

## РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ СВОБОДИ У РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА СТАНОВЛЕННІ ЙОГО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

*Шаповал В.М., д.е.н., професор,  
Пундяк Н.Б., асистент*

*Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», Україна*

*Шаповал І.А., студентка*

*Економічний університет у Вроцлаві, Польща*

Сьогодні в Україні відбуваються складні соціально-політичні процеси, які обумовлюють втілення складної діалектики загального і специфічного лише для України, традиційного і нового, загальнолюдського і національного досвіду. Відбувається болісне ламання усталених стереотипів мислення – спадок радянського періоду нашої історії – стійка загальна підозра, збереження негативного ставлення до бізнесу, наявність різноманітних забобонів відносно підприємців та їх ролі у суспільстві. Замість традиційного розуміння підприємництва як діяльності, яка спрямована, насамперед, на отримання прибутку від виробництва, реалізації товарів і послуг та розподілу його між учасниками, приходиться уявлення про підприємництво як джерело зростання суспільного добробуту. Відбуваються зміни і серед самих підприємців, більшість яких поступово усвідомлюють той факт, що на отримання підприємницького прибутку, окрім традиційних, значний вплив справляють чинники, які не мають безпосереднього відношення до виробничо-господарської й збутової діяльності підприємства. Для забезпечення економічної ефективності сучасним компаніям уже недостатньо виробляти якісні товари і послуги, необхідно також активно брати участь у вирішенні соціальних проблем власного персоналу і місцевих громад, системно вибудовувати свої відносини з діловими партнерами, акціонерами, ЗМІ, органами влади, споживачами, різноманітними громадськими групами. Тобто впроваджувати у свою діяльність принципи соціальної відповідальності. Як показує зарубіжний досвід, саме соціальна відповідальність може надати значні конкурентні переваги для розвитку вітчизняного бізнесу.

Питання соціальної відповідальності бізнесу є предметом досліджень насамперед західних фахівців. Серед зарубіжних досліджень, які присвячені розгляду проблем затвердження соціальної відповідальності у підприємницькому середовищі слід виділити, насамперед, праці Г. Боуена, Т. Веблена, К. Девіса, П. Друкера, Е. Карнегі, А. Керолла, Дж. МакГуіра, Г. Мюрдаля, Р. Оуена, М. Портера, Дж. Поста, Л. Престона, С. Сакс, С. Сеті, М. Фрідмена, Р. Фрімена, П. Хейне та ін.

Серед російських фахівців, які займаються дослідженням соціальної відповідальності бізнесу, найбільш істотні результати отримали такі автори, як І. Беляєва, Ю. Благгов, М. Ескіндаров, С. Івченко, М. Корсаков, О. Костін, С. Литовченко, М. Ліборакіна, С. Перегудов, Т. Сіваєва, І. Соболева, С. Туркін та ін.

На жаль, категорія соціальної відповідальності бізнесу поки що не стала предметом глибокого вивчення з боку українських дослідників. Вітчизняні наукові публікації щодо проблем становлення соціальної відповідальності, хоч і почали з'являтися останнім часом (М. Бутко, В. Воробей, Н. Галан, З. Галушка, А. Гулевська-Черниш, С. Мельник, В. Осецький, М. Саприкіна, М. Царик, М. Широкова, М. Юрков та ін.), усе ж таки є нечисленними і розрізненими, відрізняються несистемністю і мають ряд особливостей. Зокрема, об'єктом дослідження насамперед стають великі компанії, які діють на міжнародних ринках і/або виходять на ринки капіталу; лише окремі аспекти соціальної відповідальності бізнесу (наприклад, благодійність), які частіше за все розглядаються з філософського і соціологічного погляду.

Дослідження інформаційної бази показало, що в Україні практично відсутня інформація про кращі практики соціальної відповідальності (за виключенням

спеціалізованих видань, які доступні лише фахівцям). Усе це унеможлиблює аналіз документів, вивчення досвіду, дослідження поведінки і сприйняття соціально відповідального бізнесу та підтверджує факт виникнення розриву між практичною потребою узагальнення наявного досвіду соціальних практик і відсутністю теоретичного обґрунтування подальшої активізації соціально відповідальної діяльності українських компаній. Це особливо очевидно на фоні тієї уваги, яка приділяється розвитку соціальної відповідальності бізнесу в зарубіжних країнах.

