

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО БИЗНЕСА

Предпринимательство в современной рыночной экономике занимает ведущие позиции во всех экономически развитых странах. Большая часть валового внутреннего продукта создается именно в этом секторе экономики, здесь же занята и большая часть трудоспособного населения. В Украине с каждым годом наблюдается расширение предпринимательского сектора, показатели развития которого дают основания положительно оценивать экономические результаты его деятельности: весомый вклад бизнеса в пополнение бюджетов всех уровней, создание новых рабочих мест, обеспечение населения продуктами и услугами отечественного производства. Однако помимо экономических задач предпринимательство решает и социальные вопросы. Поэтому усиление социального влияния и активизация участия бизнес-структур в жизни общества, в решении социальных проектов выступают важными направлениями реализации социальной миссии предпринимательства.

Вопросы социальной этики и социальных корпоративных программ рассмотрены в работах таких зарубежных ученых, как М. Фридмен, Ф. Герцберг, И. Ансофф, Д. Котлер, Д. Муни, Э. Мэйо, М. Мескон, В. Оучи, А. Файоль, Т. Петерс, Ф. Хедоури и других. В последнее время и в Украине учеными рассматривается вопрос о социальной ответственности бизнеса, определяются реалии и перспективы развития. «Соблюдение социальной ответственности на всех экономических уровнях позволит осуществлять управление на уровне от отдельного предприятия до уровня государства, и обеспечит экономическое, научно-техническое, социальное и культурное развитие», – считают ученые, рассматривая социальную ответственность в качестве института инновационного развития экономики [1, с. 185]. По мнению Серёгиной А.С. «вовлечение Украины в процессы расширения социальной корпоративной ответственности является важной проблемой, решение которой позволит направить украинский бизнес в русло глобальных мировых тенденций предпринимательства, повысить конкурентоспособность украинских компаний в условиях обостряющейся мировой конкурентной борьбы и поднять украинский бизнес на качественно новый уровень» [2]. В настоящее время «приоритетной задачей предпринимательства является повышение благосостояния граждан путем привлечения в экономическую деятельность широких слоев населения» [3, с. 116]. Дальнейшее развитие предпринимательства поможет решить социально значимые задачи.

Цель статьи – изучение направлений социальной значимости партнерства бизнеса.

Теоретические основы социальной ответственности получили развитие с предложений ведущего ученого в области бизнеса и общества А. Керолла, который в своей модели представил многоуровневую пирамиду ответственности, состоящую из экономической, правовой, этической и дискреционной (общественной) ответственности фирмы перед обществом [4, с. 287]. Современный этап развития общества предполагает соблюдение экономической, правовой и этической ответственности, что является обязательным условием обеспечения деятельности фирмы. При этом дискреционная ответственность свидетельствует об ответственном отношении руководителей фирм к потребностям общества, в котором они функционируют.

Сама идея социально-ответственной единицы синтезирует в себе понятия экономически-ориентированной фирмы, реагирующей на социальные запросы внешней и внутренней среды. Поэтому социально ответственной считается фирма, которая проводит добросовестную деловую практику, занимается развитием персонала, обеспечивает безопасные условия труда, а также охрану окружающей среды и использование ресурсосберегающих технологий, помогает развиваться местному сообществу. На рис. 1 приведен перечень основных направлений и функций реализации бизнесом социальной ответственности.

По результатам проведенного в Украине исследования восприятия корпоративной социальной ответственности населением установлено, что, в целом, социальная деятельность компаний

УПРАВЛЕНИЕ И БИЗНЕС

воспринимается украинцами позитивно. При этом 64% опрошенных понимают «социальную ответственность» как ответственность бизнеса перед обществом, 41% – как ответственность перед сотрудниками, 23% – как ответственность перед государством.



Рис. 1. Направления социальной ответственности фирмы

Самыми важными направлениями социальной ответственности бизнеса украинцы считают качество и цену продукции, охрану окружающей среды, здравоохранение, строительство социальных объектов. К наименее значимым направлениям относят пожертвования благотворительным организациям, меценатство и проекты, направленные на повышение национального самосознания. Почти 66% респондентов считают, что компании занимаются социальной деятельностью для улучшения имиджа, 60% – для рекламы и получения конкурентного преимущества (возможность выбирать один и более ответов). Всего треть населения считает, что компании действительно стремятся помочь нуждающимся людям [5].

