

УДК 338.242.4:005.35

А.В. Мерзляк

доктор наук з державного управління, професор

Д.С. Скрябінааспірант
Класичний приватний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті обґрунтовано державне регулювання соціальної відповідальності в Україні, виявлено способи залучення компаній до такої відповідальності, розглянуто досвід інших країн у цій сфері та визначено переваги впровадження соціальної відповідальності для держави й суспільства.

Ключові слова: державне регулювання, корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, зарубіжний досвід, суспільство, органи місцевого самоврядування.

I. Вступ

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світове співтовариство ставлять перед українськими компаніями нові завдання, одним з яких є впровадження принципів соціальної відповідальності в господарську практику. Тоді як у країнах Західної Європи та США соціально відповідальний підхід до здійснення підприємницької діяльності був запроваджений уже кілька десятиліть тому, українські підприємства почали приділяти увагу соціальній відповідальності бізнесу в тому вигляді, в якому її розуміють розвинуті країни світу, відносно нещодавно.

Ідея соціальної відповідальності бізнесу виникла у 1950-х рр. та еволюціонувала у часі в міру того, як суспільство почало усвідомлювати негативний вплив господарської діяльності на стан навколишнього середовища. Пізніше проблематика соціальної відповідальності бізнесу розширилася і тепер включає, крім екологічного, ще й соціальний, а останніми роками – етичний аспекти. Так, у праці Г. Алоні доведено, що принцип соціальної відповідальності бізнесу є стрижневим положенням підприємницької етики.

Значний внесок у дослідження цієї проблематики зробили такі вчені, як: Х. Боуен, В. Воробей, Д. Гібоні, Д. Грейсон, Д. Лажняк, Дж. Ленсен, Д. Львів, В. Меліховський, Л. Престон, А. Решетников, С. Сімпсон, З. Хітон та ін. Надалі проблему соціальної відповідальності у своїх працях висвітлювали такі відомі вчені-економісти, як: К. Девіс, Н. Джекобі, П. Друкер, М. Фрідман, А. Керролл, М. Портер, Л. Престон та ін. Серед вітчизняних науковців-економістів, які досліджували проблему соціальної відповідальності бізнесу, слід відзначити О. Василика, В. Гейця, М. Долішного, В. Осецького, А. Чухна, С. Юрія.

Питанням державного регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу приділяли увагу такі науковці у сфері державного управління, як: О. Амосов [11], А. Дегтяр [14], О. Крюков [14], В. Мамонова [6] та ін.

Проте, незважаючи на значні досягнення у вирішенні теоретико-методологічних питань соціальної відповідальності, низка питань, пов'язаних безпосередньо з державним регулюванням соціальної відповідальності, залишаються недостатньо дослідженими і тому потребують додаткового вивчення.

II. Постановка завдання

Мета статті – обґрунтувати державне регулювання соціальної відповідальності в Україні, виявити способи залучення компаній до такої відповідальності, розглянути досвід інших країн у цій сфері та визначити переваги впровадження соціальної відповідальності для держави та суспільства.

III. Результати

Головну роль у процесі формування підприємницького середовища та соціальної сфери в контексті активної інтеграції України до світової економічної еліти та розвитку соціальної відповідальності бізнесу повинна відігравати держава, яка через механізми стимулювання має визначити стратегію розвитку підприємництва та його взаємодію із соціумом. Під соціальною відповідальністю бізнесу (далі – СВБ) розуміють його добровільний внесок у розвиток суспільства в економічній, соціальній та екологічній сферах, дії, пов'язані безпосередньо з основною діяльністю підприємства, які спрямовані на благо суспільства та виходять за межі визначеного законом мінімуму. Відмінності у підходах до визначення сутності соціальної відповідальності бізнесу пояснюються зумовленістю змісту цього поняття локальними

економічними традиціями, сферою і специфікою ведення бізнесу, розмірами компанії, географічним регіоном, у якому вона працює, і, звичайно, часовим горизонтом.

