

Особливості взаємодії держави і бізнесу у сфері вирішення соціально-економічних проблем в Україні

Розкривається необхідність співпраці органів публічної влади з бізнесовими структурами з метою покращення соціально-економічної ситуації в країні; проаналізовано особливості розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: держава, соціальна відповідальність, соціальні сфера, бізнес, взаємодія

Актуальність дослідження. Функціонування ринкової моделі спонукає державу виступати в якості головного регулятора взаємовідносин між різними соціальними групами. В умовах крайньої поляризації багатства і бідності важливо утримувати соціальну рівновагу, впроваджувати засоби усунення суспільного емоційного дискомфорту, який виник в результаті несправедливого співвідношення праці і присвоєння її результатів.

Для підвищення ефективності функціонування взаємодії держави і бізнесу пропонується змістити акценти із безпосереднього виконання державними органами функцій щодо контролю та перевірки суб'єктів – представників бізнесових структур, які прагнуть вкладати фінансові ресурси у розвиток соціальної сфери на державне стимулювання добродійницьких намірів та прагнень. З огляду на це, перспективним напрямком державної політики підтримки соціально відповідального бізнесу визнано стимулювання з боку органів державної влади добродійності.

Концепція соціальної відповідальності є ідейною основою добродійництва (благодійної діяльності) сучасного підприємництва. У вітчизняній духовній традиції затвердився пріоритет суспільних інтересів над особистими, що, в свою чергу, високо піднімає етичну планку вимог до підприємців.

Однак на етапі формування ринкових відносин приватний бізнес перебуває в ситуації виживання, що актуалізує мотивацію самозбереження і не сприяє альтруїстичній поведінці. Тому благодійність підприємців носить стихійний і випадковий характер. Центральна дилема мотивацій соціально відповідальної поведінки виступає у вигляді морального вибору між свободою і відповідальністю, індивідуалізмом і солідарністю, але все

ж таки прийняття на себе соціальної відповідальності або її відторгнення відбувається на особистісному рівні [4, с. 14].

Необхідно зазначити, що діяльність підприємців, які здійснювали підтримку соціальної сфери, традиційно пояснювалась виключно прагненням отримати соціальні і податкові пільги з метою покращання свого матеріального положення і закріплення позицій в суспільстві. Звичайно, такий підхід не можна ігнорувати, але й не можна надавати йому провідну роль. Його недосконалість у тому, що він не враховує повною мірою цінності православної етики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На актуальність проблеми взаємодії органів державної влади з бізнесом вказують численні теоретичні дослідження та узагальнення як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед зарубіжних науковців слід відмітити праці І. Жданової, М. Копчинської, Г. Сілласте, А. Скоча, Е. Лес; вітчизняних – Ю. Гузенка, О. Доніка, Т. Курінної, Т. Ніколаєвої, Ф. Ступака, І. Суровцевої, Л. Хобти. На особливу увагу заслуговує робота українських дослідників В. Халецького, О. Семашко, Л. Думи. Стан і перспективи розвитку меценатства в Україні у контексті світового досвіду простежено у праці «Доброчинність в Україні: минуле, сучасне, майбутнє». Польська дослідниця Е. Лес у своїх працях аналізує історичні аспекти доброчинності в Польщі та сприяння її розвитку з боку держави. С. Кепські розкриває причини виникнення необхідності залучення коштів бізнесових структур для підтримки соціально-економічної сфери. П. Бартош досліджує співпрацю державної влади з недержавними організаціями та приватними особами.

Цілі статті. Дослідження спрямоване на визначення особливостей співпраці держави і бізнесу у сфері вирішення соціально-економічних проблем в Україні; обґрунтування соціальної відповідальності бізнесу і необхідності залучення коштів приватних осіб у соціально-економічний розвиток країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Класична ринкова теорія, яка присутня в категоріях А. Сміта і Д. Рікардо, часом не може пояснити мотивів вкладання особистих фінансових ресурсів у вирішення соціально-економічних проблем держави. Економісти розглядають людину як «гомо економікуса» – абсолютно егоїстичного суб'єкта, який прагне до максимального прибутку. Сам же обмін у ринковій теорії розглядається як еквівалентний – на цьому постулаті будуються концепції ціни, грошей. Але люди в своїх вчинках керуються не тільки матеріальними, грошовими

мотивами, але і моральними, духовними. Якщо останні набувають активного, систематичного характеру, то господарська діяльність таких суб'єктів уже не може описуватися термінами економічної теорії й еквівалентного обміну. Виникає якісно нова реальність, яка вимагає пояснень.

