

**Державний вищий навчальний заклад
«Українська академія банківської справи
Національного банку України»
Кафедра менеджменту**

**НАУКОВА СТУДЕНТСЬКА РОБОТА
З ПРИКЛАДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ ТЕМАТИКУ:**

**«Благодійність, волонтерство, соціальна відповідальність бізнесу:
вітчизняний та зарубіжний досвід»**

Виконавці: студенти 3-го курсу,
напряму підготовки „фінанси і кредит”

Звонков Дмитро Олександрович,
Кривонос Євген Дмитрович

Науковий керівник: к.е.н., доцент Розкошна О.А.

Суми - 2012

Постановка проблеми. Як відомо, потрапляючи у ситуацію соціальної безвиході, людина вимушена реалізувати усі наявні у неї об'єктивні і суб'єктивні ресурси для стабілізації свого становища. Те ж саме відноситься і до поведінки підприємців, які для досягнення рентабельності і навіть простого виживання змушені звертатися до тіньових схем. Зарубіжний досвід доводить значимість соціальних чинників у стимулюванні підприємницької прозорості і поступової прихильності принципам соціальної відповідальності і соціального бізнес-партнерства з державою. Оскільки в соціальних проблемах розвитку сучасної України виявляються усі проблемні чинники, тому становлення розвинутої економіки у нашій країні безпосередньо пов'язане із формуванням соціальної відповідальності бізнесу, із зміною соціальної політики взагалі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної відповідальності привертає увагу багатьох представників фінансової науки. Серед визначних зарубіжних та вітчизняних науковців питаннями щодо визначення змісту соціальної відповідальності, характеристикою її складових опікувалися: М. Х. Мескон, О.Д. Василик, М.І. Долішний, В.М. Гейць, В.Л. Осецький, А.А. Чухно, С.І. Юрій та інші. Проте, незважаючи на значні досягнення у вирішенні теоретико-методологічних питань соціальної відповідальності бізнесу, ціла низка питань, пов'язаних безпосередньо з механізмом мотивації соціальної відповідальності бізнесу, залишається недостатньо дослідженою, а тому ці питання потребують додаткового вивчення.

Постановка завдання. Метою наукової роботи став процес дослідження вітчизняного та закордонного досвіду щодо розвитку благодійності, волонтерства та соціальної відповідальності бізнесу та врахування позитивного характеру останнього Україною, яка повинна виробити вітчизняні засади благодійництва та благодійної діяльності, що знайде законодавче закріплення на державному рівні та сприятиме підвищенню громадської активності українського суспільства.

Виклад основного матеріалу досліджень. В теперішній час єдиного авторитетного визначення терміну соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) не існує. Різні фахівці, керівники сучасних організації пропонують різні визначення, хоча в них є спільна основа: СВБ переймається тим, як компанії керують комерційною діяльністю для створення загального позитивного впливу на суспільство.

Так наприклад, Європейська спільнота СВБ представляє як “інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі”. Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF) розуміє СВБ як сприяння відповідальній діловій практиці, яка забезпечує вигоди бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.

Взагалі абсолютних стандартів щодо СВБ немає, а ті чинники, що на сьогодні визначають дане бізнес-явище можуть змінюватися з кожним поколінням, кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону, географії країни.

Існує багато підходів до трактування СВБ, які виникали по мірі того, як суспільство реагувало на нові ролі бізнесу. Більше того, критерії СВБ важко визначити (за винятком законодавчих обов'язків), тому що вони є умовними: те, що є для однієї діючої особи відповідальним, інші можуть сприймати по-іншому. До того ж критерії СВБ різняться залежно від національних соціально-економічних пріоритетів – котрі самі знаходяться під впливом історичних і культурних факторів – та від різних типів соціальних дійових осіб, що вимагають дії за цими пріоритетами.

Соціальна відповідальність як підхід до справ бізнесу має наступний набір характеристик:

- 1.СВБ - це добровільний вибір компанії, в умовах зростання конкуренції й зниження довіри до бізнесу.

2. СВБ включає всіх членів місцевого суспільства: бізнес, ЗМІ, владу, населення, інвесторів та ін.

3. СВБ це не засіб вирішення проблем суспільства за рахунок бізнесу, а засіб участі у розвитку того середовища, де працює бізнес.

Традиційно виділяється три способи заохочення СВБ, які використовуються у світі: податкові кредити (зменшення ставки податку), податкові відрахування (зменшення оподаткованої бази); "процентні закони", згідно яким, компанія сама може вибрати, на які потреби піде певна частина податків, які вона платить [10].