Саме тому можна стверджувати, що єдиного універсального визначення бути не може. Навіть для однієї організації на різних етапах її життєвого циклу та за умови функціонування на різних ринках за географічною ознакою пріоритети соціально відповідальної діяльності можуть змінюватися. Тому за основу пропонуємо взяти визначення соціальної відповідальності, запропоноване А. Кероллом, якого вважають одним з провідних фахівців у сфері взаємовідносин бізнесу та суспільства, оскільки саме на результатах його досліджень побудовані сучасні концепції СББ: соціальна відповідальність – це “відповідність економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням, що висувуються суспільством до організації на даний період”.

Дослідження показали, що не існує абсолютних стандартів соціальної відповідальності бізнесу; вони є зумовленими етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону/галузі/країни. Тому зміст соціальної відповідальності та її критерії мають визначатися на рівні конкретних організацій або їх об'єднань, зважаючи на середньозважені очікування зацікавлених сторін, соціально-економічні пріоритети національного розвитку, історичні й культурні фактори та, що є дуже важливим, рівень спроможності та готовності самого підприємства до такого роду діяльності [1, с. 230].

За версією Світової ради компаній зі сталого розвитку, соціальна відповідальність бізнесу – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, водночас покращуючи якість життя працівників та їхніх родин, громади та суспільства загалом. За визначенням Організації економічної співпраці та розвитку (ОЕСД), сталий розвиток передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні політики та методи [15]. З погляду відомого економіста М. Фрідмена, соціальна відповідальність підприємства полягає у зростанні і максимізації прибутку [17, с. 124]. За іншим визначенням, соціальна відповідальність підприємства – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство.

Організація “Бізнес за соціальну відповідальність” визначає корпоративну соціальну відповідальність (далі – КСВ) як “таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізне-

сом”. Це визначення дещо ширше, оскільки охоплює прийняття ділових рішень, які б відображали “етичні цінності, юридичні вимоги, а також повагу до людей, громад та довкілля” [8, с. 86]. Тож можна зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів [3].

За соціальну відповідальність М. Мескон наводить такі аргументи:

- сприятливі довгострокові перспективи, оскільки навіть значні соціальні інвестиції в майбутньому здатні стимулювати зростання прибутку, що пов'язано з привабливим іміджем підприємства в очах споживачів, постачальників та місцевої влади;
- наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем;
- моральний обов'язок поводитися соціально відповідально, оскільки підприємство є членом суспільства, а тому в основі його поведінки на ринку повинні лежати моральні норми.

Проте існують аргументи проти соціальної відповідальності, до яких М. Мескон включив:

- порушення правила максимізації прибутку;
- 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, як наслідок – поразка у конкурентній боротьбі;
- недостатній рівень звітності про соціальні дії;
- нестача вмінь вирішувати соціальні проблеми [10, с. 101–102].

Російський науковець О. Корчагін визначає, що соціальна відповідальність є ланцюгом добровільних, рівноправних та взаємовигідних відносин між державою, суспільством, профспілками та підприємцями, які беруть участь у системі соціального партнерства та забезпечують покращення рівня життя населення (наголошується на взаємодії усіх рівнів) [7, с. 15].

Держава повинна забезпечити участь усіх зацікавлених сторін, що мають стосунок до діяльності компаній, у розвитку концепції КСВ на українському ґрунті. Важливим є всебічне організаційне, правове, економічне й інформаційне сприяння реалізації приватних соціальних програм КСВ, що виходять за межі чинного законодавства [3].

Основними передумовами розвитку соціальної відповідальності є такі:

- глобалізація і пов'язане з нею загострення конкуренції;

- зростаючі розміри і вплив компаній;
- конкуренція компаній за персонал;
- зростаюча роль нематеріальних активів (наприклад, репутації, іміджу, брендів).

Разом з тим, існують і обмежувальні фактори розвитку соціальної відповідальності (зокрема, в Україні) [16]:

- відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проєктів та програм;
- існуючі законодавчі обмеження розмірів і способів можливої допомоги нужденним;
- велика кількість прохань при обмеженості ресурсів для благодійності;
- відсутність системи соціально відповідального бізнесу;
- відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проєкти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінювання суспільством результатів соціальних програм бізнесу;
- небажання деяких керівників бізнесу діяти за принципами соціальної відповідальності і брати участь у формуванні позитивного іміджу бізнесу.

