

УДК 334.72

Батченко Л. В.

Київський національний університет культури і мистецтв

Деліні М. М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У статті представлено теоретико-методологічні засади соціально-економічної відповідальності підприємництва. Визначено мету, суб'єкти, об'єкти, принципи здійснення, її форми та інструменти. Досліджено мотиви її реалізації та переваги від її впровадження для кожної окремої групи реципієнтів.

Ключові слова: соціально-економічна відповідальність підприємництва, соціальна відповідальність бізнесу, принципи, форми, інструменти.

Постановка проблеми. Розвиток українського суспільства вимагає використання нових форм та поширення наявних сучасних світових практик в українське сьогодення для підвищення якості життя населення та його добробуту. Вагомий внесок у це можуть зробити підприємства, які мають усі важелі для цього, шляхом реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва (СЕВП). СЕВП спрямована на підвищення якості життя населення шляхом застосування економічних важелів та інструментів. Підприємництво має бути активно долучене до цього як важливий елемент економічної системи країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам соціальної відповідальності бізнесу присвячено роботи багатьох учених, які досліджують основні категорії, частини та елементи, з яких вона складається. Так, предметом свого дослідження її зробили О.Є. Бабина, І.С. Біла, Л.М. Бухаріна, А.А. Комарова, Н.В. Красман, А.В. Сучков та ін. Саме роботи цих науковців лягли в основу цього дослідження та будуть розвинуті в процесі розкриття мети статті.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вчені активно звертаються до дослідження проблем соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), але в частині її економічного складника та самої категорії соціально-економічної відповідальності підприємництва залишається ще багато недосліджених питань, які слід вивчати та розробляти для побудови ефективної економіки та розвинутого суспільства.

Мета статті полягає у розробленні теоретико-методологічних засад соціально-економічної відповідальності підприємництва шляхом визначення принципів, форм, інструментів, мотивів та переваг реалізації соціально-економічної відповідальності на підприємствах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-економічна відповідальність підприємництва – достатньо масштабна категорія, яка охоплює багато сфер. У попередніх роботах авторів уже було приділено увагу окремим її складникам, що стало підґрунтям для цього дослідження та розроблення загальної схеми соціально-економічної відповідальності підприємництва. Для цього наведемо поняття соціально-економічної відповідальності, яку вже було визначено як відповідальність компанії перед широким колом осіб, що реалізується за допомогою економічних заходів та спрямована на зростання добробуту всіх сторін [1].

Для побудови теоретико-методологічних засад соціально-економічної діяльності підприємництва необхідно визначити, крім характеристики самого

поняття СЕВП, ще й принципи, форми, інструменти, мотиви та переваги від реалізації.

Метою СЕВП є створення суспільства добробуту економічними важелями та інструментами. Суб'єктами СЕВП виступають організації всіх форм власності, розмірів та масштабів охоплення, а об'єктами – персонал підприємства, акціонери/власники, споживачі, партнери, конкуренти, громада, держава.

Форми та інструменти вже було наведено в попередніх авторських роботах. Так, формами визначено: своєчасну виплату заробітної плати та її підвищення, надання премій та компенсацій; навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; безпеку зайнятості та соціально відповідальну реструктуризацію підприємств; легалізацію бізнесу та ринку праці; мотивацію персоналу, індивідуальне пенсійне забезпечення та індивідуальне страхування; виплату дивідендів; задоволення потреб у товарах та послугах; гарантію якості продукції; сплату податків; достовірну рекламу; створення якісної продукції; вдосконалення якості продукції; створення нових робочих місць; розроблення навчальних та тренінгових програм для зацікавлених верств; підвищення рівня добробуту населення; соціалізацію своєї благодійної та спонсорської діяльності; спрямування наукових розробок на дослідження у сферах збільшення добробуту населення.

Інструменти СЕВП: грошові гранти; благодійні пожертвування та спонсорська допомога; соціально значущий маркетинг; еквівалентне фінансування; соціальні інвестиції; адміністративний/соціальний бюджет; соціальне підприємництво; соціальні програми; соціальна експертиза; соціальна звітність; фандрайзинг; просування соціально значущої проблеми; соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу/відповідальне управління ланцюгом постачання.