Духовні коріння соціальної активності представників ділового світу пов'язані з уявленнями щодо переважання духовно-моральних мотивів життєвої поведінки. Згідно з переконаннями частини підприємців, багатство є не самоціллю. Наприклад, добродійність була своєрідним відображенням комплексу провини перед суспільством, виконанням евангельських заповідей милосердя і любові до ближнього.

Етичні регулятори перед бізнесом можуть встановлюватися не законодавчо, а з допомогою інститутів суспільної думки, виховними та культурно-просвітницькими методами, в тому числі створюватися в середовищі підприємців – у професійних і громадських об'єднаннях, асоціаціях, клубах.

Підтримка державних соціальних програм з боку бізнесу, підприємців не може підміняти собою соціальну політику, яка проводиться на державному, регіональному та місцевому рівнях відповідними державними органами. Держава покликана активно взаємодіяти з бізнесом у вирішенні завдань соціально-культурного характеру, що, в свою чергу, впливає на зміцнення довіри громадян і реалізацію своєї ролі як регулятора соціальної системи.

Варто зазначити, що функція держави як важливого регулятора меценатської діяльності в сучасних умовах зосереджена перш за все на удосконаленні законодавства в сфері економічного стимулювання меценатської діяльності комерційних підприємств.

Однак, на відміну від США, європейські корпорації більш схильні до обмеження своєї відповідальності перед суспільством. Європейська модель соціально відповідального бізнесу не є відкритою лінією поведінки компанії і, як правило, регулюється нормами, стандартами та законами відповідних держав, тому що більшість соціальних проблем відносяться європейськими компаніями до сфери етичної відповідальності. Європейці взагалі не дуже довіряють приватному сектору, саме цим пояснюється більш високий рівень уваги до бізнесу з боку громадськості, наприклад, щодо питань атомної енергетики, випробувань препаратів на тваринах, генної інженерії тощо. Благодійність у Європі не така популярна, як у США, і пояснюється високим загальним рівнем податкового тягара, що суттєво перевищує американський [1].

Як наслідок, європейські компанії беруть участь у філантропічних акціях винятково через юридично закріплені механізми. У багатьох країнах Європи законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування та охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання та ряд інших соціально значущих питань. Так, наприклад, у Франції існує закон, який зобов'язує компанії звітувати про виконання програм соціальної відповідальності та охорону навколишнього середовища [2]. При цьому контроль за дотриманням соціального та екологічного законодавства здійснюється трудовими інспекціями і профспілками. У Німеччині в обмін на пожертвування видається спеціальний сертифікат, що дозволяє зменшити базу оподаткування у розмірі пожертвованої суми. Більш того, найбільш престижні меценати перебувають на верхівці громадського визнання і є постійними гостями на урочистих прийомах різного роду, включаючи й ті, що проводяться у резиденціях керівництва держави.

Виділяють британську модель соціально відповідального бізнесу, яка поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей. Принциповим її моментом є яскраво виражена ініціативність самого бізнесу в утворенні проектів у сфері меценатства, що по своїй суті, повністю відповідає принципу добровільності. Загальною рисою цієї моделі є, перш за все, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я [2].

У більшості країн світу соціальна звітність – лише один із широкого спектра методів, за допомогою яких держава мотивує бізнес турбуватися про розвиток суспільства. Також ефективним є метод матеріального заохочення компаній, які інвестують проекти соціального значення у вигляді податкових відрахувань, податкових канікул, вільних економічних зон або підтримки міжсекторного партнерства бізнесу за допомогою тренінгів, грантів, обміну фахівцями тощо. Головне, що держава створює середовище, яке сприяє стимулюванню та винагороді компаній за добру соціальну поведінку.

В Україні підтримка соціально-економічної, культурної сфер з боку бізнесу – це добровільний внесок приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій. У сфері соціальних інвестицій в Україні помітні проблеми, пов'язані з інституціональною недосконалістю: держава формує недостатньо ефективні правові та соціальні інститути.