Останнім часом в Україні зростає протистояння держави і підприємницьких кіл. Свідомством цього є динаміка зміни індексу економічної свободи (*Index of Economic Freedom 2010*)(див. табл. 1).

Таблиця 1 - Місця окремих країн за індексом економічної свободи у 2003–2010 рр.

Країна	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Естонія	8	10	14	14	11	12	13	16
Литва	27	18	23	21	21	26	30	29
Чехія	36	35	47	40	39	37	37	34
Латвія	44	33	39	37	38	38	45	50
Польща	66	80	77	84	90	83	82	71
Казахстан	122	135	117	76	83	76	83	82
Молдова	74	94	84	87	82	89	120	125
Росія	129	122	131	128	131	134	146	143
Білорусь	151	146	145	145	148	150	167	150
Україна	128	114	101	110	135	133	152	162

За рівнем економічних свобод у 2010 році Україна посіла 162-е місце із 179 країн світу. Серед колишніх республік СРСР гірші показники лише у Туркменії. У Росії, наприклад, 143 місце, у Білорусі – 150, у Молдови – 125. Досить стійкі позиції у рейтингу займають країни Балтії та Східної Європи: Естонія (16), Литва (29), Чехія (34), Латвія (50), Польща (71). Це також

найгірший результат у Європі: серед усіх європейських країн Україна посіла 43-є місце, тобто останнє.

Нажаль в Україні відсутня державна політика щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Влада сприймає соціальну відповідальність бізнесу досить однобічно, як «соціальне партнерство», «соціальний діалог», «благодійність». Результатом цього є недостатня підтримка соціальних програм і проектів підприємств органами державної влади, відсутність відкритого діалогу щодо розробки належних стимулів для бізнесу, який прагне у своїй діяльності реалізувати принципи соціальної відповідальності. Сьогодні соціальна відповідальність бізнесу сприймається українськими підприємцями, скоріше за все, як маркетингова або PR-технологія, яка обмежується соціальними акціями і, відповідно, у такому вигляді не може сприяти сталому розвитку як на мікро-, так і на макрорівні, а також підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі. Зокрема, увага до таких акцій підвищується, як правило, перед виборчими кампаніями. Такі передвиборні пожертвування здійснюються з метою одержання певних політичних чи економічних дивідендів. Але мало хто з представників бізнесу замислюється про те, що, зрештою, такий підхід не завжди виправдовує надії і очікування зацікавлених сторін і може негативно позначитися на репутації бізнесу.

Прикладом цього може бути благодійні акції Президента Республіки Білорусь. У їх рамках планується відвідати 39 будинків-інтернатів, соціальних притулків, дитячих будинків, допоміжних шкіл-інтернатів у всіх регіонах країни. Кожна посилка укомплектована найнеобхіднішими товарами: постільними речами, рушниками, теплими пледами, карнавальними костюмами для хлопців, іграшками. Вихованці отримають подарунки загальною вартістю 1 мільярд білоруських рублів. «Свята справа підтримати хворих і знедолених дітей, тих, хто не з власної волі опинився в непростій ситуації. Шкодувати грошей на ці цілі не слід», - переконаний

один з організаторів заходу, керівник головного господарського управління Михайло Беляєв.

Отже, найбільш ефективними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем є наступні: створення сприятливих організаційно-правових умов для діяльності суб'єктів господарювання, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем; надання пільг по податках, зборах, орендній платі та інших платежах підприємствам і організаціям, які займаються шефською, спонсорською, благодійною діяльністю; цільова фінансова підтримка недержавних суб'єктів соціальної політики за рахунок бюджетних коштів; застосування економічних та інших санкцій до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам територіальної громади; налагодження співпраці з податковими органами та проведення консультаційної і ознайомчої роботи тощо; акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва [11].

Збільшення рівня висвітлення діяльності компаній у царині благодійництва дасть змогу пересічному громадянину дізнатись, що комерційні організації не лише намагаються отримувати прибутки, а й піклуються про громаду, де вони працюють, є соціально відповідальними. Стимулювання участі бізнесу у соціальному розвитку громади є надзвичайно важливим, оскільки головним джерелом одержання благодійної допомоги громадяни України вважають як раз комерційний сектор.

Що ж до волонтерства та благодійності, то з точки зору участі громадян в різних видах громадянських дій українське громадянське суспільство має значну активність. Головним викликом для українського громадянського суспільства є розвиток навичок, можливостей та волі громадян для їх широкого залучення до організаційної діяльності в якості волонтерів, благодійників та донорів.