Соціальна відповідальність бізнесу в широкому значенні є універсальною формою взаємозв'язку суб'єктів господарювання із суспільством, державою, її окремими органами, а також формою їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для суспільного розвитку.

Принципами державного регулювання розвитку КСВ українських компаній можуть стати:

1. Відповідальність держави перед економічно активним і працездатним 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 напрямів розвитку КСВ.

Вирішення проблем соціальної відповідальності покликане запобігти можливим та назриваючим суперечностям у взаємовідносинах бізнесу і суспільства, бізнесу та влади. А це, у свою чергу, приводить до поліпшення лояльності суспільства до влади, до

бізнесу, зменшення ролі державного регулювання, загального покращення стану суспільства та зростання економічного розвитку країни.

Позитивними наслідками соціальної відповідальності на державному рівні є такі:

- вирішення суспільних соціальних проблем: позитивні тенденції в питаннях безробіття, екології, освіти, медицини, спорту, захисту дітей та молоді тощо;
- покращення соціально-економічних показників, збільшення рейтингу в міжнародних звітах конкурентоспроможності країн;
- зменшення витрат державних коштів на соціальні заходи та отримання можливості їх спрямування в інші пріоритетні напрями;
- розвиток соціального підприємництва, що усвідомлює відповідальність за інших членів суспільства, зміна характеру відносин держави та суб'єктів господарювання;
- зменшення рівня “тіньової економіки”;
- збільшення довіри населення до державних органів влади як гарантів захисту його інтересів; збільшення упевненості у майбутньому;
- збільшення інноваційності економіки країни, якісного рівня товарів та послуг, як наслідок – можливості залучення інвестиційних коштів;
- підвищення “якості життя” суспільства [5, с. 413].

Соціальна відповідальність бізнесу як для держави, так як і для суспільства є підґрунтям для вирішення частини ключових соціальних проблем, у тому числі – основою для зростання обсягів інвестицій у суспільній сфері, зменшення впливу “інтелектуального ресурсу”, поліпшення іміджу держави на міжнародній арені як такої, де дотримуються норм і стандартів світової спільноти, де дбають про свій народ, де існує стабільність та умови для здійснення інвестицій. Відповідно, активізація взаємодії між державою, суспільством та сферою бізнесу лише посилить вплив зазначених чинників [2, с. 149–150].

Перехід до ринкових відносин, реформування системи влади в Україні призвели до ситуації, коли на місцевому рівні існують і, на жаль, реально протистоять один одному дві сили: підприємці та решта населення. У суспільстві виділився прошарок відносно заможних людей і позначилося певне протистояння між цим прошарком і основною масою населення. Обидві сторони поведуть себе не зовсім коректно, що спричиняє соціальну напруженість у суспільстві. Підприємці часто практикують приховування прибутків від оподаткування, намагаються діяти “в тіні”, необґрунтовано завищують ціни на

продукцію і послуги, затримують заробітну плату найманим робітникам тощо. Це, відповідно, викликає негативну зворотну реакцію населення.

У межах цієї проблеми неадекватною є позиція органів місцевого самоврядування. З одного боку, бізнесмени – також виборці, причому саме від них багато в чому залежить нормальна життєдіяльність суспільства. З іншого боку, через деструктивну діяльність значної частини підприємців наявних податкових відрахувань не вистачає для нормальної роботи місцевої влади щодо підтримання інфраструктури населеного пункту і необхідних соціальних виплат.

На сьогодні близько 70% об'єктів соціальної інфраструктури передані на баланси міських, сільських і селищних рад. Проте в результаті застосування чинної схеми міжбюджетних трансфертів складається ситуація, коли органи місцевого самоврядування позбавлені можливості самостійно вирішувати власні проблеми: одні – через залежність від дотацій, інші – через те, що зайві кошти вилучаються. Органи місцевого самоврядування в Україні не спроможні забезпечити належне фінансування соціальної сфери та її працівників: учителів, лікарів, працівників культури; сприяти виплаті пристойної пенсії ветеранам; допомоги безробітним тощо.

