

УДК 005.35:3-39.1

Н. А. Дехтяр, канд. екон. наук, К. В. Піскун,
ДВНЗ "Українська академія банківської справи НБУ"

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ФІНАНСОВИХ СТИМУЛІВ ДЕРЖАВИ ЩОДО ПІДТРИМКИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

У статті проаналізовано сутність поняття соціально відповідальний бізнес та його значення. Досліджено відношення українського суспільства та держави до проблем соціально відповідального бізнесу. На основі міжнародного досвіду сформовано модель фінансових стимулів щодо розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, фінансові стимули.

Постановка проблеми. Економічна криза та світова глобалізація є катализатором зростаючої конкуренції у бізнес-середовищі. У таких умовах переорієнтація прибуткового бізнесу на соціально відповідальний є досить актуальною. Більше того, соціально відповідальна поведінка бізнесу сприяє формуванню конкурентоспроможної економіки країни, більш динамічної, на принципах соціальної згуртованості, знаннях.

На сьогодні однією з найвагоміших проблем побудови соціально відповідального бізнесу в Україні є недостатньо налагоджений та відкритий діалог між бізнесом та владою. Несформованими є спонукальні мотиви, у тому числі і фінансові, щодо ведення соціально відповідальної діяльності, що дозволить спочатку на рівні вигоди, а потім на рівні морального боргу перед регіоном, країною розвинути у підприємства прагнення до ведення соціально відповідального бізнесу. Необхідним є аналіз відповідних програм розвитку соціально відповідального бізнесу країн Європи та формування власної моделі заохочення бізнесу за допомогою фінансових стимулів до ведення та покращення соціально відповідальної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціальної відповідальності бізнесу та споріднені з нею проблеми досліджувалися такими вітчизняними та зарубіжними науковцями, як І. Акімов [1], В. Український [11], В. Пилипенко, Д. Баюра [2], С. Мельник [6], М. Делягін, С. Перегудов, І. Семененко, П. Дракер та ін. Але і на теперішній час на державному рівні залишається невирішеною проблема щодо заохочення та стимулювання бізнесу до ведення соціально-відповідальної діяльності.

© Н. А. Дехтяр, К. В. Піскун, 2011

Метою статті є розробка адаптивної моделі фінансових стимулів держави для залучення бізнесу до ведення соціально відповідальної діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу. В останні роки питання соціальної відповідальності бізнесу набуло першочергового значення у багатонаціональних компаніях та урядах багатьох країн. Все більша увага приділяється екологічному виробництву, стичним питанням, підвищенню довіри населення до діяльності компаній, зміцненню репутації, партнерським стосункам між бізнесом і владою та усіма верствами населення. Відчутна мотивація існує і зі сторони активістів, що переймаються проблемами довкілля, інтересами споживачів. Критика стосовно недосконалого законодавства щодо охорони природи, здоров'я, норм безпеки сприяє зростанню тиску на компанії та підприємства. І не дарма, адже лише з недалеких 70–80-х років громадськість почала дізнаватися про міста-привиди, що загинули разом із підприємствами, річки, в яких неможливо купатися, катастрофи, спричинені діяльністю виробничих підприємств. Тому все більшого значення набувають питання існування цивілізованого суспільства, яке відповідало б перед майбутніми поколіннями за результати свого управління. Держави та міжнародні організації почали активно підтримувати цю тенденцію, усвідомлюючи, що прибутковість та ефективність бізнесу збільшується, якщо вони інвестують у сталий розвиток громади. Відбувається процес формування нових стратегій, що дозволять краще реагувати на потреби споживачів, партнерів, суспільства та довкілля, тобто переорієнтація прибуткового бізнесу на соціально відповідальний.

Досліджуючи проблематику соціальної відповідальності бізнесу, нами було виявлено відсутність єдиного визначення соціально відповідального бізнесу. Так і кожна організація розуміє соціально відповідальний бізнес залежно від ступеня, у якому вона інтегрує його у своїй діяльності, і надає власне визначення даній категорії. Наведемо деякі з них.

Світова рада бізнесу дає таке визначення соціальної відповідальності бізнесу: це – постійний обов'язок бізнесу дотримуватися етики та сприяти економічному розвитку, покращуючи при цьому стандарти життя працівників та їхніх родин, а також місцевих громад та суспільства в цілому.