Такий стан справ, відповідно, викликає необхідність поглибленого вивчення не лише природи і сутності соціальної відповідальності бізнесу, але і чинників, що стримують розвиток цього явища в Україні.

З огляду на це, метою даної статті я окреслення моделей соціально відповідальної поведінки, які набули найбільшого поширення серед вітчизняних компаній; виявлення чинників, які стримують розвиток цього явища в Україні; дослідження динаміки індексу економічної свободи та визначення її ролі у становленні соціальної відповідальності українського підприємництва.

У широкому розумінні соціальна відповідальність – це відповідальність бізнес-організації за вплив своїх рішень і діяльності на суспільство і навколишнє середовище. Відповідно до цього, соціальна відповідальність передбачає:

- виробництво якісної продукції і послуг для споживачів;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат і інвестиції у розвиток людського потенціалу;
- неухильне виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного і т. д.;
- побудова сумлінних відносин з усіма зацікавленими сторонами;
- ефективне здійснення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх акціонерів;
- урахування суспільних очікувань і загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ;
- внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства.

Варто звернути увагу на те, що більшість зазначених напрямків містять економічні принципи підприємницької діяльності, етичні та юридичні норми здійснення бізнесу. Соціальна складова представлена через інвестиції у розвиток людського потенціалу і внесок у формування громадянського співтовариства через партнерські програми і проекти розвитку місцевих громад.

На жаль, уявлення про соціальну відповідальність бізнесу серед українських підприємців до сьогодні лишаються розмитими і це зумовлює значну варіативність форм соціальної діяльності на різних підприємствах.

Як показують результати дослідження, найбільшого поширення в Україні набула американська модель соціальної відповідальності, в якій переважає філантропічний підхід, який, у свою чергу, передбачає розподіл частини прибутку компанії для інвестування в суспільно-корисні ініціативи. Насамперед це пояснюється тим, що даний підхід відносно легко втілюється у життя, а результати його реалізації досить показові. Крім того, саме ця модель при належній реалізації знаходить найбільший відгук з боку населення, громадських організацій, персоналу, оскільки дозволяє їм сприймати компанію як бізнес-організацію, яка турбується про потреби жителів території присутності. Ще одним важливим моментом даної моделі є те, що подібна благодійна діяльність частіше за все не пов'язується з основною діяльністю компанії і досить легко скорочується залежно від економічної ситуації і політики бізнес-організації. Незважаючи на це, компанії, які обирають американську модель соціальної відповідальності повинні відрізнятися стабільністю і надійністю. Іншими словами, компанії, які реалізують дану модель, повинні мати достатній обсяг прибутку, який дозволяв би не лише підтримувати власний розвиток, але й витратити певну його частину на

допомогу тим, хто її потребує. До того ж дана модель передбачає залучення місцевої влади, громадських організацій і населення до процесу вибору об'єктів допомоги, а також відстеження її результатів. Таким чином забезпечується належний рівень прозорості і довіри до відповідної компанії. Важливе місце у даній моделі займають екологічні програми, проекти реконструкції історичних пам'яток, будівництва та облаштування дитячих лікарень тощо, які свідчать про рівень гармонійної інтеграції тієї чи іншої компанії у територію присутності.

Ще однією моделлю, яку переймають вітчизняні бізнес-організації, є європейська модель. На відміну від американської моделі, соціально відповідальна діяльність компанії за європейської моделі пов'язана з безпосереднім досягненням її бізнес-цілей і є частиною стратегії створення додаткової вартості. Тобто усі соціальні ініціативи, що фінансуються компанією в межах такої моделі, мають пряме відношення до генерації прибутку і реалізації продукції. Це свідчить про те, що дана модель передбачає економічне обґрунтування соціальних ініціатив та їх інтеграцію у стратегію розвитку компанії. Саме тому перед початком впровадження такої моделі необхідно не лише визначити об'єкти і виділити кошти, але й переглянути всю діяльність компанії відповідно до принципів соціальної відповідальності. Крім того, необхідно розробити і закріпити механізми контролю за ефективністю вкладень. Усе це свідчить про те, що європейська модель соціальної відповідальності адаптується компаніями, які досягли певного рівня стабільності. Найбільш поширеними об'єктами вкладення коштів за даного підходу є: розвиток персоналу, наука, освіта, технології, природоохоронна діяльність, благодійні внески за участю співробітників компанії, приведення діяльності компанії у відповідність до світових галузевих стандартів.