Так, основним джерелом надходження коштів до місцевого бюджету є різні податки і збори. Частина інших надходжень, наприклад, від приватизації або оренди комунального майна, вкрай незначна. На сьогодні суб'єкти місцевого самоврядування в Україні дуже часто не мають у своїй комунальній власності високорентабельних комерційних підприємств. При цьому наявних бюджетних коштів катастрофічно не вистачає навіть для забезпечення поточної життєдіяльності населених пунктів, не говорячи вже про стабільний розвиток. Це означає, що певні верстви населення перебувають поза межами справедливого розподілу і про реальне соціальне партнерство практично говорити не доводиться.

При цьому, якщо припустити, що на певному підприємстві конкретного населеного пункту проблеми соціального партнерства успішно вирішуються, то подібна ситуація не означатиме автоматично добробуту всього населення цього населеного пункту. Проблему можна вирішити, тільки піднявшись над масштабами конкретного підприємства, оцінюючи соціальне партнерство з позицій міста, села, селища, тобто суб'єктів місцевого самоврядування [12].

Метою проведення конкурсів соціальних проектів на адміністративній території розташування підприємств, націлених на підтримку ініціатив місцевих громад у вирішен-

ні актуальних проблем територій, підвищення ефективності благодійної допомоги, що здійснюють компанії, є збір достовірних даних щодо обсягів коштів, які виділяють компанії з благодійною метою, аналіз виявлення кращих прикладів корпоративної благодійності та соціальних інвестицій, привертання до них уваги суспільства тощо.

У таких умовах саме органи місцевої влади мають відіграти ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем останньої на засадах добровільності та взаємовигоди.

Обмеженість застосування принципів СВБ на вітчизняних підприємствах пов'язана з такими причинами:

- відсутність національного законодавства щодо організації, регулювання та контролю СВБ; недосконалість соціальних стандартів та нормативів, що діють в Україні, їх невідповідність європейським стандартам розвинутих держав;
- відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів; невідповідність попиту щодо благодійності наявним ресурсам для реальної допомоги окремим категоріям населення;
- достатньо високий рівень контролю з боку контролюючих органів влади;
- дефіцит урядових і неурядових організацій, що підтримують СВБ;
- відсутність необхідної інформації стосовно соціальних проблем;
- нестабільність політичної та економічної ситуації в країні;
- відсутність повного розуміння компаніями сутності СВБ (не тільки як спонсорства та благодійності, а як стратегії, що охоплює всю компанію і визначає те, як вона діє, інвестує кошти і будує відносини з партнерами);
- відсутність або небажання сприйняття окремими керівниками і підприємцями бізнес-структур принципів соціальної відповідальності, пасивність та байдужість щодо участі у формуванні позитивного соціального іміджу бізнесу;
- відсутність дієвої системи морального та матеріального заохочення соціальної відповідальності суб'єктів бізнес-структур, розвинутого почуття відповідальності перед людьми і соціумом за її результати, поваги до законів держави і прав людей, турботи про навколишнє середовище, розвитку почуття національної гідності, патріотизму.

На сучасному етапі для становлення ідеї СВБ в Україні, насамперед, необхідно:

- зміна суспільної свідомості щодо розуміння змісту, значущості СВБ для розвитку соціально орієнтованої держави, а серед самих підприємців – стратегічного