Зелена книга Європейського союзу (2001 р.) трактує соціально відповідальний бізнес як "інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі" [10, с. 5].

Для IBLF (Міжнародний форум лідерів бізнесу) соціально відповідальний бізнес означає "сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду 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" [10, с. 5].

Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD) визначає соціально відповідальний бізнес як "зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя" [10, с. 5].

На нашу думку, найбільш повне визначення соціально відповідальному бізнесу дає Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF). У ньому зазначено важливий момент: сприяння відповідальній діловій практиці, яке вже в подальшому впливатиме і на обов'язок, зобов'язання бізнесу і на його вигоду ведення етичної, екологічної, соціальної політики.

В Україні соціально відповідальний бізнес розглядається як благодійність та механізм соціальних інвестицій приватного сектору. Ці функції сприймаються не як доповнення до відповідних функцій держави, а як заміна держави у соціальній сфері. Недостатня увага приділяється литанню стимулювання підприємств до соціальної відповідальної поведінки. Має місце і недовіра українських споживачів до компаній, низький рівень їхньої репутації. Якщо на Заході 75 % споживачів обирають продукцію, враховуючи соціальні проекти виробників, то в Україні цей відсоток складає лише 21 % (за даними дослідження, наведеного компанією МТС у 2007 р.) [7]. На наш погляд, ці негативні моменти, що існують в Україні, спричинені у першу чергу низьким рівнем зацікавленості у соціально відповідальній поведінці і залежно від цього низькою соціальною активністю.

На сьогодні українські соціально відповідальні компанії, окрім морального задоволення, нічого не отримують. Деякі з них додержуються соціально відповідальної діяльності, виходячи з акціонерних правил, корпоративної культури, деякі через тиск держави, висловлюючись, що корпоративна соціальна відповідальність є додатковим навантаженням на бізнес.

На жаль, при дослідженні в українському бізнес-середовищі було виявлено ще один негативний момент. Із 152 компаній України у списку Global Compact Ukraine [12] доступними є менше 50 звітів компаній за 2008–2010 рр., що заявляють про свою соціальну відповідальність. Можна зробити висновок про те, що ідея звітності в Україні по корпоративній соціальній відповідальності ще не прижилася. За визначенням Міжнародної організації праці, корпоративна соціальна відповідальність – це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону [4, с. 10].

Зрозуміло, що корпоративна соціальна відповідальність – це саме добровільна ініціатива, якої в Україні, на наш погляд, дуже замало.

Отримані дані свідчать про те, що Україна ставиться до соціальної відповідальності бізнесу як до чогось нового, можливо як до піару, і не сприймає соціально відповідальний бізнес як один з найважливіших напрямків розвитку економіки. Хоча сфери, які охоплює соціально відповідальне підприємство, не можна недооцінювати і залишати без уваги. Це і економічна сфера (створення додаткових привабливих робочих місць, залучення інвестицій як до соціального активного підприємства, так і до держави в цілому, підвищення конкурентоспроможності, репутації); екологічна (виробництво якісної продукції та послуг, піклування про навколишнє середовище); етична (побудова добросусідських і взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами; врахування суспільних очікувань та загальноприйятних етичних норм у діловій практиці; внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти суспільного розвитку; незаперечне виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного тощо [5, с. 11]).

Саме у створенні сприятливого середовища, в якому бізнес міг би розвиватися, полягає роль держави. А влада в свою чергу повинна розуміти, що розвиток соціальної відповідальності бізнесу сприятиме соціально-економічному розвитку країни в цілому. В таких умовах просто необхідним є діалог держави та бізнесу, у результаті якого буде чітко вирішено, що бізнес робить для соціальної сфери і які переваги держава надає йому взаєм.

Під час парламентських слухань з питань корпоративної соціальної відповідальності в Україні 30 листопада 2009 року Джек Мендоз-Вільсон, директор з міжнародних зв'язків та відносин з інвесторами компанії СКМ, висловив свою думку про взаємодію бізнесу та уряду, з якою неможливо не погодитися. Він зазначав: "Головна роль уряду – стимулювати відповідальну ділову практику, адже корпоративна соціальна відповідальність може процвітати і зробити свій внесок у розвиток країни тільки в контексті ефективного державного управління. Це означає не стільки накази та контроль, скільки цілий ряд механізмів, які уряд має у своєму розпорядженні: сприятливе законодавство, створення стимулів, включаючи фінансові, наприклад, створення податкових стимулів для компаній, які інвестують в підвищення енергоефективності та скорочення видатків парникових газів. Уряд як покупець може вимагати, щоб контракти на закупівлю містили соціальні, екологічні та етичні критерії".