Рассматривая влияние предпринимательства и его значимость для общества, следует выделять три уровня.

Первый уровень предполагает выполнение бизнесом таких обязательств, как своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, предоставление новых рабочих мест. Оценивая этот уровень социальной значимости бизнеса, в частности, по АР Крым, можно сделать следующее заключение:

- во-первых, за период 2000-2012гг. отмечается тенденция увеличения поступлений в местные бюджеты от субъектов малого и среднего бизнеса, что обусловлено ростом экономической активности субъектов предпринимательской деятельности и увеличением их количества;

- во-вторых, среднемесячная заработная плата одного работника на предприятиях-субъектах предпринимательской деятельности выросла во всех регионах автономной республики, однако уровень оплаты труда в предпринимательском секторе ниже, чем по Крыму в среднем на 12%;

- в-третьих, численность занятых работников в предпринимательском секторе ежегодно снижается в среднем на 3,6% ежегодно, начиная с 2000 г., и показатель занятых на одном предприятии имеет тенденцию к снижению [6, с. 115; 7, с. 119].

Второй уровень социально ответственного бизнеса предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, развитие социальной сферы. Оценивая второй уровень по АР Крым, следует отметить,

что 7,6% трудящихся работают в условиях не отвечающим санитарно-гигиеническим нормам [6, с. 382], а уровень квалификации повысили только 7,8% работников [7, с. 340].

Третий уровень социально ответственного бизнеса предполагает благотворительную деятельность. Что касается оценки этого уровня, то здесь можно говорить только о направлениях, даже не о приблизительных цифрах, ведь такой учет не организован, общую сумму благотворительных проектов никто не подводит. В Крыму функционируют 541 благотворительная организация, и можно отметить рост численности на 22% за 6 последних лет (рис. 1) [7, с. 60].

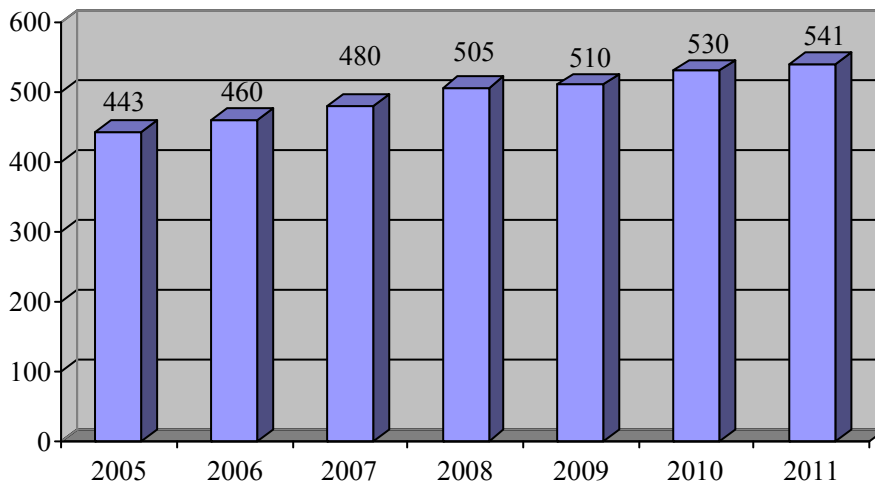


Рис. 1. Динамика количества благотворительных организаций в АР Крым, ед.

Таким образом, в стране постоянно увеличивается число социально ответственных компаний, вовлеченных в благотворительные программы, открывших свои собственные благотворительные фонды и реализующих стратегические благотворительные инициативы. Однако становление социальной ответственности отечественного бизнеса и предпринимательства по сравнению с развитыми странами заметно отстает. Основным фактором, который тормозит динамичное развитие благотворительности в Украине, является проблема предоставления льгот для бизнеса при осуществлении им благотворительности. Так, во время презентации первого в Украине годового отчета о состоянии развития благотворительности в Украине А. Максимчук, Президент Ассоциации благотворителей Украины, сообщил, что «в мировом рейтинге простоты ведения бизнеса Украина занимает 156 место, а в рейтинге благотворительности – 105». По его мнению, «повышение уровня отечественной благотворительности зависит и от решения следующих проблем: налогообложение полученной благотворительной помощи, нерешенности с социальной рекламой, отсутствие доверия со стороны общества к деятельности благотворительных организаций» [8].