Таким чином, необхідно поставити певні завдання для підвищення громадської активності: підвищення рівня визнання; мотивація; встановлення системи обміну інформацією. Для того, щоб підвищити рівень визнання, необхідно щоб розвиток волонтерського руху та філантропії в Україні базувався на ґрунтовній теоретичній базі. Саме науковий підхід до вивчення можливостей розвитку волонтерського сектору та благодійництва може створити той професійний рівень, який в змозі впливати на формування позитивного іміджу та високого статусу волонтера та донора.

Створення Державної спілки волонтерських організацій, яка сприятиме «підвищенню кваліфікації» волонтерів та формування іміджу надійного партнера для фінансових кіл, може внести вагомий внесок у підвищення рівня визнання. Так, наприклад, в Німеччині, федеративна спілка проводить облік якості роботи волонтерських агенцій та видає відповідний сертифікат, що діє 2 роки [3].

Облік та сертифікація якості роботи агенції є процесом добровільним, внутрішньоорієнтованим в кожній окремій організації. Спілка розробила спеціальні засади керівництва діяльністю стосовно забезпечення якості роботи волонтерської агенції, які забезпечують розуміння стандартів та механізмів роботи повною мірою. Це дозволяє підвищити якісний рівень роботи волонтерських агенцій та підтверджує позитивність іміджу агенції перед різними фондами та донорськими організаціями.

Для волонтерської діяльності одними з основних мотивів участі у волонтерській роботі є альтруїстичне бажання волонтерів допомогти іншим, досягнення особистісного і професійного розвитку, а також і матеріальне заохочення за виконану роботу. Але може настати такий момент, коли у волонтера можуть зникати інтерес, енергія, винахідливість при виконанні певної роботи, але організатор завжди повинен відчувати чи помічати такий стан своїх волонтерів і застосовувати заходи, які б стимулювали учасників до нових дій [2].

Щоб вирішити вище зазначену проблему необхідно створити програму модульних курсів з підготовки менеджерів, організаторів волонтерського руху з числа керівників громадських організацій, волонтерських загонів, організаторів волонтерського руху, працівників соціальних служб для молоді та розробки методичного посібника з підготовки відповідальних осіб з волонтерської роботи. Окрім цього, для підвищення мотивації громадської активності у волонтерській діяльності слід звернутись і до зарубіжного досвіду. Наприклад, американська практика – коли для отримання диплома студентам необхідно відпрацювати визначену кількість годин на громадських засадах. Так звані волонтерські години сьогоднішні студенти починали напрацьовувати ще в шкільні роки [3].

Для відповідної мотивації волонтерам слід також створити сприятливі умови для праці, а саме: забезпечити органами влади, щоб волонтери мали адекватне страхове забезпечення від нещасних випадків та особистої відповідальності щодо своєї волонтерської діяльності; встановлення обов'язків користувача послугами волонтера є важливими гарантіями для волонтера.

Візьмемо до уваги польський досвід: коли користувач може відшкодувати видатки на навчання волонтера у сфері виконуваних ним послуг, визначених у домовленості. Також волонтерів можуть надавати медичні послуги (якщо вони передбачені у приписах про надання медичної опіки, що фінансується з публічних коштів) у разі нещасного випадку при виконанні послуг (якщо волонтер виконує послуги протягом періоду, що не перевищує 30 днів, користувач зобов'язаний забезпечити страхування від наслідків нещасних випадків). Податковим законодавством такі виплати і відшкодування витрат волонтера звільняються від сплати податку на прибуток фізичних осіб [5].

Щоб забезпечити мотивацію для участі у волонтерській діяльності, також слід створити відповідні умови для функціонування таких організацій:

- зробити практичні зусилля щодо пошуку та наданні достатнього та стабільного фінансування адміністративних витрат та проектів, без надмірного заповнень документів, бюрократії під час здійснення контролю за витрачанням коштів;

- для забезпечення швидкої реакції у разі природного лиха та нещасних випадків спонукати регіональні та місцеві органи влади підтримувати впровадження добровільних послуг у громаді;

- зробити винятки із сплати ПДВ для волонтерських організацій щодо закупівлі товарів з метою виконання своїх завдань, а також врахувати аргументи для винятків із ПДВ щодо сплати з товарів та послуг, які надаються волонтерським організаціям;

- поширити сприйняття волонтерської діяльності як внеску громади у фінансування спільних проектів, працювати над запровадженням системи фінансування з громадських фондів;

- заохочувати компанії та інших учасників приватного сектору, надавати як частину їхньої корпоративної соціальної стратегії фінансову підтримку ініціативам сприяння волонтерству [4].