Аналізуючи ставлення громадян до розвитку соціально відповідального бізнесу, нами було встановлено, що 40 % респондентів України є

прихильниками тієї точки зору, що саме держава повинна стати двигуном (локомотивом) сталого розвитку країни (за даними інтерактивного голосування "Sense") [9]. Серед респондентів частіше молодь вважає найважливішим чинником заохочення соціально відповідальних підприємств, створюючи для них пільги, забезпечуючи державними замовленнями та ін. Отже, очевидно, що державна система заохочень бізнесу, на думку населення, – прямий шлях до соціально відповідального бізнесу.

Голова Комітету Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва Наталія Королевська також зазначає, що в Україні необхідно розробити та впровадити окрему державну програму гарантій для соціально відповідального бізнесу. У багатьох країнах вже давно працюють державні програми, що надають соціально відповідальному бізнесу істотні преференції у галузі державних закупівель та кредитування. Вона глибокого переконана, що, використовуючи міжнародний досвід та враховуючи українську специфіку, ми зможемо відпрацювати програму, яка допоможе і державі, і бізнесу гідно пройти посткризовий період [8].

З викладеного очевидно стає необхідність стимулювання державою розвитку соціально відповідального бізнесу, створення певних фінансових стимулів до ведення соціальної діяльності.

Крім того, при аналізі міжнародного досвіду зрозуміло, що заохочення бізнесу до ведення соціально відповідальної діяльності фінансовими стимулами активізує його.

Фінансовими стимулами слід вважати особливі форми організації фінансових відносин, покликані посилити матеріальну зацікавленість суб'єктів господарювання в досягненні кращих результатів діяльності [3].

Наприклад, у Голландії, ті компанії, що дотримуються "зеленого інвестування" щодо екологічних питань, фінансуються взагалі за спеціальними програмами.

Для Японії сама екологія є дуже значущою. У цій країні розроблені різноманітні програми про використання електромобілів, гібридних автомобілів, програми сертифікації тих підприємств, що сприяють екологічним поїздкам на роботу, а також скорочена система податків підприємств, що виробляють екологічно чисті продукти разом з постійною роботою над зниженням рівня викидів парникових газів у навколишнє середовище.

З дослідження зарубіжних країн стає зрозумілим, що все більше фінансових інститутів Європи прагнуть називатися "зеленими", тобто такими, що впроваджують у своїй діяльності екологічну ідею. Це виражається і у кредитуванні покупки "гібридних" авто, і у наданні фінансової допомоги для будівництва житла за екологічними стандартами. Ось і

Німеччина, Ірландія, Нідерланди надають фінансову підтримку, особливо малим та середнім підприємствам, у фінансуванні екологічно чистих проектів. На сьогодні Уряд Німеччини розробив більше 50 проектів у сфері екології та стичної і добросовісної торгівлі. Німеччиною також запроваджено фінансові нагороди тим компаніям, що створюють додаткові робочі місця.

Необхідно зазначити, що більшість держав вбачають ефективність стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу і у навчанні для підвищення обізнаності про соціально відповідальний бізнес. Тобто включення соціальної відповідальності у навчальний процес сприятиме обізнаності та кращому його розумінню. Крім того, важливим фактором у стимулюванні соціально відповідальної поведінки є залучення зовнішніх коштів фінансування. Демонструючи зацікавленість та відмінні результати соціально відповідальної діяльності, як спосіб зменшення інвестиційного ризику, бізнес сприятиме залученню подальшої зовнішньої уваги та фінансування.

Стимулом підтримки соціально відповідального бізнесу у Великобританії до 2011 р. є програма грантів на загальну суму 130 млн. фунтів стерлінгів. Ціллю якої є збільшення інвестиційних донорів на місцевому рівні. Ще однією програмою уряду Великобританії щодо підвищення ролі соціальних підприємств є програма, яка своєю назвою говорить сама за себе: "Соціальне підприємство. План дій: нарощування масштабів нових висот, які здійснюють державні відомства та установи". Сама королівська родина бере активну участь у сфері етики бізнесу. Організацією "Бізнес та суспільство", яку очолює Принц Уельський з 1990 р. впроваджено програму, яка надає можливість керівникам найбільших компаній побачити власними очима усі ті проблеми, що спіткали їхніх майбутніх клієнтів, потенційних співробітників. Керівникам пропонується побувати та провести час у різних районах країни, у т.ч. і злочинних мікрорайонах, школах, тюрмах, будинках для бездомних. Завдяки цьому бізнес розуміє свою важливість у соціально відповідальній поведінці і сприяє вирішенню ряду важливих проблем.