Тепер перейдемо до визначення принципів СЕВП. Як і всі попередні елементи, які були визначені на основі дослідження концептуальної моделі СВБ, розглянемо принципи, які вчені вважають притаманними СВБ. Наведемо декілька поглядів на цю проблематику. Так, І.С. Біла та Н.В. Красман наводять такі принципи СВБ: якісне забезпечення потреб споживачів; неухильне виконання вимог законодавства (трудового, екологічного, своєчасної сплати податків і зборів до бюджетів усіх рівнів); чесна конкуренція; дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм; протидія корупційним проявам і легалізації доходів, отриманих незаконним шляхом; дотримання гендерної рівності [2, с. 5].

О.Є. Бабина та А.А. Комарова представили такий перелік принципів: гуманізації; підзвіт-

ності; прозорості; етичної поведінки; поваги до інтересів зацікавлених сторін; дотримання верховенства закону; дотримання міжнародних норм поведінки; дотримання прав людини [3, с. 71].

З представлених авторських точок зору ми бачимо, що принципи, спрямовані на досягнення основної мети як СВБ, так і СЕВП, а також форми та інструменти, що були представлені вище, допомагають досягати цих принципів.

У цілому обидва представлених варіанти достатньо обґрунтовані та багато в чому схожі. Так, основними принципами затверджено етичну поведінку (в першому випадку це дотримання морально-етичних норм), повагу до інтересів споживачів (якісне забезпечення потреб споживачів), дотримання закону, прав людини тощо – тобто все, що сприяє розвитку особистості та поліпшенню рівня життя населення. Отже, представлені принципи дещо схожі, але другий варіант є більш лаконічним та повним, тому можемо прийняти його за основу. Але з огляду на те, що в основі СЕВП лежить також розвиток як людини, так і суспільства, то можна додати ще принцип розвитку, який буде включати в себе спрямування програми СЕВП на розвиток персоналу та громади.

Тепер перейдемо до розгляду мотивів СЕВП, тобто того, що стимулює підприємців упроваджувати СВБ на своїх підприємствах.

Мотиви соціальної відповідальності бізнесу, на думку Л.М. Бухаріної та А.В. Сучкова, такі [4, с. 50]:

1. Розвиток власного персоналу дає змогу не тільки уникнути плинності кадрів, а й залучати найкращих фахівців на ринку. Досягається шляхом вкладання грошей у розвиток персоналу й тим самим закріплює найбільш цінні кадри та приваблює висококваліфікованих працівників до компанії. Таким чином, відбувається накопичення соціального капіталу організації.

2. Зростання продуктивності праці в компанії. Досягається шляхом, подібним до попереднього: компанія створює приємний та позитивний соціально-психологічний клімат усередині, що значно підвищує налаштування на роботу та продуктивність праці.

3. Поліпшення іміджу компанії, зростання репутації. Це відбувається завдяки тому, що персонал, який розвиває, споживачі, які споживають якісну продукцію підприємства, соціум, для розвитку якого робляться певні соціальні програми, оцінюють підприємство дуже високо, що створює його позитивний імідж.

4. Реклама товару або послуги. На прикладі СЕВП це можна простежити під час застосування інструментів соціального маркетингу та благодійного маркетингу, в обох випадках відбувається реклама компанії або її продукту.

5. Висвітлення діяльності компанії в ЗМІ. Так само, як і в попередньому випадку, а також під час застосування інших інструментів СЕВП відбувається висвітлення діяльності компанії в ЗМІ, коли нею робляться соціально значущі для громади акції.

6. Стабільність і стійкість розвитку компанії в довгостроковій перспективі. Досягнення щонайменше трьох перших мотивів призведе до стабільної роботи підприємства в стратегічній перспективі. Пояснюється це тим, що прихильність із боку персоналу, суспільства, споживачів, якщо її підтримувати постійними конкретними діями, буде тільки ще більше поліпшувати репутацію компанії та ставлення до неї, а отже, збільшувати обсяги збуту.