Поряд з міжнародними принципами прозорості, екологічної безпеки, трудових відносин, підтримки суспільства вітчизняні компанії розробляють і впроваджують власні підходи до соціальної відповідальності. Разом з тим, вони змушені формувати свою політику у сфері соціальної відповідальності в досить складних умовах.

Як показує досвід останніх років, важливий вплив на становлення соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва справляють не лише національні й історичні традиції, що склалися в країні, політична, й економічна ситуація, але і відсутність єдиних орієнтирів соціальної політики, зокрема [1]:

- відсутність у країні ідеології соціально відповідального бізнесу (взагалі, відсутність вірного розуміння самого терміну «соціальна відповідальність бізнесу», оскільки ця проблема для України відносно нова і, відповідно, відсутність розуміння того, що соціальна відповідальність для бізнесу вигідна, і, як наслідок, відсутність налагодженого механізму реалізації соціальної відповідальності бізнесу);

- відсутність сформованого і впливового сектору громадянського співтовариства, який би цілеспрямовано просував принципи соціальної відповідальності бізнесу в країні, а також спеціалістів, здатних розвивати цей напрямок, що пояснюється, насамперед, особливостями та рівнем свідомості громадян України, а також економічним положенням населення;

- відсутність чітких правових меж реалізації соціальних бізнес-інвестицій, розвитку соціального партнерства взагалі, відповідно до цього, вимушений характер, зокрема під тиском влади, соціальної відповідальності бізнесу, поширення на усіх рівнях державної влади практики маніпулювання, використання бізнесу (як великого, так і середнього, і малого) для здійснення одноразових, не завжди стратегічних і соціально важливих цілей;

- відсутність економічної зацікавленості вітчизняних підприємств (компаній) у реалізації принципів соціальної відповідальності, що пов'язано, насамперед, з характером чинного законодавства і роллю держави;

- значна варіативність форм соціальної діяльності на різних підприємствах (на жаль, кожне вітчизняне підприємство шукає власний баланс між економічною ефективністю і соціальною необхідністю);

– відсутність прозорих процедур розробки соціальної політики, залежність форм і методів соціальної діяльності підприємств від особистих здібностей й інтересів керівників і власників;

– висока диференціація соціальних корпоративних пільг, які, як правило, орієнтовані лише на окремих працівників підприємства;

– відсутність системи соціальної звітності на підприємствах і, як наслідок, відсутність інформації про соціальну діяльність бізнес-співтовариства;

– значний розрив між бізнесом і державою щодо розуміння пріоритетів соціальної відповідальності;

– відсутність комплексних досліджень соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу (на жаль, вивчалися лише окремі її аспекти – благодійність, спонсорство).

Багато з цих чинників, які негативно позначаються не лише на формуванні соціально відповідальної поведінки, але й на розвитку підприємництва взагалі, пояснюється, на нашу думку, тим, що останнім часом в Україні зростає протистояння держави і підприємницьких кіл. Свідомством цього є і динаміка зміни *індексу економічної свободи (Index of Economic Freedom 2013)*, який розраховується з 1995 року американським дослідницьким центром *Heritage Fondation (Фонд спадщини)* та газетою «*The Wall Street Journal*».

Рівень свободи економіки розраховується за середнім арифметичним десяти показників: свобода бізнесу, торгівлі, фінансового сектору, інвестицій, праці, монетарна і фіскальна свобода, гарантії прав власності, а також розмір бюрократичного апарату та рівень захисту від корупції. Максимально можливе значення – 100, яке свідчить про відсутність адміністративного тиску на підприємництво.

За рівнем економічних свобод у 2013 р. Україна посіла 161-е місце із 185 країн світу. Правда, кількісні показники отримали лише 177 країн. Серед колишніх республік СРСР гірші показники в Узбекистані (162) і Туркменії (169). У Росії, наприклад, 139 місце, у Білорусі – 153, у Молдові – 115. Досить стійкі позиції в рейтингу займають країни Балтії та Східної Європи: Естонія (13), Литва (55), Чехія (29), Латвія (23), Польща (57) (табл. 1). Це також найгірший результат у Європі: серед усіх європейських країн Україна посідає останнє місце.