Державі доцільно підтримувати соціальні ініціативи бізнесу матеріально та морально, особливо у період соціально-економічної кризи. Від ефективності відносин держави та бізнесу залежить ступінь відповідності корпоративних соціальних інвестицій як запитам самого бізнесу, так і інтересам розвитку країни. Наприклад, держава має демонструвати прозорість у проголошенні пріоритетних напрямів, до яких бізнес може приєднатися, або, не маючи можливості виявити ініціативу, орієнтуючись на національні пріоритети, розділяти з бізнесом ризики, які виникають у зв'язку з новими ініціативами.

За минулі два десятиліття у взаєминах між державою, громадськими інституціями і приватними компаніями у всьому світі відбулися істотні зміни. На перший план вийшли принципово нові форми суспільної взаємодії. У державних структурах поступово приходить розуміння того, що жорстке регулювання і податки не генерують зростання суспільного добробуту. Акценти у взаємодії з приватним сектором поступово зміщуються у бік добровільного саморегулювання. З іншого боку, приватний сектор поволі переходить від безсистемної добродійності до складніших, стратегічних форм взаємодії з громадськістю й урядом.

Державним структурам у цій системі відводиться, на перший погляд, пасивна роль арбітра (по-перше, через обмеженість державного та місцевих бюджетів, а, по-друге, через засадничі принципи незалежності громадського активу від державних інституцій). Натомість найбільш активними учасниками такої співпраці покликані стати саме громадські організації та підприємництво.

Перші, функціонуючи здебільшого на засадах гарантування з боку міжнародних донорських структур, зарубіжних приватних фондів і міжнародних програм технічної допомоги, усвідомлюють необхідність залучення місцевих ресурсів для власного розвитку. Другі все глибше розуміють свою причетність до соціальних потреб громади, а також роблять ставку на значну рентабельність свого бізнесу в контексті його суспільної корисності. Крім того, діловій еліті стає зрозуміло, що громадський сектор, який достатньо зміцнів за роки незалежності, реально здатен генерувати значні економічні вигоди.

Специфіка, зокрема, соціальної сфери як об'єкта фінансування, полягає в тому, що вона не самоокуповується і у зв'язку з цим завжди потребує фінансової підтримки із державних, громадських та приватних джерел.

Принципово новим для України ринковим механізмом зацікавленості бізнесу у фінансуванні соціально-культурних проєктів може стати

ендавмент. Це створюваний благодійною організацією цільовий фонд, що формується із грошових пожертвувань фізичних і юридичних осіб.

У розвинених країнах бізнесменів, який зробив пожертвування в ендавмент, гарантовано, як мінімум, професійне керування його капіталом. Підприємець, чия частка в ендавменті більше 10%, може стати членом ради по використанню цільового капіталу й контролювати процес його інвестування.

Некомерційна організація розміщає цільовий капітал (використовуючи послугу довірчої керуючої компанії) у цінні папери, акції, депозити. Доходи у вигляді відсотків від інвестування засобів ідуть на фінансування проєктів, програм діяльності некомерційних організацій в сфері освіти, науки, культури, мистецтва тощо, затверджених радою по використанню цільового капіталу. Склад ради формується із представників самої благодійної організації, меценатів, відомих діячів мистецтва й науки тощо.

Ендавмент забезпечує:

- часткову незалежність організації від результатів комерційної діяльності благодійних організацій, від разових пожертвувань та інших добровільних надходжень;
- фінансову стабільність за допомогою одержання гарантованого доходу;
- формування довгострокового джерела фінансування конкретної некомерційної діяльності;
- можливість використання цільового капіталу як фінансові гарантії при залученні установами культури, науковими й освітніми організаціями фінансових ресурсів із зовнішніх джерел або позикових засобів.

В цілому можна виділити три рівні соціальної відповідальності бізнесу: перший стосується взаємовідносин із державою і виявляється у повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань; другий – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом; третій – взаємодія із суспільством, у тому числі благодійність та меценатство.

Як відомо, головним координатором соціальних проєктів у регіонах є влада. У тих регіонах, де налагоджено тісні відносини між соціальними партнерами, бізнес, беручи участь у соціальних проєктах, може розраховувати на отримання додаткових економічних ресурсів, підтримку та просування своєї власної справи, а також отримання політичних гарантії. До значущих економічних ресурсів слід віднести надання таким компаніям пільгових послуг, державного та соціального

замовлення, введення єдиного податку на отриманий дохід, стимулювання податковими та іншими преференціями (землевідведення, дозвіл на будівництво тощо).