7. Можливість залучення інвестиційного капіталу для соціально відповідальних компаній вище, ніж для інших компаній. Уважається, що з боку іноземних інвесторів перевага надається тим компаніям, які застосовують СВБ у своїй діяльності, для цього можуть бути використані нефінансові звіти компаній, вивчено ЗМІ та ін. Значущість для іноземних інвесторів пояснюється тим, що, по-перше, підприємство, яке реалізує СВБ-практики, має більшу прихильність із боку споживачів і міцні позиції на ринку; по-друге, більшість іноземних інвесторів – компанії з розвинутих країн, які стоять на засадах сталого розвитку та є активними соціальними діями на ринках країн дислокації, тому компанії, що вже впроваджують СВБ-практики, є для них більш привабливими.

8. Збереження соціальної стабільності в суспільстві у цілому. Досягнення суспільної злагоди є основною метою СЕВП, тому що це є зворотнім процесом: підприємство створює передумови для розвитку суспільства, надаючи йому гідну заробітну плату, премії, створюючи якісну продукцію, розвиваючи його потенціал, а потім це суспільство є основним споживачем товарів чи послуг цього підприємства. Тобто чим більше підприємство вкладає в розвиток громади, тим більше воно має шансів отримати споживачів.

9. Податкові пільги. Вони часто є основним мотивом реалізації СВБ та одним із важелів впливу на СЕВП. У світі пільги активно використовуються з боку держави, але в Україні із цим спостерігається проблема, хоча це є одним із напрямів розвитку СЕВП українських підприємств.

Приймаючи ці мотиви до СЕВП, можна сказати, що всі вони стосуються й її, оскільки результати, які може отримати компанія, можуть бути досягнені за допомогою інструментів, які вже було згадано. Але необхідно додати ще один мотив – збільшення кінцевого прибутку діяльності організації. Цей мотив досягається шляхом акумуляції всіх попередніх. Підприємство, застосовуючи інструменти СЕВП та витрачаючи на це гроші, все одно отримує у стратегічній перспективі збільшення доходів.

Після розгляду стимулюючих мотивів на підприємствах перейдемо до розгляду переваг для об'єктів СЕВП. Доцільним вважається розподілити їх по групах: персонал; власники, акціонери; споживачі; партнери, конкуренти; суспільство, держава.

Для персоналу основні переваги вбачаються у такому:

- отримання гідної заробітної плати, премій та компенсацій, що дає змогу підвищувати рівень життя населення;
- професійний та особистісний розвиток у разі впровадження відповідних програм на підприємстві;
- отримання соціального та правового захисту під час робочої діяльності;
- робота в позитивному соціально-психологічному кліматі;
- робота на підприємстві з високими стандартами виробництва та управління.

Для власників/акціонерів:

- отримання стабільного прибутку, який підвищується в довготерміновій перспективі за активного провадження СЕВП-практик на підприємстві;
- можливість бути долученими до вирішення нагальних проблем соціуму, в якому функціонує організація;
- підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Для споживачів переваги проявляються у:

- споживанні якісної продукції за дотримання підприємством усіх світових стандартів;
- номенклатурі представлених товарів, яка відповідає їхнім потребам, якщо підприємство орієнтується на попит та намагається його задовольнити, тобто орієнтовано на клієнта;
- отриманні достовірної інформації про продукцію та якість товарів у разі поширення підприємством достовірної реклами;
- можливості прийняття участі у вирішенні важливих соціальних, культурних, освітніх та інших питань, під час проведення підприєм-

ствами соціальних заходів, соціального маркетингу чи благодійного маркетингу, що значно підвищує свідомість громадян та суспільства у цілому.

Для партнерів/конкурентів переваги такі:

- співпраця з надійними партнерами;
- отримання товарів, ресурсів, послуг згідно з контрактом та в обумовлений термін;
- чесна конкуренція на ринку праці;
- можливість акумулювати кошти для вирішення нагальних проблемних питань шляхом проведення соціальних програм, рекламних соціальних кампаній тощо.