Також поряд із благодійністю для українських організацій одним з шляхів фінансування може стати соціальне підприємництво (СП). Найважливіше у цій концепції – роль соціального підприємця, який є лідером, новатором та рушійною силою соціальних перетворень у громадах. І тут переважно суб'єктом СП є людина та її діяльність. Форма не має значення і може різнитися: від ініціативної групи у громаді до приватного бізнесу або науково-дослідного інституту.

В даному випадку посилюється мотивація підприємця не як донора, а як партнера. Партнером виступає підприємець — член організації, який сприяє, наприклад, збуту товарів вироблених особами, що проходять соціальну реабілітацію; або – виробляє певну продукцію для людей з обмеженими можливостями, що сприятиме покращанню якості їх життя, а

також заповненню ринкової ніші, яку бізнес сприймав як неперспективну і нерентабельну [1].

Вище зазначена ситуація вимагає вдосконалення законодавства, адже комерційна діяльність громадських організацій може загрозувати позбавленням їх неприбуткового статусу, сплатою податків тощо.

Для благодійної діяльності також слід створити інформаційно-консультаційний центр для координації діяльності благодійних фондів (що вже можливо створити на базі Українського форуму благодійників).

І це не тільки підтримка діяльності веб-ресурсу, орієнтованого на інформаційний обмін між благодійними фондами, його діяльність також передбачає здійснення комунікації між різними підприємцями та «потребуючими допомоги» на професійному рівні; фахове визначення першочергових потреб, які вимагають фінансування; забезпечення контролю за наданими коштами, які будуть витрачені за призначенням (що створюватиме певні гарантії для благодійників та донорів).

Засоби масової інформації, в більшості випадків, відмовляються розміщувати інформацію про благодійні фонди безкоштовно. Таким чином, для забезпечення необхідного висвітлення благодійних та волонтерських акцій слід розробити відповідні законодавчі зміни, які забезпечать мінімальний стандарт ефірного часу, що має бути присвячений соціальним проблемам та громадській активності суспільства.

Слід зазначити, що під благодійністю розуміється добровільна безкорислива пожертва фізичних та юридичних осіб у поданні набувачам матеріальної, фінансової, організаційної та іншої благодійної допомоги; специфічними формами благодійництва є меценатство, спонсорство і волонтерська діяльність. А благодійною діяльністю згідно з Законом України «Про благодійництво та благодійні організації» розуміється добровільна безкорислива діяльність благодійних організацій, що не передбачає одержання прибутків від цієї діяльності [6].

У світі широке поширення благодійних фондів, насамперед корпоративних, пояснюється рядом причин. По-перше, це передбачає пільги з оподаткування. Законодавство багатьох країн допускає використання частки прибутку комерційних структур на добродійні цілі замість сплати відповідних податків. Аргументи з позиції уряду досить очевидні: благодійні фонди виділяють кошти на фінансування соціальних програм і проектів, тобто частково беруть на себе виконання функцій державних органів: надання допомоги інвалідам, малозабезпеченим, робота з дітьми і молоддю, освіта громадян. По-друге, у деяких випадках добродійність є виключно вигідним вкладенням капіталу. Зокрема, існують добродійні програми, що фінансують фундаментальні дослідження. Надаючи невеликий грант на проведення дослідження, донор отримує доступ до результатів проекту, «ноу-хау», економічний ефект від впровадження якого в тисячі разів перевершує вкладені кошти. Ще один приклад неабияких вигод – програми фінансової підтримки молоді з країн третього світу, які дозволяють вибрати найбільш перспективних і талановитих серед них і таким чином забезпечують не лише відбір, а й «відтік» в економічно розвинені країни.

На сьогоднішній день в Україні існують певні негативні перешкоди, що стримують вільне вкладання коштів у благодійність. До таких стримувачів варто віднести: відсутність ефективних податкових стимулів для розвитку благодійництва та благодійної діяльності; відсутність чіткого нормативного розмежування різних понять сфери благодійництва; недостатність однозначного понятійного інструментарію, що відноситься до благодійної діяльності; нестабільна система оподаткування; неврегульовані проблеми неприбуткових громадських організацій.