Влада також має можливість просувати інтереси регіонального бізнесу в країні та за її межами. Використовуючи свої комунікаційні та інформаційні інфраструктури, вона може сформувати позитивний імідж компаній, що дуже важливо, тому що ще досі більшість населення вважає великий бізнес нелегітимним. Бізнес, у свою чергу, фінансує соціальні програми, сприяє збереженню існуючого політичного та регіонального впливу.

Таким чином, в умовах домінування держави в економіці і громадському житті ні в економічній, ні в громадській сфері практично не залишається місця для приватних ініціатив. Проте сьогодні держави у всьому світі обмежують свій прямиий вплив, прагнучи «управляти, а не втручатися». Велика кількість тих підприємств, що раніше належали державі, вже приватизована і належить приватним компаніям.

Деякі з цих нових компаній працюють над формуванням власної культури соціальної відповідальності і мають традиції суспільно корисної роботи, які повинні отримати своє ставлення в суспільстві в контексті ринкової економіки [3, 7].

Оскільки зараз соціальна відповідальність бізнесу в нашій країні посправжньому тільки розвивається, його «простір» поки ще повністю не осмислено теоретиками й не перевірено практиками. На цьому «просторі» можна виділити його головні «діючі особи»: держава, суспільство, бізнес-співтовариство, об'єкти соціокультурної сфери. Від того, як вони взаємозалежні між собою, залежить становлення й подальший розвиток досліджуваного феномену.

Висновки. Таким чином, аналіз взаємодії органів державної влади з бізнесом на сучасному етапі показує достатню складність цієї співпраці. Доцільно, щоб ефективна співпраця вищезазначених суб'єктів характеризувалася впорядкуванням відносин між державою та добродійниками шляхом застосування економічних важелів, розвитком морального чинника та норм правової і соціальної відповідальності, а також стимулюванням правового функціонування діяльності фізичних та юридичних осіб, які прагнуть допомагати органам державної влади у вирішенні соціально-економічних проблем. Необхідно сказати, що дослідження даного напрямку в Україні мають перспективу подальших розвідок і продовження. Серед них можна виокремити такі: нові підходи та управлінські технології органів державної влади у сфері спонсорства

в сучасних економічних умовах, роль органів державної влади у розвитку соціального партнерства тощо.

Список використаних джерел:

1. Людина на всі часи // Урядовий кур'єр. – 2001. – 22 грудня.
2. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С. Мельник // Україна: аспекти праці. – №5. – 2008. – С. 32-36.
3. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / под ред. М. И. Либоракиной. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2001. – 72 с.
4. Фролова О. Н. Развитие меценатства и спонсорства в современных экономических условиях : автореферат на соискание ученой степени к. э. н. О. Н. Фролова. – СПб. : АОС РИЦ, 2006. – 19 с.
5. Kępski С. Idea miłosierdzia a dobroczynności i opieka / С. Kępski. – Lublin: Retro, 2002. – 145 p.
6. Kopczyńska M. Kulturowe uwarunkowania sponsoringu / M. Kopczyńska // Polskie regiony w europejskiej przestrzeni kulturowej. – 2006. – №1(9).
7. Królikowska J. Socjologia dobroczynności: zarys problematyki biedy i pomocy na tle doświadczeń angielskich / J. Królikowska. – Warszawa: Akademickie Żak, 2004 – 358 p.
8. Leś E. Od filantropii do pomocniczości: studium porównawcze rozwoju i działalności organizacji społecznych / E. Leś. – Warszawa: Elipsa, 2000. – 246 p.

Матяж С. В. Особенности взаимодействия государства и бизнеса в сфере решения социально-экономических проблем в Украине.

Раскрывается необходимость сотрудничества органов публичной власти с бизнес-структурами с целью улучшения социально-экономической ситуации в стране; проанализированы особенности развития социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: государство, социальная ответственность, социальные сферы, бизнес, взаимодействие.

Matiazh S. V. Features of the interaction of business and state in the sphere of solution of social and economic problems in Ukraine.

The article characterizes and analyzes the necessity of cooperation of state with businesses to improve the social and economic situation in the country; analyzes the features of social responsibility of business.

Key words: state, social responsibility, social sphere, business, interaction.