

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ  
В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ**

Соціально значимі питання давно перебувають у центрі уваги громадськості, тому комерційні організації намагаються в міру сил "поводитися добре, не наступаючи на хворі мозолі" громадській думці. Економічні показники діяльності організації прямо пов'язані із соціальною цінністю компанії (сумарним ефектом її позитивного впливу на суспільство), її репутацією та відданістю її споживачів бренду – прибутковість продажів, активів і капіталу в соціально активних компаній вище, ніж у компаній, що не проявляють себе в цій сфері. Сучасний менеджмент передбачає перехід до соціально орієнтованої концепції управління (*Total Responsibility Management, TRM*), що полягає у збільшенні уваги до вимог різних "зацікавлених сторін", під впливом яких перебуває комерційна організація, – від питань збереження навколишнього середовища до питань розвитку громадянського суспільства як у регіонах присутності, так і в країні в цілому. Це викликано тим, що чи не всі сфери бізнес-активності організації більшою або меншою мірою включають соціально значимі компоненти, наприклад:

чи дотримуються норми безпеки й екологічні норми, а також охорона й гігієна праці при здійсненні виробничих процесів;

політика відносин із персоналом, задіяним у виробництві, – рівень оплати праці й "соціального пакета", стратегії в навчанні співробітників, подоланні негативних наслідків реструктуризації, скорочення штату, тощо;

політика закупівель і продажів, робота на внутрішньому та зовнішньому ринках, чи забезпечуються якість товарів і їх безпека для споживача;

які механізми використовуються для вибудовування відносин між компанією та її клієнтами, органами державного та місцевого управління, а також громадськістю;

заходи щодо охорони довкілля тощо.

Досвід провідних розвинутих країн, де домінують принципи ринкової економіки, свідчить, що в сучасних умовах вирішення питання забезпечення ефективного ведення бізнесу і розвитку державності неможливе без ефективного соціально орієнтованого бізнесу, що спирається на всебічну систему захисту інтересів усіх учасників економічних відносин, гарантовану державою та сприйману суспільством у цілому. Процес узгодження цих інтересів потребує:

чіткого визначення "зон відповідальності" кожного з учасників економічних відносин;

узгодженого всіма сторонами механізму надання інформації про свої наміри й можливості;

доведення кожної зі сторін соціального діалогу мотивації своїх позицій, доводів і очікувань до всіх учасників економічних відносин.

У новітній економіко-політичній ситуації першорядного значення набуває дослідження проблем, пов'язаних із формуванням в умовах ринкової економіки соціально зорієнтованих бізнес-структур, а найбільш актуальним є вивчення окремих аспектів розвитку системи захисту й узгодження інтересів усіх учасників економічних відносин.

Важливість соціального діалогу в Україні висвітлено у процесі нормотворчої діяльності, результатом якої стало прийняття Закону України "Про соціальний діалог в Україні". Цей закон визначає правові основи

організації та порядку ведення соціального діалогу в Україні з метою вироблення й реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин і забезпечення підвищення рівня та якості життя громадян, соціальної стабільності в суспільстві.

Актуальні аспекти функціонування системи соціального партнерства й управління соціально-трудовою сферою досліджуються в роботах таких вітчизняних фахівців, як О. Амоша, В. Антонюк, Т. Артьомова, В. Вишневецький, В. Геєць, Н. Дутова, Ю. Залознова, Л. Збаразська, О. Новікова, Н. Симченко, Л. Шинкарук та ін. Так, здійснено розмежування змісту державної та галузевої (на прикладі вугільної галузі) соціальної політики [1], визначено концептуальні орієнтири промислової політики України [2], запропоновано шляхи вирішення проблем соціального розвитку вугільної галузі [3], висвітлено соціальні проблеми, пов'язані з поглибленням протиріччя між рівнем реальної заробітної плати в Україні та продуктивністю [4], а також відповідністю рівня професійної підготовки найманих працівників вимогам роботи [5], соціально-економічні проблеми щодо зниження потенціалу української металургії внаслідок недостатньої ефективності в підготовці фахівців у цій галузі [6] та поліпшення стану охорони праці за рахунок як створення необхідних умов нівелювання ризиків, так і забезпечення дотримання вимог безпечної праці [7].