Таблиця 1

Теоретико-методологічна модель соціально-економічної відповідальності підприємництва

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Мета СЕВП – створення суспільства добробуту економічними важелями та інструментами.	
Суб'єктами СЕВП виступають організації всіх форм власності, розмірів та масштабів охоплення.	
Об'єкти: персонал підприємства, акціонери/власники, споживачі, партнери, конкуренти, громада, держава.	
Принципи	Гуманізація; підзвітності; прозорості; етичної поведінки; розвитку; поваги до інтересів зацікавлених сторін; дотримання верховенства закону; дотримання міжнародних норм поведінки; дотримання прав людини.
Форми	Своєчасна виплата заробітної плати та її підвищення, надання премій та компенсацій. Навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту. Безпека зайнятості та соціально відповідальна реструктуризація підприємств. Легалізація бізнесу та ринку праці. Мотивація персоналу, індивідуальне пенсійне забезпечення та індивідуальне страхування. Виплата дивідендів. Задоволення потреб у товарах та послугах. Гарантія якості продукції. Сплата податків. Достовірна реклама. Створення якісної продукції. Удосконалення якості продукції. Створення нових робочих місць. Розроблення навчальних та тренінгових програм для зацікавлених верств. Підвищення рівня добробуту населення. Соціалізація своєї благодійної та спонсорської діяльності. Спрямування наукових розробок на дослідження у сферах збільшення добробуту населення.
Інструменти	Грошові гранти. Благодійні пожертвування та спонсорська допомога. Соціально значущий маркетинг. Еквівалентне фінансування. Соціальні інвестиції. Адміністративний/соціальний бюджет. Соціальне підприємництво. Соціальні програми. Соціальна експертиза. Соціальна звітність. Фандрайзинг. Просування соціально значущої проблеми. Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу/Відповідальне управління ланцюгом постачання.
Мотиви	Розвиток власного персоналу дає змогу не тільки уникнути плінності кадрів, а й залучати найкращих фахівців на ринку. Зростання продуктивності праці в компанії. Поліпшення іміджу компанії, зростання репутації. Реклама товару або послуги. Висвітлення діяльності компанії у ЗМІ. Стабільність і стійкість розвитку компанії в довгостроковій перспективі. Можливість залучення інвестиційного капіталу для соціально відповідальних компаній вище, ніж для інших компаній. Збереження соціальної стабільності в суспільстві у цілому. Податкові пільги. Збільшення кінцевого прибутку діяльності організації.
Переваги	Для персоналу: отримання гідної заробітної плати, премій та компенсацій; професійний та особистісний розвиток; отримання соціального та правового захисту; позитивний соціально-психологічний клімат; робота на підприємстві з високими стандартами виробництва та управління. Для власників/акціонерів: отримання стабільного прибутку; можливість бути долученими до вирішення нагальних проблем соціуму; підвищення рівня інвестиційної привабливості. Для споживачів: споживання якісної продукції; отримання достовірної інформації про продукцію та якість товарів; можливість прийняття участі у вирішенні важливих соціальних, культурних, освітніх та інших питань. Для партнерів/конкурентів: співпраця з надійними партнерами; отримання товарів, ресурсів, послуг згідно з контрактом та в обумовлений термін; чесна конкуренція на ринку праці; можливість акумулювати кошти для вирішення нагальних проблемних питань шляхом проведення соціальних програм, рекламних соціальних кампаній тощо. Для держави: отримання податків; ліквідація тіньової зайнятості; вирішення значущих проблем суспільства за допомогою підприємницьких структур; підвищення рівня зайнятості населення; інвестиційна привабливість країни. Для суспільства: підвищення якості життя кожного окремого громадянина збільшує добробут соціуму; підприємці орієнтовані на вирішення значущих проблем, які існують у суспільстві; поліпшення стану навколишнього середовища.

Для держави:

- отримання податків;
- ліквідування тіньової зайнятості;
- підвищення рівня зайнятості населення;
- вирішення значущих проблем суспільства за допомогою підприємницьких структур;
- інвестиційна привабливість країни.