Взагалі, на нашу думку, в Україні потрібно ширше розвивати меценатство, як одну із форм благодійництва.

Необхідно прийняти закон «Про податкові послаблення для меценатів», який сприятиме виділенню коштів на благодійні цілі. Все це призведе до збільшення благодійних організацій в Україні за рахунок

можливості зменшити податки на суму пожертвувань. Яскравим прикладом щодо застосування зазначеного підходу розвитку благодійництва може бути США. Країна, яка після Першої світової війни для підтримки економічного зростання прийняла закон про податкові послаблення для меценатів, які виділяють кошти на благодійні цілі. У 1921 році пожертвування в США склали 1 мільярд 700 мільйонів доларів. Тепер існує в країні біля мільйону благодійних організацій, звільнених від податків. Обсяг доходів яких, протягом останніх 40 років та щорічних пожертвувань сягає двох відсотків від валового національного продукту країни [7].

До того ж доцільно створити Державну комісію, яка б напрацювала проекти, а потім ініціювала прийняття таких Законів, як: «Про соціальну роботу», «Про спонсорство і меценатство» та інші і яка б допомагала вирішувати питання стосовно надання пільг в разі здійснення благодійної діяльності і змін оподаткування некомерційного сектору. Прикладом може стати Казахстан де, Державна комісія спроектувала у 2007 році та сприяла прийняттю Законів «Про соціальну роботу», «Про спонсорство і меценатство», «Про внесення змін і доповнень до Кодексу РК «Про податки» [8].

Зазначимо, що у законодавстві більшості розвинутих країн передбачено, що сума благодійних внесків вираховується з прибутку благодійника – платника податку ще до того, як цей прибуток потрапляє у сферу прибуткового контролю. У Франції у 2003 році розроблена податкова система, що передбачає зменшення на 60 % податків підприємств у випадку надання ними меценатської допомоги. В Італії індивідуальні благодійні внески можна надавати лише урядовим і тим приватним організаціям, що користуються довірою уряду на проведення виставок, придбання та реставрацію художніх цінностей.

Висновки з даного дослідження. Отже, досвід зарубіжних країн засвідчив, що залучення приватного капіталу до благодійного фінансування культурно-мистецької сфери не є стихійним процесом, а регулюється

державною політикою, що спирається на системні наукові дослідження проблеми благодійності. Законодавство зарубіжних країн на практиці демонструє свою ефективність, оскільки передбачає наступне: сума благодійних внесків вираховується з прибутку благодійника – платника податку ще до того, як цей прибуток потрапляє у сферу прибуткового контролю. Враховуючи позитивний характер цього досвіду, Україна повинна виробити вітчизняні засади благодійництва та благодійної діяльності, що знайде законодавче закріплення на державному рівні та сприятиме підвищенню громадської активності українського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мескон, М. Х. Основы менеджмента [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – [3-е изд.]. – М. : И. Д. Вильямс, 2007. – 672 с.
2. Інтерв'ю з Павлом Тітком, «Наше суспільство потребує розвитку культури пожертвувань»//Режим доступу: [http://www.risu.org.ua/ukr/religion.and.society/interview/article;26461\](http://www.risu.org.ua/ukr/religion.and.society/interview/article;26461)
3. Міжнародна волонтерська діяльність – досвід Берліну вивчають українці // Режим доступу: http://www.spcngo.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=65&Itemid=1&lang=uk
4. Українське громадянське суспільство – двигун чи запасне колесо суспільних перетворень //Висновки проекту СІВІКУС Індекс громадянського суспільства в Україні, 2003-2005 р.р. – 196с.
5. Хауляк Я. Волонтаріат та його функціонування в ЄС та Польщі // Режим доступу: <http://www.studua.org/articles/2008/08/26/803.html> -
- 6.Про благодійництво та благодійні організації [Електронний ресурс] : Закон України від 1997, N 46, ст.292 [зі змін. та доп.]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=531%2F97-%E2%F0> – Назва з екрана.
7. Сиротин А. Меценатство в США // Чайка. – 2005. – № 2. – С. 2.

8. Смоляк І. Благодійництво вдома і за рубежом // Політика і час. – 1996. – № 9. – С. 54-57.
9. Венгловский А. Дары свыше // Бизнес. – 2005. – № 43. – С. 86-90.
10. Рамазанов А. Концепція корпоративної соціальної відповідальності. Проблеми теорії та практики управління 2007. С. 38–46
11. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність//.- К. „Видавництво Олексія Капусти”, 2004. – 348 с.