Однак потребують подальшого дослідження окремі аспекти розвитку бізнесу в Україні з точки зору його соціальної відповідальності, у першу чергу проблемні питання щодо критеріїв та оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу, прикладні особливості, пов'язані з існуючими проблемами становлення і розвитку соціально відповідального бізнесу як у країні в цілому, так і з урахуванням галузевих та регіональних особливостей зокрема.

*Метою* статті є спроба висвітлення окремих існуючих проблемних питань, пов'язаних із становленням та розвитком різних форм бізнесу в Україні як соціально відповідального і соціально орієнтованого, а також

формулювання можливих шляхів вирішення зазначених проблем.

Із існуючих інтерпретацій концепції соціально відповідального бізнесу привертають особливу увагу такі:

теорія корпоративного егоїзму – "американська модель соціальної відповідальності";

теорія корпоративного альтруїзму – "європейська модель соціальної відповідальності";

теорія розумного егоїзму – "змішана модель соціальної відповідальності або модель корпоративної соціальної відповідальності".

Теорія корпоративного егоїзму припускає, що єдина відповідальність бізнесу – це збільшення прибутків для своїх акціонерів. Нобелівський лауреат М. Фрідман суть даної теорії сформулював такими словами: "Існує одна й тільки одна соціальна відповідальність бізнесу: використовувати свої ресурси й енергію в діях, що ведуть до збільшення прибутків, поки це здійснюється в межах правил гри". З позиції цієї теорії бути соціально відповідальним означає платити податки й виконувати закони. "Мало що може так загрожувати самим основам нашого вільного суспільства, як згода лідерів корпорацій добрати на себе іншу соціальну відповідальність, крім тієї, яка полягає в зароблянні грошей для своїх акціонерів", – відзначає М. Фрідман [8, с. 98-99].

Дану теорію відносять до так званої "американської моделі соціальної відповідальності", яка припускає, що для сучасної компанії достатньо, щоб її діяльність узгоджувалася із загальними принципами захисту навколишнього середовища, здоров'я та безпеки, а відповідальність бізнесу перед суспільством обмежувалася створенням робочих місць і забезпеченням ефективності їх використання через формування умов праці. Виплата гідної заробітної плати найманим робітникам і високих податків державі та в органи місцевого самосрядування – соціальна відповідальність бізнесу, а всі інші соціальні програми не повинні стосуватися бізнесу, тому що лише призведуть до зайвих видатків, зменшення прибутку й, відповідно, податків.

Згідно з теорією корпоративного альтруїзму сплата податків і виконання законодавчих вимог – це мінімум, а корпорації зобов'язані робити значний внесок у поліпшення якості життя суспільства. Досить чітко цю позицію сформулював американський підприємець, співзасновник корпорації Hewlett-Packard, опікун декількох благодійних фондів Д. Паккард: "Багато хто помилково вважає, що мета існування будь-якої компанії – робити гроші. Однак, незважаючи на те, що гроші – важливий результат роботи, ми дійшли висновку: група людей стає тим, що ми називаємо компанією, щоб одержати можливість колективно зробити те, що не під силу одинакам, – зробити внесок у життя суспільства" [9, с. 57].