- значення соціально відповідальної позиції для зміцнення конкурентоспроможності компаній на ринку та довгострокового сталого розвитку;
- формування законодавчої бази, яка забезпечить зацікавленість бізнесу у впровадженні соціальних програм, а також нормативно-правових актів, які стимулюють розвиток СВБ;
 - створення партнерської мережі, в рамках якої учасники отримують широкі можливості для просування корпоративної репутації на регіональному та макроекономічному рівнях;
 - упровадження методологічних основ надання допомоги у плануванні та реалізації конкретних соціальних проектів та програм, реалізації корпоративних систем соціальної відповідальності;
 - сприяння роботі всіх зацікавлених сторін щодо впровадження довгострокових спільних соціальних проектів та програм;
 - створення банку даних соціальних та екологічних ініціатив, у реалізації яких могли б узяти участь державні органи влади, громадські організації та підприємницькі структури;
 - на рівні підприємств: упровадження політики відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників; підтримка та розвиток позиції активного громадянства; навчання персоналу соціальної відповідальності на рівні з іншими бізнес-цілями; здійснення діалогу з групами впливу як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства; створення спеціалізованих підрозділів (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких належав би напрям діяльності з управління соціальною відповідальністю.

Краще та ширше впровадження СВБ українськими компаніями може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ компаній з українським капіталом до міжнародних ринків, підвищити капіталізацію українських компаній та забезпечити сталий розвиток країни в цілому [4].

У ЄС питання щодо впровадження принципів КСВ уже давно набуло міждержавного значення. Його правову основу нині становлять Декларація прав людини (1948 р.), Пакт ООН про економічні, соціальні та культурні права (1966 р.), 185 конвенцій та понад 200 рекомендацій МОП, Європейська соціальна хартія (1966 р.), конституції та інші законодавчі акти країн.

Визначальною ініціативою сучасного громадянського суспільства є Глобальний

договір ООН, започаткований у 2000 р., у якому проголошено основні принципи соціально відповідальної поведінки підприємництва. В Україні рух за приєднання до Глобального договору набув організаційно-правового оформлення за підтримки Програми розвитку ООН у 2006 р., коли керівники 56 компаній та неурядових організацій, серед яких була і Федерація профспілок України, підписали угоду про приєднання і взяли на себе зобов'язання дотримуватися його положень та публічно звітувати про результати своєї соціальної діяльності.

Масштаби соціальної активності можуть істотно зрости, якщо держава буде її заохочувати та стимулювати шляхом формування сприятливого соціально безпечного середовища для діяльності підприємців. Причому це середовище утворюється не самою державою, а через посередництво інститутів громадянського суспільства, наприклад, бізнес-асоціацій, ЗМІ, громадських благодійних організацій, наукових установ тощо.

Слід відзначити, що стимулювання – це комплекс заходів матеріального та нематеріального характеру, спрямованих на формування мотивів суб'єктів для досягнення цілей (у нашому випадку підприємців – на соціальні інвестиції). Стимулами можуть бути: державні премії, державні нагороди, правові та економічні пільги, заохочення, винагороди, гранти, вищі посади. Різні країни по-різному підходять до стимулювання КСВ.

У світі існує декілька моделей КСВ, кожна з яких відтворює суспільно-економічний уклад тієї чи іншої країни. Для формування оптимальної моделі КСВ в українських умовах цікаво буде розглянути особливості та специфіку КСВ інших країн із багатими історичними соціально-трудовими традиціями.

Для американської моделі характерно те, що через природу американського підприємництва, яке ґрунтується на максимальній свободі суб'єктів господарювання, багато сфер суспільства залишається до сьогодні саморегульованими. Так, трудові відносини “працівник – роботодавець” є предметом двостороннього договору. Право американців на охорону здоров'я переважно є саме правом вибору громадянами користуватися чи ні медичним закладом, звідси і добровільне медичне страхування. Державне регулювання у цих сферах торкається лише базисних невід'ємних прав членів суспільства. Відповідно, усі ініціативи у сфері КСВ є для корпорацій добровільними за природою. Соціально активна поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами та заліками, що закріплено на федеральному законодавчому рівні. Від податків на прибуток звільняються тільки ті компанії, які роблять пожертвування за одним із

трьох напрямів: культура, наука та охорона здоров'я, причому пільги отримуються тільки після того, як відповідне міністерство внесе їх до переліку компаній, які звільнені від податку. Для США характерним є мінімальне втручання держави у приватний сектор, але, незважаючи на це, відомі традиції систематичної участі бізнесу та держави у фінансуванні різних некомерційних проектів [3].