Основна мета податкових пільг Великобританії щодо соціально відповідальних підприємств – заохочення інвестицій у малозабезпечені регіони, у підприємства, яким необхідна фінансова підтримка.

В Італії, наприклад, запроваджено квоту (2 %) наймати людей з інвалідністю до компаній у яких більше 50 співробітників. Взагалі, споживачі Іспанії згідно з доповіддю Forética досить відповідально ставляться до придбання продуктів та товарів, а питання соціальної відповідальності компаній для них дуже актуальне. Майже 40 % з них готові відмовитися від продуктів безвідповідальних компаній, ще 55 % – платити більше за якісну продукцію соціально відповідальних.

Уряд Франції стимулювання підприємств до соціально відповідальної діяльності здійснює у вигляді нагород, в тому числі і "еко-лейбл", створюються законодавчі рамки для державних закупівель.

Франція взагалі є однією з перших країн, що з 2001 р. зобов'язала до звітів компанії включати інформацію з питань здоров'я, освіти, безпеки, робочих годин, становища працівників, впливу компанії на довкілля.

Серед досягнень уряду Чилі у просуванні соціально відповідального бізнесу є створення Ради зі сталих державних закупівель у 2009 р. Її метою є поширення сталих закупівель серед державних установ, перехід на більш масовий рівень.

Цікавим є той факт, що Індія у десятці азіатських країн, що надають соціальній відповідальності бізнесу вагомому значення, але мають місце проблеми бідності, відсутності якісної медицини, освіти. Державі не під силу вирішення соціально-економічних проблем, тому вона значну увагу приділяє ініціативам компаній у соціальній сфері.

США, Італія допомагають роботодавцям повернути затрати, які вони понесли на покращення робочих місць працівникам з вадами. Пропонуються спеціальні податкові пільги для компаній, в яких працюють інваліди, ветерани, пенсіонери, молодь, надаються податкові кредити для більш доступного бізнесу для інвалідів. Можливість не сплачувати податок на продаж та податки на нерухомість мають благодійні організації США.

Компанії Італії отримують фінансові та фіскальні пільги уряду за внески до Фонду соціального зобов'язання Італії, якщо вони прагнуть брати активну участь у заходах соціальної сфери.

Запровадження соціальних та екологічних положень до системи державних закупівель з досвіду зарубіжних країн також підтримує компанії, що дотримуються соціально відповідальної поведінки. Для їх діяльності вдосконалюються ринкові умови і створюється пільговий режим. У Німеччині, Фінляндії, Австрії, Данії, Нідерландах, Швеції, Великобританії 40–70 % тендерів включають екологічні критерії.

Прямим фінансовим стимулом є сертифіковані товари та послуги. Однак витрати на сертифікацію дуже часто є надто високими. Тому Урядом Македонії запроваджена часткова компенсація витрат на сертифікацію.

В Україні також діють податкові пільги для благодійників. Вони закріплені на законодавчому рівні. Підприємства України, що використовують інноваційні технології та альтернативні джерела енергії також отримують податкові знижки від держави. Але тієї форми, у яких вони існують, недостатньо.

Проаналізувавши досвід зарубіжних країн з питань розвитку соціально відповідального бізнесу було б доцільно запозичити та розвивати

такі напрямки стимулювання державою соціальної відповідальності бізнесу:

1. Стимулювання соціально відповідального бізнесу шляхом запровадження соціальних положень до контрактів про державні закупівлі, пільговий режим у державних закупівлях.
2. Часткове повернення коштів компаніям, які сертифікують стандарти соціальної відповідальності.
3. Рефінансування банківських позик для соціально активних підприємств.
4. Заохочення грантами та нагородами.
5. Фінансова підтримка екологічної політики підприємств.
6. Фінансування навчання.
7. Направлення урядом зовнішніх коштів у соціальні сфери бізнесу.
8. Податкові стимули: вигоди від податку на власність, ПДВ, податку на прибуток.
9. Преференції соціально відповідальним компаніям у вигляді дозволів на будівництво, пільгового землевідведення.