Прихильники даної теорії схильні до моделі соціальної відповідальності бізнесу ("європейська модель соціальної відповідальності"), яка передбачає перерахування бізнесом спеціальних податків і платежів, а держава й органи місцевого самоврядування на ці кошти повинні реалізувати соціальні програми для населення. Мета держави й органів місцевого самоврядування полягає в забезпеченні права на основні соціальні гарантії в натуральному і грошовому вираженні – грошові трансферти, особливо для низькодохідних груп, які забезпечують "нормальний" рівень життя. Західноєвропейські суспільства мають розвинені системи грошової допомоги, але їх охоплення й розміри суттєво різняться. Лише в деяких європейських країнах сформувалася система підтримуваних державою соціальних послуг в обсязі, який спостерігається у скандинавських країнах (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія), що одержала назву "скандинавська модель соціальної держави" та менш відома "скандинавська модель соціальної відповідальності бізнесу".

При цьому звертає на себе увагу на те, що якщо європейський бізнес розглядає державу як інститут, який має дотримуватися зазначених правил поведінки, то американські підприємці подібне втручання держави розцінюють як порушення свободи бізнесу.

Теорія розумного егоїзму наполягає на тому, що соціальна відповідальність бізнесу – це просто "гарний бізнес", який скоро-

чує довгострокові втрати прибутку. Витрачаючи гроші на соціальні та філантропічні програми, корпорація скорочує свої поточні прибутки, але в довгостроковій перспективі створює сприятливе соціальне оточення, а отже, стійкі прибутки. Соціально відповідальна поведінка – це можливість для корпорації реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеці та стабільності. Цю теорію відносять до так званої "змішаної моделі соціальної відповідальності" або моделі "корпоративної соціальної відповідальності" (КСО), згідно з якою відповідальність бізнесу поширюється на: умови праці, заробітну плату, виплату дивідендів акціонерам, випуск якісної продукції та надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість населення в конкретному регіоні, реалізацію соціальних проектів та ініціатив населення цього регіону. Відповідальність бізнесу, пов'язана з реалізацією регіональних соціальних проблем, здійснюється через конкурсні гранти разом із місцевим самоврядуванням. Корпоративна діяльність, як правило, регулюється нормами, стандартами й законами відповідних держав. Так, наприклад, у багатьох європейських країнах законодавчо закріплене обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання, природоохоронна діяльність підприємств. У Японії та Південній Кореї, наприклад, досить широкого поширення набув різновид КСО у вигляді моделі "бізнес відповідає за все", окремі елементи цієї моделі – бізнес надає житло, заохочує сімейну династію, здійснює навчання фахівців за рахунок корпорацій тощо [10, с. 83-86].

Таким чином, реалізуючи соціальні програми, бізнес прагне, з одного боку, реабілітувати себе в очах суспільства, а з іншого – сподівається поліпшити свій імідж, зміцнити репутацію брендів, підвищити конкурентоспроможність продукції та прибуток. Тобто бізнесу необхідно позиціонувати себе як соціально відповідальний винятково виходячи з логіки ринкових відносин для забезпечення ефективного та прибуткового ведення бізнесу. Скорочуючи свої поточні прибутки, корпорація в довгостроковій перспективі створює сприятливе соціальне оточення, а отже, забезпечує стійку можливість одержання прибутку.

На думку Європейської комісії, бути соціально відповідальною комерційною організацією в умовах високого рівня розвитку європейської економіки й добробуту населення означає не обмежуватися дотриманням законодавчо встановлених вимог і зобов'язань, а інвестувати в людський капітал, навколишнє середовище й відносини з усіма зацікавленими сторонами, що є запорукою сталого розвитку комерційної організації, підвищення інноваційного потенціалу та конкурентоспроможності. Саме такий підхід до економічного зростання через соціальну відповідальність як фактор сталого розвитку покладений в основу прийнятої в 2000 р. Лісабонської стратегії як програмного документа соціально-економічного розвитку Євросоюзу [11].