На відміну від США, європейські корпорації більш схильні до обмеження своєї відповідальності перед суспільством. Європейська модель (континентальна) КСВ не є відкритою лінією поведінки компанії і, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав, тому що більшість соціальних проблем захищуються європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності. Європейці взагалі не дуже довіряють приватному сектору, саме цим пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку громадськості, наприклад, щодо питань атомної енергетики, випробувань препаратів на тваринах, генної інженерії тощо. Благодійність у Європі не така популярна, як у США, та пояснюється високим загальним рівнем податкового тягара, що суттєво перевищує американський. Як наслідок, європейські компанії беруть участь у філантропічних акціях виключно через юридично закріплені механізми. У багатьох країнах Європи законодавчо закріплені обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання та ряд інших соціально значущих питань.

Британська модель КСВ поєднує в собі елементи американської та континентальної моделей. Принциповим її моментом є яскраво виражена ініціативність самого бізнесу в утворенні проектів у сфері КСВ, що за своєю суттю повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є, перш за все, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. Участь влади у розвитку КСВ виявляється в налагодженні партнерства із власниками підприємств у секторі освіти, які беруть участь у фінансуванні проектів, наданні податкових пільг, просуванні ініціатив щодо відповідності національних стандартів до міжнародних. Про важливість КСВ у державі свідчить той факт, що в уряді створено посаду міністра з КСВ. У цілому процес розвитку британської моделі КСВ має поступовий характер. Найважливішою подією стало скликання найбільшої асоціації для ініціатив у сфері КСВ – “Бізнес у громадськості”, яка стимулювала створення державно-приватних партнерств, завдяки чому влада разом із приватними підприємствами займалася вирішенням найгостріших соціальних проблем. Активну роль відіграє

британська влада у політиці підтримки компаній, які висвітлюють свою діяльність у соціальній, природоохоронній сферах та взаємовідносинах із персоналом, ряд законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, що дотримуються напрямів соціально відповідального бізнесу та позицій ділової етики, особливо у питаннях ефективного використання енергії, питанні переробки відходів виробництва тощо [8].

У більшості країн світу соціальна звітність – лише один із широкого спектра методів, за допомогою яких держава мотивує бізнес турбуватися про розвиток суспільства. Також ефективним є метод матеріального заохочення компаній, які інвестують проекти соціального значення, у вигляді податкових відрахувань, податкових канікул, вільних економічних зон, венчурних фондів або підтримки міжсекторного партнерства бізнесу у вигляді тренінгів, грантів, обміну фахівцями, освіти журналістів. Головне, що держава створює середовище, яке сприяє стимулюванню та винагороді компаній за добру соціальну поведінку (соціальний “знак якості”, премії за розвиток КСВ).

Сьогодні КСВ в Україні перебуває у стадії розвитку, тому міжнародний досвід слід широко вивчати та впроваджувати з урахуванням національної специфіки. За джерелами регулювання, практикою український варіант КСВ є сумішшю британської моделі (добровільне ініціювання) та континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки КСВ). В Україні КСВ продовжує орієнтуватися на ближче коло стейкхолдерів: держава, власники та персонал. Більш широке коло зацікавлених сторін – місцева громада, постачальники та інші – поки що так і не є системною ознакою. Сьогодні КСВ в Україні – це добровільний внесок приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій. У сфері соціальних інвестицій в Україні помітні проблеми, пов'язані з інституціональною недосконалістю: держава формує недостатньо ефективні правові та соціальні інститути, а бізнес-структури вимушені нейтралізувати “помилки” держави, здійснюючи, в окремих випадках, суттєві соціальні інвестиції і тим самим підмінюючи державу в соціальній сфері. Зважаючи на слабкість вітчизняного бізнесу, який не встиг зайняти свою нішу серед зарубіжних країн, подібна лінія розвитку погіршує конкурентоспроможність країни на зовнішніх ринках. З іншого боку, інституціональна недосконалість виявляється ще і в тому, що бізнес, у свою чергу, не завжди чітко виконує встановлені законом соціальні та податкові зобов'язання. Серед фактичних стимулів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні перше місце посідає

необхідність налагодження відносин із владою, від якої залежить значною мірою майбутнє бізнесу.