По результатам проведенных опросов были выявлены трудности, стоящие перед фирмами во время осуществления собственных благотворительных инициатив:

- государство не создает условий для благотворительной деятельности;
- угроза использования предоставленных средств не по назначению;
- отсутствие достаточных средств у фирм [9].

В мировой практике благотворительность составляет малую долю (около 3%) социально-ответственного поведения компаний. Во всем мире бизнес берется за решение злободневных социальных проблем и действительно решает их, укрепляя доверие населения и своих клиентов. В отличие от европейских стран, в Украине пока не сформирована государственная политика развития социальной ответственности, где развитие означает поддержку, стимулирование, продвижение, повышение осведомленности, а не систему добровольно-принудительных пожертвований через административное воздействие.

Социально ответственное поведение бизнес реализует через социальное партнерство – взаимодействие бизнеса, власти и населения. Такие социальные партнерские программы целесообразно формировать как программы различного уровня: а) корпоративные, б) территориальные, в) национальные. К сфере социального партнерства относят: достижение согласия по вопросам обеспечения занятости, создание дополнительных рабочих мест, организации

оплачиваемых общественных работ, защиты населения от безработицы; применение нанимаемой работы с соблюдением техники безопасности, норм оплаты труда и прав работников на своевременное получение заработной платы; обеспечение нормального режима работы и отдыха; обеспечение права работников на участие в определении социальных стандартов и установлении их минимальных границ, в решении коллективных трудовых споров и т.п.

Основными принципами социального партнерства выступают:

- равноправие сторон;
- уважение и учет интересов сторон;
- заинтересованность сторон в участии в договорных отношениях;
- содействие государства в укреплении и развитии социального партнерства на демократической основе;
- соблюдение сторонами и их представителями законов и иных нормативно-правовых актов;
- добровольность принятия сторонами на себя обязательств;
- контроль ответственность сторон за выполнение принятых соглашений.

При этом в качестве форм проведения социального партнерства могут быть коллективные переговоры, взаимные консультации, участие работников в управлении предприятием и разрешении споров.

Таким образом, через систему социального партнерства можно добиваться не только укрепления доверия к органам власти, обеспечения достойного уровня жизни населения и социальных гарантий работникам, но и повышения престижа предпринимательской деятельности. Благополучие общества зависит от того, насколько эффективно функционирует отечественный бизнес, какую миссию несет он обществу, какую социальную среду формирует своей деятельностью. Обобщая, можно сделать вывод о том, необходимо создавать условия для усиления социального влияния бизнеса на общество, повышения социальной ответственности бизнеса перед многочисленными партнерами.

Литература

1. Соціальні умови інноваційного розвитку економіки України: монографія / С.Ю.Цюхля, Н.О. Сімченко. А.М. Бузні та ін., під заг. ред. проф. С.Ю. Цюхлі. – Сімферополь: ДІАЙПІ, 2013. – 302 с.
2. Серёгина А.С. Социальная ответственность бизнеса: проблемы формирования в Украине / А.С. Серёгина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csjournal.com/akcent/3060-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-problemy-fornirovaniya-v-ukraine.html>
3. Цюхля С. Ю. Мониторинг бизнес-эффективности и социальных результатов предпринимательства / С. Ю. Цюхля // Проблемы теории и практики управления предпринимательской деятельностью: Монография / Под ред. М. Н. Нагорской . – Симферополь: ДІАЙПІ, 2010. – С. 113-120.
4. Carroll A.V. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct // Business and Society. – 1999. – № 38 (3). – P. 268-295.
5. Социальная ответственность в украинских реалиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csjournal.com/lib/networkoverview/1757-socialnaja-otvetstvennost-v-ukrainskikh-realijakh.html>
6. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2008 рік / За редакцією О. І. Пітюренко. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2009. – 600 с.
7. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2011 рік / За редакцією О. І. Пітюренко. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2012. – 551 с.
8. Эксперты назвали неблагоприятные факторы для развития украинской благотворительности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csjournal.com/news/4331-eksperty-nazvali-neblagopriyatnye-factory-dlya-razvitiya-ukrainskoj-blagotvoritelnosti.html>.
9. Благодійність вітчизняного бізнесу: тренди 2009 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csjournal.com/lib/analyticarticle/2518-blagodijnist-vitchiznyanogo-biznesu-trendi-2009-roku.html>