Однак реалії економіко-політичного розвитку України призводять до того, що не кожний представник бізнесу (роботодавець) в країні прагне позиціонувати себе як соціально орієнтований та соціально відповідальний бізнес. Розглядаючи окремі види бізнесу з позиції його соціальної відповідальності, можна запропонувати таку їх класифікацію:

1. Більшість роботодавців малого та середнього бізнесу, який багатьма політиками та економістами розглядається як майбутня основа економіки країни, не тільки не беруть участі в реалізації соціальних програм у регіонах або благодійних акціях, але і практично нівелюють надання своїм найманим робітникам соціальних пільг, інших заохочувальних і компенсаційних виплат. Досить широко в цьому бізнесі розповсюджена практика оформлення трудових відносин зі своїми співробітниками у вигляді договорів цивільно-правового характеру з усіма наслідками з цього. Владою та суспільством такий стан речей сприймається як належний.

2. Складно також говорити і про соціальну відповідальність найбільшого в Україні роботодавця – держави. Наймані робітники, зайняті в установах і організаціях, фінансованих з бюджету, не тільки не мають можливості розраховувати на "солідний соціальний пакет", але й на гідний рівень зарплати, відповідний економічним реаліям життя. Рівень зарплати таких працівників, навіть з

урахуванням надання ними ряду "додаткових платних послуг", одержання "благодійної допомоги" і "спонсорської підтримки", досить низький. Так, наприклад, за 5 місяців 2013 р. рівень середньомісячної зарплати в освіті склав 2565 грн (на 18,4% нижче середнього рівня по країні та на 29,8% нижче середнього рівня по промисловості), а в галузі охорони здоров'я – 2264 грн (на 28,0% нижче середнього рівня по країні та на 38,0% нижче середнього рівня по промисловості) [12].

3. Лише більшість великих корпорацій та окремі представники середнього бізнесу (в основному за участю іноземних компаній або із залученням зарубіжних інвесторів) прагнуть позиціонувати себе як соціально відповідальний бізнес.

Металургійний комплекс України представлений підприємствами, що входять до складу великих корпорацій, таких як "Метінвест холдинг", "Індустріальний союз Донбасу", "Арсілор Міттал", "Євраз холдинг", "Інтерпайп", які позиціонують себе як соціально орієнтований та соціально відповідальний бізнес.

Таким чином, можливість розвитку бізнесу в Україні з точки зору його соціальної відповідальності "на свій розсуд", а також відсутність чіткої визначеності у критеріях та оцінках ступеня соціальної відповідальності бізнесу віддаляє нашу державу від економічно розвинених і політично стабільних країн.

Виходячи з викладеного соціальна відповідальність бізнесу вимальовується як вибудовування окремими підприємствами й корпораціями та діловим співтовариством у цілому своєї діяльності за такими напрямками:

виробництво якісної продукції та послуг для споживачів;

створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат, інвестиції в розвиток людського потенціалу;

дотримання вимог законодавства (податкового, екологічного, трудового та ін.);

ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості та зростання добробуту своїх акціонерів;

урахування суспільних очікувань і загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ;

внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевого співтовариства.

Дотримання зазначених напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу потребує орієнтації бізнесу на такі принципи: [13, с. 237-238]:

відповідальність бізнесу перед споживачем, яка полягає у слушному ціноутворенні, якості товарів і послуг, турботі про здоров'я і безпеку споживачів, добросовісній конкуренції та рекламі, дотриманні етичних норм ведення бізнесу;

соціальний захист найманих працівників підприємств у вигляді дотримання трудових прав і гідної винагороди за працю, охорони праці, забезпечення безпеки та здоров'я на робочому місці, розвитку і підтримки персоналу;

ставлення до прав людини та до навколишнього середовища – забезпечення нормального співіснування виробництва й мешканців регіонів присутності бізнесу, екологічної безпеки виробництва, ощадливого споживання природних ресурсів і їх повторного використання, утилізації відходів;

партнерство з місцевим співтовариством і владою також є обов'язковою умовою відповідальності, яка полягає у співучасті бізнесу в соціально-економічному розвитку територій за напрямками, що зачіпають основну діяльність компаній або не стосуються основної діяльності (включаючи благодійні програми соціального й культурного розвитку), підтримці суспільних ініціатив, інститутів громадянського суспільства.