Одним із заходів, що зміг би істотно вплинути на кількісні параметри КСВ в Україні, є розробка та прийняття чіткої законодавчої бази, яка створювала б правові рамки соціально відповідальної поведінки та була націленою на його оптимізацію [13, с. 24–27].

Бізнесмени хочуть мати не стільки досконалу законодавчу базу, скільки більш сприятливе ставлення влади до їх спонсорської діяльності. Публічне заохочення добровільної політики та такий самий відкритий осуд і заборона примусових заходів не просто зроблять публічну політику у соціальній сфері стимулом до реалізації потенціалу корпорацій, а й сприятимуть розвитку конструктивного співробітництва суспільства, бізнесу та влади.

Слід підкреслити, що основним принципом політики державної влади щодо взаємодії з компаніями має бути відкритий діалог та всезагальна поінформованість, яка використовується у вирішенні виробничих та соціальних питань. Поінформованість державних органів щодо роботи підприємств, технологій, які використовуються, планів розвитку проектів та інфраструктурної підтримки вкрай важлива, оскільки дає змогу досягти стійкої та прогнозованої роботи з отримання рішень, узгоджень та експертиз, необхідних для здійснення ліцензійної діяльності; знижує можливе негативне ставлення місцевої громади до бізнес-проектів; створює адекватне уявлення про комерційні ризики та ускладнення в роботі компанії тощо.

Із міжнародного досвіду очевидно, що соціальна активність національного бізнесу може істотно зрости, якщо держава буде заохочувати цю активність, зокрема, шляхом проведення адекватної податкової політики. Використовуючи міжнародний досвід, доцільно було б створювати спеціальні благодійні фонди, постійний капітал яких формувався б із неоподаткованих спонсорських внесків. Вивільнені від податків прибутки з цього капіталу могли б використовуватися для фінансування комплексних тривалих програм, які розраховані на системну підтримку вирішення найважливіших соціально-культурних проблем, включаючи проблему соціальної надмірної нерівності; із використанням системи оподаткування для заохочування етичних методів ведення бізнесу та встановлення мінімального розміру оплати праці або максимальну тривалість робочого часу.

Держава має підтримувати соціальні ініціативи бізнесу матеріально та морально. Від ефективності відносин держави та бізнесу залежить рівень відповідності корпоративних соціальних інвестицій як запитам

самого бізнесу, так і інтересам розвитку країни. Держава має демонструвати прозорість у проголошенні пріоритетних напрямів, до яких бізнес може приєднатися, або не маючи можливості виявити ініціативу, орієнтуючись на національні пріоритети, розділяти з бізнесом ризики, які виникають у зв'язку з новими ініціативами. Українська асоціація якості у 2005 р. розробила комплексну програму оцінювання й визнання рівнів досконалості підприємств та організацій країни. Участь у такому проекті дає змогу порівнювати між собою будь-які компанії, осмислювати та приймати європейські цінності, а також філософію та культуру ведення бізнесу, орієнтуватися на встановлення вищих стандартів (SA 8000 соціальна відповідальність), здобувати визнання в розвинутих країнах. Усе це підвищує ефективність бізнесу за рахунок зменшення витрат [9].

VI. Висновки

Таким чином, перевагами впровадження соціальної відповідальності для держави буде: можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадянськістю; вирішення частини ключових соціальних проблем; збереження і використання "інтелектуального ресурсу" на потреби країни і регіону; можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери; розвиток соціальної і творчої активності населення; відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти як фактор посилення іміджу держави; збільшення матеріальної бази, що оподатковується податком, та сплата податків.

Що стосується переваг для суспільства, то вони будуть такими: удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення; можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери; можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів; розвиток соціальної і творчої активності населення; створення соціальних ресурсів виробничої діяльності; збільшення матеріальної бази, що оподатковується податком, та сплата податків.