На цій основі можна побудувати модель фінансових стимулів для України щодо соціально відповідального бізнесу.

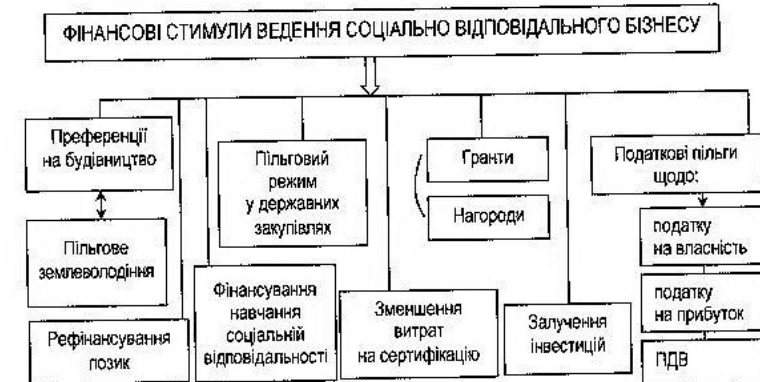


Рис. 1. Адаптивна модель фінансових стимулів держави щодо ведення соціально відповідального бізнесу в Україні

У комплексі для України це може стати перспективною рішенням ряду соціально-економічних проблем. І в майбутньому, можливо, соціально відповідальний бізнес сприйматиметься не як щось "модне", а як стратегія бізнесу.

Висновки. Дослідивши досвід зарубіжних країн щодо різноманітних фінансових стимулів заохочення ведення соціально відповідального бізнесу, визначено основні напрямки розвитку України у цьому питанні. Сформовано модель фінансових стимулів держави щодо підтримки та більш широкого впровадження соціальної відповідальності у бізнес-середовище України.

Необхідно і в подальшому вивчати міжнародний досвід і будувати соціально стабільне середовище для бізнесу, держави, громадян, щоб соціально відповідальна поведінка стала стандартом суспільства.

Список літератури

1. Акімов, І. Соціальна відповідальність середнього та малого бізнесу в Україні [Текст] / І. Акімов, М. Беззубова // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 3. – С. 20–26.
2. Баюра, Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління [Текст] / Д. Баюра // Право України. – 2006. – № 1. – С. 21–25.
3. Бібліотека он-лайн: Економіка, економіка підприємств: Фінанси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www/URL:http://readbookz.com/book/145/4088.html](http://readbookz.com/book/145/4088.html).
4. Данилишин, Б. Економіка України: життя після кризи? [Текст] / Б. Данилишин // Дзеркало тижня. – 2009. – № 1.
5. Лазоренко, О. Посібник із корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / О. Лазоренко, Р. Колишко. – К. : Енергія, 2008.
6. Мельник, С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України [Текст] / С. В. Мельник // Економіка та держава. – 2007. – № 5.
7. На шляху до соціальної відповідальності [Електронний ресурс] // Дзеркало тижня. – 2008. – № 19. – Режим доступу : [www/URL:http://dt.ua/articles/53709/](http://dt.ua/articles/53709/)
8. Почему социально ответственные компании могут зарабатывать больше? [Электронный ресурс] // Контракты – все о бизнесе. – Режим доступа : [www/URL:http://www.kontrakty.ua/business/csr](http://www.kontrakty.ua/business/csr).
9. Результаты интерактивного голосования SENSE на V Международной конференции по вопросам социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www/URL:http://www.slideshare.net/GoodPolitics/sense-expert-kso](http://www.slideshare.net/GoodPolitics/sense-expert-kso).
10. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.up.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
11. Украинский, В. Е. Государственное регулирование деятельности предприятий согласно социально-экологической концепции управления [Текст] : дис. ... канд. наук по гос. упр. : 25.00.02. – Донецк, 2004.
12. Global Compact Network Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www/URL:http://www.globalcompact.org.ua](http://www.globalcompact.org.ua).

Summary

The article analyzes the essence of the notion of socially responsible business and its meaning. It studies the attitude of the Ukrainian state and society to the problems of socially responsible business. On the basis of the international experience it forms the model of financial stimuli regarding the development of socially responsible business in Ukraine.

Отримано 25.06.2011