Запорукою успіху бізнесу, що прагне усталити свої конкурентні переваги, багато в чому виступає його кадровий потенціал. Саме від співробітників, задіяних у бізнес-структурі, залежить стабільність її розвитку і успіх на ринку. Тому одним із головних завдань, що потребують вирішення бізнесом, є формування стабільного кадрового складу професіоналів, здатних продукувати та реалізовувати нові ідеї вдосконалення бізнес-процесів і підвищення ефективності бізнесу, а головне – доводити починання до їх логіч-

ного завершення. При цьому, як і будь-який ресурс, задіяний у бізнесі, використання цього ресурсу вимагає певних видатків, які відображаються на результатах бізнес-діяльності.

Працівники, задіяні в бізнес-процесах, зі своєї сторони, усе більш вимогливі до своїх роботодавців: віддаючи багато часу роботі, вони не бажають задовольнятися тільки певним рівнем заробітної плати – їм потрібно відчувати як свою причетність до спільної справи, так і певну соціальну захищеність.

Держава, здійснивши перехід до ринкової економіки, відійшла не тільки від прямого централізованого регулювання умов оплати праці та розмірів зарплати більшості працівників, але і значної частини соціальних пільг працюючим, повністю сконцентрувавши увагу на соціально незахищених верствах населення. Навіть у назві центрального органу влади, що здійснює державне регулювання даних питань, скасовано слово "праця" і збережені лише питання регулювання "соціальної політики".

Це вимушує профспілки, як представників найманих робітників, звертатися до бізнесу з вимогою забезпечити трудящим окремі соціальні пільги і гарантії, які не пов'язані з характером і профілем бізнесу. Держава, зі своєї сторони, також покладає на бізнес ряд вимог щодо фінансування соціальних програм із розвитку територій і підтримки певних верств населення, що не мають відношення до бізнесу.

У цих умовах власники бізнесу в Україні змушені поділяти соціальну політику, яку вони реалізують, на внутрішню соціальну (для своїх працівників) та зовнішню соціальну (для населення території, на якій працює бізнес).

Незважаючи на те що на металургійних підприємствах, попри наслідки економічної кризи та несприятливу кон'юнктуру ринку, існує досить високий рівень заробітної плати працюючих (за 5 місяців 2013 р. рівень середньомісячної зарплати в галузі склав 4068 грн, що на 29,4% вище за середній рівень по країні та на 11,4% вище за середній рівень по промисловості [14]), роботодавцями цієї галузі здійснюється широка внутрішня та зовнішня соціальна політика.



Основним інструментом внутрішньої соціальної політики є укладання колективних договорів, у яких прописуються соціальні гарантії співробітникам. Колективні договори регулярно переглядаються й удосконалюються разом із профспілками й іншими зацікавленими сторонами.

Основними засадами внутрішньої соціальної політики, яка реалізується на підприємствах металургійного комплексу України, є:

створення та забезпечення нормальних умов праці та зайнятості трудового колективу;

забезпечення тісного взаємозв'язку між результатами праці та заробітною платою трудящих (як основного показника їх рівня доходів), а також моральною та матеріальною винагородою працівників за працю;

дотримання державних соціальних стандартів;

недопущення заборгованості з виплати заробітної плати;

турбота про зміцнення здоров'я працівників підприємства (часткове фінансування надаваної працівникам медичної допомоги й медичних послуг, медичного страхування, витрат на вакцинацію, оздоровлення в санаторіях-профілакторіях, санаторіях і базах відпочинку, матеріальна допомога на оздоровлення, додаткові пільги для донорів крові та ін.);