І звісно ж, існує низка переваг власне для бізнесу, а саме: забезпечення соціальної репутації організації, поліпшення іміджу; зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг; зростання професіоналізму кадрового потенціалу на підприємстві; забезпечення лояльності персоналу компанії; можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці; зростання вартості нематеріальних активів; скорочення оперативних витрат; відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти.

Список використаної літератури

1. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на про-

- блему / К.С. Белявська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 1. – С. 228–234.
2. Божкова В.В. Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання / В.В. Божкова, Л.Ю. Сагер // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 1. – С. 145–153.
 3. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки [Електронний ресурс] / Н.Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. Сер.: Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/npkntu_e/2010_17/stat_17/20.pdf.
 4. Ворона О.В. Практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європі та в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Ворона. – 2010. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62028.doc.htm.
 5. Ворона О.В. Соціальна відповідальність як сучасна концепція бізнесу / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 410–417.
 6. Мамонова В.В. Державно-приватні партнерства в соціально-економічному розвитку територій: солідарна відповідальність / В.В. Мамонова // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матер. III міжнар. наук.-прак. конф., 25 листопада 2011 р. / за заг. ред. О.Ю. Амосова. – Х. : С. А. М., 2011. – С. 208–211.
 7. Корчагин А.В. Корпоративные социальные программы российских предприятий как форма социальной ответственности бизнеса: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством (экономика труда)” / А.В. Корчагин. – М., 2008. – 30 с.
 8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
 9. Мельник С.В. Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс] / С.В. Мельник, Т.А. Тресвятська, Л.В. Будьонні. – Режим доступу: www.lir.lg.ua/shlahi.doc.
 10. Мескон М. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : ДЕЛЮ, 1997. – 493 с.
 11. Амосов О.Ю. Модернізація як основа забезпечення соціальної відповідальності в Україні / О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкалова // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матер. III міжнар. наук.-прак. конф., 25 листопада 2011 р. / за заг. ред. О.Ю. Амосова. – Х. : С. А. М., 2011. – С. 60–63.
 12. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/November/13.htm>.
 13. Перегудов С.П. Корпоративное гражданство как современная форма социальной инженерии / С.П. Перегудов // Мирская экономика и международные отношения. – 2005. – № 6. – С. 22–32.
 14. Дегтяр А.О. Сучасна практика соціального підприємництва / А.О. Дегтяр, О.І. Крюков // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матер. III міжнар. наук.-прак. конф., 25 листопада 2011 р. / за заг. ред. О.Ю. Амосова. – Х. : С. А. М., 2011. – С. 15–17.
 15. Ткачов Д.С. Теоретичні засади формування соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс] / Д.С. Ткачов // Теорія та практика державного управління. – Вип. 1 (28). – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tpdu/2010_1/doc/3/18.pdf.
 16. Фурса М.В. Фактори формування соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс] / М.В. Фурса, П.С. Яницький. – Режим доступу: http://www.corporatecitizen.org.ua/pub_1.htm.
 17. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit / M. Friedman // New York Times Magazine. – September the 13th, 1970. – P. 122–126.

Стаття надійшла до редакції 13.06.2012.

Мерзляк А.В., Скрябина Д.С. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности

В статье обосновано государственное регулирование социальной ответственности в Украине, выявлены способы привлечения компаний к такой ответственности, рассмотрен опыт других стран в этой сфере и определены преимущества внедрения социальной ответственности для государства и общества.

Ключевые слова: государственное регулирование, корпоративная социальная ответственность, бизнес, зарубежный опыт, общество, органы местного самоуправления.

Merzhiak A., Skriabina D. Government regulation of corporate social responsibility in Ukraine

The state regulation of social responsibility in Ukraine is ground in the article, the ways of companies' attraction to this responsibility are determined, the foreign experience in this area is considered and the benefits for the government and society from social responsibility implementation are identified.

Key words: *government regulation, corporate social responsibility, business, foreign experience, society, local government bodies.*