Для суспільства:

- підвищення якості життя кожного окремого громадянина збільшує добробут соціуму взагалі;
- підприємці орієнтовані на вирішення значущих проблем, які наявні у суспільстві;
- поліпшення стану навколишнього середовища у разі дотримання світових норм виробництва та орієнтації на якісне виробництво;
- підвищення якості продукції на ринку країни;
- поліпшення соціально-психологічного клімату в країні та стану свідомості людей.

Отже, нами проаналізовано основні переваги для кожної окремої групи, яка може їх отримувати від СЕВП. Ці переваги досягаються поступово й мають довготермінову основу настання. Їхній реалізації сприяють застосування тих форм та інструментів СЕВП, що вже були описані. Саме на розвиток напрямів СЕВП, яка призведе до досягнення її основної мети та цих переваг, й необхідно спрямовувати діяльність українських компаній.

Узагальнимо все вищевикладене в таблиці, яка презентує концепцію теоретико-методологічної моделі соціально-економічної відповідальності

підприємництва. Вона враховує всі основні елементи, що дають можливість побудувати ефективну модель СЕВП в Україні.

Висновки. Таким чином, досліджено основну сутність поняття «соціально-економічна відповідальність підприємництва», її мету, форми, інструменти, принципи, мотиви та переваги від запровадження. Соціально-економічна відповідальність підприємництва є похідною категорією від соціальної відповідальності бізнесу та більш вузькою за своєю сутністю. Вона характеризується як дії підприємств щодо досягнення добробуту в суспільстві саме соціально-економічними заходами та економічними важелями. Слід зауважити, що СЕВП за своєю суттю є добровільною, але деякі її інструменти в розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, законодавчо закріплені (соціальна звітність та благодійність). Тобто бачимо, що увага приділяється з боку держави через розуміння важливості її поширення. В Україні розвиток практик СЕВП також може стати вагомим підґрунтям для створення держави загального добробуту та підвищення якості життя населення. Переваги від реалізації СЕВП-ініціатив є безумовними як для окремих громадян, так і держави й суспільства у цілому, тому на рівні держави необхідно створити ефективний та гнучкий механізм соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні, що й стане предметом майбутніх досліджень авторів.

Список використаних джерел:

1. Деліні М.М. Напрями та форми реалізації соціально-економічної відповідальності підприємства. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2016. Т. 21. Вип. 11(53). С. 17-20.
2. Біла І.С., Красман Н.В. Соціальна відповідальність бізнесу: теоретичні аспекти та практична реалізація в економіці України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 5(10). С. 3-7.
3. Бабина О.С., Комарова А.А. Механізм підвищення рівня соціально відповідальної діяльності підприємств України. Бізнес Інформ. 2014. № 12. С. 69-74.
4. Бухаріна Л.М., Сучков А.В. Використання соціальної відповідальності бізнесу для створення позитивного іміджу підприємства. Економіка і організація управління. 2014. Вип. 1-2. С. 48-53.

Батченко Л. В.

Київський національний університет культури і мистецтв

Деліні М. М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Резюме

В статье представлены теоретико-методологические основы социально-экономической ответственности предпринимательства. Определены цели, субъекты, объекты, принципы осуществления, ее формы и инструменты. Исследованы мотивы ее реализации и преимущества от ее внедрения для каждой отдельной группы реципиентов.

Ключевые слова: социально-экономическая ответственность предпринимательства, социальная ответственность бизнеса, принципы, формы, инструменты.

Batchenko L. V.

Kyiv National University of Culture and Arts

Dielini M. M.

National Pedagogical Dragomanov University

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF SOCIO-ECONOMIC RESPONSIBILITY OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Summary

The article presents the theoretical and methodological principles of socio-economic responsibility of entrepreneurship. The purpose, subjects, objects, principles of implementation, its forms and tools are defined. The motives of its realization and advantages from its introduction for each separate group of recipients are researched.

Key words: socio-economic responsibility of entrepreneurship, social responsibility of business, principles, forms, tools.