надання цілого спектру соціальних пільг і гарантій працюючим і членам їх родин (доставка працівників, які мешкають у віддалених мікрорайонах, на підприємство і додому, матеріальна допомога працівникам при одруженні, народженні дитини, а також надання їм додаткової оплачуваної відпустки при одруженні й народженні дитини, матеріальна допомога робітницям підприємства, які перебувають у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку, відпочинок членів родини й оздоровлення дітей у дитячих оздоровчих центрах тощо);

розвиток фізкультури і спорту на підприємстві, організація дозвілля та вирішення побутових питань працівників підприємства (фінансування проведення робочої спартакіади, культурно-масових заходів, перерахування коштів профспілковому комітету

для організації та проведення цієї роботи, придбання дитячих новорічних подарунків та ін.);

реалізація молодіжної політики (турбота про професійне зростання та розвиток науково-технічної творчості молоді (конкурси професійної майстерності, науково-технічні конференції молоді, підготовка резерву і планування кар'єри), її побут та відпочинок (культурно-масові та спортивні заходи, позики молодим родинам), матеріальне й моральне заохочення молоді тощо);

надання адресної допомоги соціально незахищеним категоріям населення, пов'язаним із підприємством (багатодітним родинам працівників, самотнім матерям, родинам працівників, які мають дітей-інвалідів, опікунам дітей, які є їх єдиними годувальниками, удовам (удівцям), що мають дітей, родинам, що втратили годувальника у зв'язку із травмою на виробництві тощо);

надання соціальних пільг і гарантій колишнім працівникам підприємства (виплата матеріальної допомоги й додаткової пенсії непрацюючим ветеранам, фінансування заходів, проведених Радою ветеранів, часткове фінансування надання медичних послуг і медичного страхування, надання пільгових путівок для оздоровлення та ін.).

Зовнішня соціальна політика в діяльності бізнесу передбачає зовсім інші методи його роботи на території присутності, а також відносин бізнесу із владою та суспільством. Навіть в економічно розвинутих західних країнах в умовах низької залежності бізнесу від держави компанії використовують участь у соціальних програмах і добродійність, щоб "заслужити" лояльність із боку влади, одержати певні соціально-психологічні переваги перед конкурентами, податкові пільги і т.д.

Для зовнішньої соціальної політики підприємств металургійного комплексу характерні такі моделі взаємодії бізнесу і навколишнього середовища:

модель, яка обумовлює те, що розвиток бізнесу нерозривно пов'язаний із розвитком території (містоутворююче підприємство), коли межа між працівниками, безпосередньо задіяними в бізнес-структурах, та членами їх родин, а також іншим населенням території

присутності бізнесу дуже примарна. Бізнес у питаннях соціальної політики в цьому випадку орієнтується на інтереси всього населення території, оскільки його благополуччя – найважливіша умова благополуччя самого бізнесу, тому підприємство не може працювати на території та бути осторонь від проблем її розвитку;

зовнішня соціальна політика підприємства характеризується добродійністю – надання матеріальної допомоги та спонсорської підтримки на підставі звернення громадян, громадських організацій, органів державного управління та місцевого самоврядування, політичних партій, недержавних об'єднань тощо. Не є секретом той факт, що нерідко благодійна акція має добровільно-рекомендаційний, а в деяких випадках навіть і примусовий характер та стає запорукою невтручання влади (громадсько-політичних органів та ін.) у процес реалізації того або іншого бізнес-проекту. Практично в кожному регіоні є якийсь яскравий об'єкт, який служить символом такого роду моделі;

модель соціального інвестування бізнесу шляхом реалізації соціальних програм як бізнес-проектів (з орієнтацією на кінцевий результат і наступною оцінкою ефективності) в обмін на певні поступки (дозвільні документи та ін.) з боку влади й/або суспільства;

модель соціального партнерства бізнесу, органів державного управління та громадських організацій, яка передбачає уточнення та регламентацію сфер відповідальності бізнесу, влади і суспільства у спільному розв'язанні суспільно значимих питань.

