

Чередниченко Г.А.

к.э.н., доцент,

Одесский национальный экономический университет, г. Одесса

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ
ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ**

Экономика Украины находится в непростой ситуации: ее нестабильность при выходе из финансово-экономического кризиса усугубляется проблемами, связанными с незавершенностью системного кризиса, вызванного трансформацией экономики советского типа в современную рыночную экономику. Эти обстоятельства способствуют возрастанию социальной напряженности, конфликтности, и существенно повышают роль государства как базового института современного общества, обеспечивающего изменение формальных институтов и влияющего на процесс преобразования неформальных институтов, регулирующих деятельность и взаимодействие субъектов хозяйствования в национальной экономике. Особое значение имеет государственное регулирование «правил игры», которые непосредственно касаются острых социальных проблем: безработицы; уровня и дифференциации доходов; доступности и качества образования, медицины; социального обеспечения и др. Решение этих проблем предполагает объединение усилий государства и представителей предпринимательского сектора экономики.

Проблему социальной ответственности предпринимательства в условиях постсоветских экономик в целом, и в Украине в частности, активно исследуют Т. Артемова [1], Д. Баюра [2], О. Буян [3], А. Зарецкий и Т. Иванова [4], Л. Конарева [5], С. Лукин и Е. Соломаха [6], И. Малик [7], С. Мельник [8], М. Мурашко [9] и др. В их работах, с учетом мирового опыта, исследуются: концептуальные основы социальной ответственности бизнеса; классификации ее видов и функций; модели корпоративной социальной ответственности и

возможность их применения в условиях Украины; корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентоспособности на глобальных рынках; подходы к оценке эффективности корпоративной социальной ответственности украинских предприятий и т. д. В то же время с позиции стратегического вектора развития отечественной экономики, направленного на формирование социально ориентированной рыночной экономики, многие концептуальные и практические аспекты повышения социальной ответственности предпринимательства, роли в этом процессе государственного регулирования остаются недостаточно исследованными или дискуссионными.

Социальная ответственность предпринимательства означает выполнение субъектами этой деятельности взятых на себя обязательств (добровольно или под давлением формальных институтов) по решению важных социальных проблем как внутри предпринимательской единицы, так и за ее пределами – на местном, региональном, национальном или мировом уровне. Социально ответственная предпринимательская деятельность проявляется: 1) в заботе о работниках предприятия (создание новых рабочих мест, в том числе на более высоком технологическом уровне; улучшение условий и оплаты труда; предусмотренные законодательством и добровольные выплаты на социальное страхование; финансирование повышения квалификации, оздоровления, отдыха сотрудников); 2) в добросовестном выполнении функций налогоплательщика и производителя качественных товаров и услуг, соответствующих разумным потребностям, связанных с развитием человека; 3) в инновационной деятельности, способствующей повышению конкурентоспособности отечественных производителей и качества жизни; 4) в финансировании мероприятий, направленных на охрану окружающей среды (касающихся собственной деятельности или целевых программ разного уровня); 5) в благотворительности.

Условия первоначального накопления капитала, становления предпринимательства в Украине не способствовали формированию таких социально значимых установок деятельности. Напротив, новая экономическая

система по сути была «диким олигархическим капитализмом». Причем многие «капиталисты», став собственниками в результате приватизации государственной собственности, не пройдя через жесткий отбор конкурентной борьбы, так и не стали настоящими предпринимателями – не стремились ни к производственным, ни к социальным инвестициям, а увеличивали лишь демонстративное потребление. Огромные масштабы теневой составляющей в деятельности частных предпринимателей и ущемление в этой связи социально-экономических интересов наемных работников, попавших фактически в систему примитивных отношений личной зависимости; деиндустриализация, деинтеллектуализация, дегуманизация отечественной экономики во многом свидетельствуют о преобладании узкоэгоистических, даже хищнических интересов и соответствующих ценностных установок в хозяйственной деятельности, о большом дефиците социально ориентированного предпринимательства в нашем обществе. В то же время это, на наш взгляд, свидетельствует о низкой эффективности применяемых правовых норм стимулирующего характера (поощрение и наказание), касающихся налогообложения, добросовестной конкуренции, инновационной деятельности, трудовых отношений, защиты прав потребителей, защиты окружающей среды и др. Дефицит социально ориентированного предпринимательства в сочетании с неэффективной регуляторной политикой в этой сфере и последовательным сокращением государством социальных обязательств перед гражданами Украины, привели к нарастанию социальных проблем, угрожающих экономической безопасности страны.

Мировой опыт демонстрирует широкий диапазон стимулирующих методов, создающих институциональные рамки для утверждения социальных стандартов поведения предпринимателей: от запретов, значительных штрафов, субсидий и государственных гарантий до расстрела предпринимателей и государственных чиновников, наносящих существенный вред обществу (Китай). Украине, вероятно, не впадая в крайности, важно отобрать из этого разнообразия стимулов наиболее эффективные и адекватные применительно к

конкретным направлениям предпринимательской деятельности.

Исследование интересующей нас проблемы позволяет сделать ряд выводов и рекомендаций: 1) необходима конкретизация модели социально ориентированной рыночной экономики как официально признанной стратегической цели реформирования отечественной экономики (на наш взгляд, речь должна идти о смешанной экономике с украинской спецификой); важнейшей составляющей такой модели должна стать социальная включенность предпринимательства и гармоничное сочетание социальной политики государства и предпринимательских единиц; 2) государственное стимулирование повышения социальной ответственности предпринимательства в Украине должно учитывать слабую мотивацию украинских предпринимателей на основе высших моральных, социальных ценностей и сделать упор на материальные стимулы, превращающие социальную ориентированность предпринимательских единиц в важное конкурентное преимущество, изменяющие частные издержки и выгоды с учетом социальных издержек и выгод, а также влияющие на потребительский спрос на соответствующие товары и услуги; 3) учитывая изъяны государства и предпринимательства в Украине с точки зрения социальной ориентированности, реализация этих задач возможна только под давлением представителей формирующегося гражданского общества, для чего важно разработать систему критериев и показателей социальной ориентированности предпринимательских единиц, анализировать на их основе предпринимательскую деятельность и предоставлять эту информацию для общественного обсуждения и оценки.

Литература

1. Артемова Т.И. Институт социальной ответственности организации: мировой опыт и реалии Украины //Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2009. – Випуск 37-1. – С. 170-176.

2. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління //Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21-25.

3. Буян О.А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні //Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. – Випуск 6 (2). – С. 159-165.

4. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Формирование института взаимодействия власти и бизнеса по развитию человеческого капитала в современной России //Вопросы государственного и муниципального управления. – 2009. – № 4. – С. 172-182.

5. Конарева Л.А. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI веке //США – Канада: ЭПК. – 2009. – № 2. – С. 117-127.

6. Лукін С.Ю., Соломаха Є.Г. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор конкурентоспроможності на глобальних ринках //Сталий розвиток економіки. – 2011. – №2. – С.22-24.

7. Малик И.П. Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине //Економічний простір. – 2008. – № 13. – С.112-123.

8. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики //Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32-36.

9. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні //Демографія та соціальна економіка. – 2009.–№ 2.– С.114-122.