяння реалізації приватних соціальних програм, що виходять за межі чинного законодавства, ініціювання напрямків розвитку СВБ.

Державне регулювання соціальної відповідальності бізнесу здійснюється спираючись на певні засади, а саме: нормативно-правові, соціальні, економічні, аксіологічні тощо.

Серед засад державного регулювання соціальної відповідальності, на нашу думку, першочергове значення мають нормативно-правові, тобто, міжнародні документи, ратифіковані Україною, положення Конституції України та закони, що сприяють розвитку СВБ.

Також, можна виділити аксіологічні(тобто ціннісні) основи соціальної відповідальності. Як відзначає О. Радченко, «саме цінності визначають характер та способи взаємодії суб'єктів в суспільстві, політиці, державному управлінні [5] ».

Досить важливими ми вважаємо соціальні основи соціальної відповідальності. Становлення бізнес-середовища в Україні розпочалося наприкінці 1980-х років. Однак потрібен був час, щоб представники вітчизняного бізнесу не тільки навчилися забезпечувати життєздатність своїх організацій, але й почали співпрацювати з органами влади і недержавними організаціями.

Необхідно відзначити, що економічні засади СВБ дуже важливі для формування механізмів державного регулювання в конкретній економічній обстановці і в конкретний час.

Процес державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу потребує здійснення комплексу організаційних, фінансово-економічних управлінських та інших заходів як складових реалізації державної політики. Враховуючи зазначене, державне регулювання СВБ можна розглядати через дію певних механізмів, серед яких основними є: організаційно-правовий, економічний, соціальний, інформаційно-аналітичний та ін.

Інструментальне наповнення механізмів державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу розкривається у табл. 1.

Регулювання соціальної відповідальності забезпечується певними методами, які перебувають в єдності з цілями управління. Цілі обумовлюють специфіку використання методів. Вибір методів, певною мірою, визначає реальність досягнення поставлених цілей. Але, з іншого боку, методи показують, яким чином досягаються цілей регулювання, визначають якісну

сторону управління. Зміст методів регулювання це специфіка прийомів і способів впливу.

Табл.1.

Механізми та інструменти державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу

Механізми державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу	Інструменти державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу (приклади)
Організаційно-правовий	стратегічні документи щодо розвитку СББ;
	державні цільові програми;
	приватно-державне партнерство;
	спеціалізовані державні інституції, які опікуються розвитком СББ;
	консультативно-дорадчі ради при органах публічної влади;
Економічний	пільгове оподаткування;
	кредити;
	дотації;
	державні контракти;
Соціальний	тематичні конкурси для підприємців;
	відзнаки та заохочення;
	екологічна сертифікація;
	суспільне визнання у формі запрошень до членства в громадських радах, журі різноманітних конкурсів т.і.
Інформаційно-аналітичний	моніторинг практик впровадження СББ;
	нефінансова звітність;
	соціальний аудит;
	соціальні фондові та нефондові індекси;
	інтернет-ресурси з проблематики СББ;
	науковий супровід.

Методи державного регулювання соціально відповідального бізнесу визначимо як «способи впливу держави на сферу підприємництва, інфраструктуру ринку, некомерційний сектор економіки з метою створення умов їх ефективного функціонування задля розвитку суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах.

За способами впливу методи державного регулювання можуть бути прямими, тобто такими, що здійснюються за допомогою прийняття нормативно-правових актів, на яких ґрунтуються дії виконавчої влади, та непрямыми – такими, що ґрунтуються на використанні різних економічних, фінансових, інформаційних та ін. важелів.

До методів державного регулювання СББ відносять наступні:

- правові, які базуються на законодавчо-правових та нормативно-правових інструментах;
- адміністративні, які ґрунтуються на застосуванні адміністративних актів і процедур, що мають обов’язкову силу;

– організаційні, що передбачають організацію діяльності суб'єктів регулювання шляхом створення державою умов, виконання яких робить таку діяльність економічно вигідною;

– економічні, тобто це способи впливу держави на діяльність суб'єктів регулювання через застосування економічних засобів;

– соціально-психологічні, які базуються на відкритості інформації про стан конкретного сектора державного управління та широкій участі суспільства в діяльності суб'єкта регулювання [4].

З метою виконання своїх соціальних та економічних зобов'язань держава використовує різноманітні засоби впливу на соціально відповідальний бізнес. В першу чергу, це – нормативно-правові акти, що регулюють організацію, функціонування та розвиток бізнесу: розробка програм залучення підприємницьких структур у тендери для отримання державних замовлень; закупівля державою значної частини виготовленої на підприємствах бізнесу продукції; пільгове оподаткування для новостворених підприємницьких структур; однаковий з державними підприємствами доступ до фінансово-кредитних ресурсів; стимулювання випуску якісної, конкурентоспроможної продукції; державна підтримка розвитку підприємств бізнесу і сприяння у їх функціонуванні та ін.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Прх Таким чином, на підставі проведеного дослідження, механізм державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу можна визначити, як сукупність заходів і спеціальних інститутів, призначену для практичного здійснення державного впливу на суспільні відносини для досягнення поставлених цілей щодо розвитку соціальної відповідальності, яка має визначену структуру, методи, засоби впливу на об'єкт управління з відповідним правовим, нормативним та інформаційним забезпеченням.

Література:

1. Концепція Національної Стратегії Соціальної Відповідальності Бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/publications/kontseptsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoi-vidpovidalnosti-biznesu>

2. Корпоративная социальная ответственность: общественны еожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России. / Под ред.: С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова — М. : Ассоциация менеджеров, 2003. 100 с.

3. Методичні рекомендації щодо формування та розвитку в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу (регіонально-галузевий рівень). – Луганськ: ДУНДІСТВ, 2013. – 24 с.

4. Мордвінов, О.Г. Управління аграрним прородокористуванням в умовах ринкової трансформації: монографія. / О.Г. Мордвінов. – К. : УАДУ, 2000. – С. 82-84.

5. Радченко О.В. Цінність в системі державного управління: Категоріальний аспект / О.В. Радченко // Державне будівництво [Електронне видання]. – 2008. – № 2. – Режим доступу до журн. : <http://www.kbuara.kharkov.ua>.

6. Ткачов Д.С. Теоретичні засади формування соціально вповідального бізнесу / Д.С. Ткачов матеріали ІІ Міжнар. наук. практ. конф., 25 листопада 2010 р. / за заг. ред. д.е.н., проф. О.Ю. Амосова. – Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2010. – С. 53-56.