При цьому найбільш перспективною вважається діяльність бізнесу соціальної спрямованості, що припускає взаємну відповідальність бізнесу і влади перед суспільством, а також урахування інтересів підприємців не тільки в економічній, але і в соціальній сфері. Створення взаємовигідних механізмів соціальних інвестицій бізнесу в суспільство стає важливим елементом переговорної стратегії бізнесу та влади.

Перехід від добродійності до сфокусованих соціальних інвестицій як на регіональному, так і на національному рівнях розгля-

дається роботодавцями металургійного комплексу як основа зовнішньої соціальної політики корпорацій. Ці соціальні інвестиції мають бути спрямовані на вирішення найбільш актуальних проблем у сфері зайнятості, освіти, безпеки, охорони здоров'я та середовища проживання. При цьому має бути використане соціальне утриманство, створені механізми суспільного контролю за виконанням державою та суспільством своїх соціальних зобов'язань.

Аналіз існуючих умов реалізації металургійними підприємствами соціально відповідальної позиції ведення бізнесу висвітлює окремі проблеми, які потребують вирішення. До таких проблем, що заважають перетворенню зовнішніх соціальних програм бізнесу на ефективний інститут вирішення соціальних проблем населення, можна віднести такі:

частина "пожертвувань" бізнесу не доходить до соціальних споживачів. Керівники підприємств, що направляють кошти на зовнішні соціальні програми, спонсорську і добродійну діяльність, найчастіше не можуть контролювати правильність і ефективність витрат цих коштів;

окремі соціальні проекти бувають вкрай не вигідними підприємцям, але під тиском адміністративних структур вони вимушені їх фінансувати. Погляд на соціальну відповідальність бізнесу таким чином викривляється, тому що соціальна відповідальність перетворюється в такий спосіб на різновид "прихованого соціального податку", простого "соціального жертвування";

в окремих випадках держава формує недостатньо ефективні правові та соціальні інститути, і, як наслідок, бізнес-структури змушені компенсувати "помилки" держави, здійснюючи значні соціальні інвестиції, тим самим "заміщуючи" державу в соціальній сфері. У відносинах держави та підприємців головну роль завжди відіграє держава, а підпорядковану – бізнес, тому необхідність і можливість реалізації окремих соціальних проектів задається саме владою.

Формування соціально відповідального бізнесу пов'язане з цілим рядом протиріч та конфліктів:

конфлікт інтересів при формуванні внутрішньої соціальної політики між бізнесом і профспілками;

конфлікт інтересів між бізнесом й органами державного управління та місцевого самоврядування при формуванні зовнішньої соціальної політики бізнесу.

На жаль, дієва й ефективна система реалізації процесу узгодження інтересів та забезпечення взаємовигідного співробітництва органів державної (регіональної, муніципальної) влади, власників бізнесу (роботодавців) та представників найманих робітників (профспілкових організацій), яка забезпечить попередження й/або пом'якшення протиріч, що виникають у процесі соціального діалогу, у даний час практично відсутня. Таку систему узгодження інтересів можливо створити тільки на базі досягнення сторонами соціального діалогу фундаментального консенсусу за питаннями:

збереження стабільності розвитку національної економіки;

сприяння економічному зростанню й конкурентоспроможності бізнесу;

спільного регулювання і контролю у сфері економічної та соціальної політики сторонами соціального партнерства (діалогу);

підтримки соціального миру.

Створення зазначеної системи ускладнюється, з одного боку, різними підходами до оцінки соціальної орієнтації бізнес-структур через особистісні, політичні, економічні та інші особливості цих структур, з іншого – взаємовиключними вимогами, які пропонуються бізнесу соціальними партнерами. Наприклад, профспілкові лідери поєднують вимоги до роботодавця про розширення в колективному договорі переліку й обсягу соціальних пільг і компенсацій для трудящих з одночасним висунуванням вимог до збільшення як розмірів тарифних ставок (окладів) працівникам, так і їх питомої ваги в структурі заробітної плати. Є цілий перелік взаємовиключних вимог до бізнесу як з боку профспілок, так і з боку органів державного управління та місцевого самоврядування.

*Висновки.* Для розвитку соціально відповідального бізнес-середовища в державі необхідно:

1) сформувати єдині правила ведення бізнесу тільки як соціально орієнтованого та відповідального перед власним персоналом та суспільством у цілому;

2) визначити методологічні основи і методичні рекомендації щодо кваліфікації та оцінки бізнесу з точки зору його соціальної відповідальності;

3) виробити єдині критерії оцінки ступеня соціальної відповідальності бізнесу;

4) уточнити систему узгодження інтересів сторін соціального діалогу на основі реальних можливостей кожної зі сторін;

5) створити механізм суспільного контролю за дотриманням сторонами соціального діалогу взятих зобов'язань і відповідальності за їх невиконання.

Таким чином, потребують подальшого дослідження розробка методології кваліфікації бізнесу та його оцінки з точки зору його соціальної відповідальності, а також питання, пов'язані з підготовкою законодавчих та нормативних актів щодо забезпечення контролю за дотриманням сторонами соціального діалогу взятих зобов'язань і встановлення дієвої міри відповідальності за їх невиконання.

До таких досліджень необхідно залучити представників кожної сторони соціального діалогу, але функція підготовки зазначених документів в остаточній редакції для їх подальшого затвердження має бути покладена на орган, що користується авторитетом у всіх сторін соціального діалогу, політично не упереджений та економічно незалежний від цих сторін. Таким органом могли б виступити дослідницькі центри НАН України.

### Література

1. Основные направления социальной политики и социальной защиты в угольной промышленности / О.Ф. Новикова, А.И. Амоша и др. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1994. – 119с.

2. Амоша О. Промислова політика України: концептуальні орієнтири на середньострокову перспективу / О. Амоша, В. Вишневіський, Л. Збаразська // Економіка України. – 2009. – №11 (576). – С. 4-114.

3. Залознова Ю.С. Формування та розвиток системи управління персоналом вугі-



льних шахт: моногр. / Ю.С. Залознава. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2010. – 444с.

4. Структурні зміни та економічний розвиток України: моногр. / В.М. Геєць, Л.В. Шинкарук, Т.І. Артьомова та ін. / Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К., 2011. – 696 с.

5. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: моногр. / В.П. Антонюк / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. – 348 с.

6. Дутова Н.В. Оценка состояния и перспективы развития металлургического комплекса Украины / Н.В. Дутова // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – №2. – С. 179-183

7. Симченко Н.О. Соціально орієнтовані системи управління підприємством: моногр. / Н.О. Симченко. – К.: ТОВ "ДСК центр", 2010. – 340с.

8. Фридман М. Капіталізм и свобода / М. Фридман. – М.: Новое издательство, 2006. – 240 с.

9. Паккард Д. Путь НР / Д. Паккард. – М.: Акваринариновья Книга, 2008. – 136 с.

10. Корпоративная социальная ответственность / под ред. Э.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2013. – 448 с.

11. Сафина Р. Развитие корпоративной социальной ответственности бизнеса в России [Электронный ресурс] / Р. Сафина // Фактор будущего: молодёжь, инициатива, развитие. – 2011. – Режим доступа: <http://future-factor.ru/socialnaya-otvetstvennost-biznesa/>.

12. Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності за період з початку року у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

13. Перегудов С.П. Корпорации. Общество. Государство: эволюция отношений / С.П. Перегудов / РАН, ИМЭМО. – М.: Наука, 2003. – 350 с.

14. Середньомісячна заробітна плата за видами промислової діяльності за період з початку року у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

*Надійшла до редакції 23.10.2013 р.*