Таблиця 1

**Місця окремих країн за індексом економічної свободи у 2003–2013 рр.**

Країна	Роки										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Естонія	8	10	14	14	11	12	13	16	14	16	13
Литва	27	18	23	21	21	26	30	29	24	56	55
Чехія	36	35	47	40	39	37	37	34	28	30	29
Латвія	44	33	39	37	38	38	45	50	56	23	23
Польща	66	80	77	84	90	83	82	71	68	64	57
Казахстан	122	135	117	76	83	76	83	82	78	65	68
Молдова	74	94	84	87	82	89	120	125	120	124	115
Росія	129	122	131	128	131	134	146	143	143	144	139
Білорусь	151	146	145	145	148	150	167	150	155	153	153
Україна	128	114	101	110	135	133	152	162	164	163	161

Примітка. Складено авторами на підставі даних *Index of Economic Freedom*.

Варто зазначити, що показники України знижуються, починаючи з 2006 року, тобто восьмий рік поспіль (рис. 1).

Лише за останні роки в країні зменшилися шість із десяти свобод. До найбільших проблем відносяться корупція, недосконалість фінансової системи, бюрократичні перешкоди, які ускладнюють комерційні операції і створення бізнесу. Неefективними й обтяжливими лишаються регуляторні і правові межі. Майже не спостерігається прогресу в залученні іноземних інвестицій: зарубіжних інвесторів лякає корупція, яка, за свідченням *Heritage Fondation*, поширилася серед усіх верств суспільства і рівнів влади, а також проникла в усі сфери економіки.

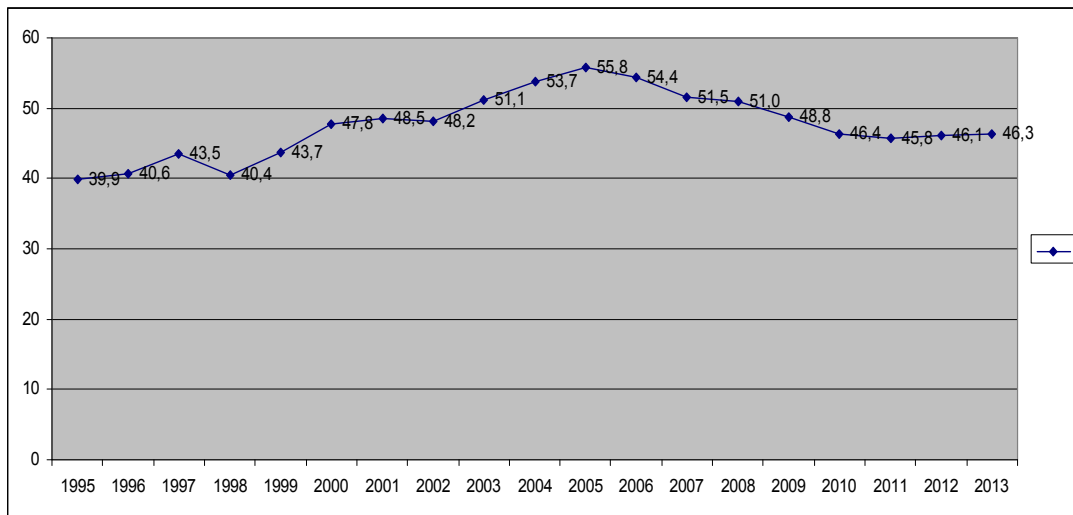


Рис. 1. Динаміка індексу економічної свободи України за 1995–2013 рр.

Через бюрократичні бар'єри іноземним інвесторам недоступна значна кількість секторів економіки, а укладені з ними угоди не завжди захищені правовою системою, якій не вистачає незалежності й повноважень (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка індексу економічної свободи України**

Індикатори	2005 р., балів	2009 р., балів	2010 р., балів	2011 р., балів	2012 р., балів	2013 р., балів	Середній рівень у світі (2013 р.)	Середній рівень у Європі (2013 р.)
Свобода бізнесу	55,0	40,5	38,7	47,1	30,0	30,0	63,7	77,4
Свобода торгівлі	76,2	84,0	82,6	85,2	24,0	23,0	72,6	85,6
Фіскальна свобода	83,0	77,0	77,9	77,3	78,2	78,2	74,9	72,5
Державні витрати	78,6	39,0	41,1	32,9	29,4	29,4	59,8	41,1
Монетарна свобода	76,2	68,1	61,2	63,2	46,2	47,6	71,9	77,1
Свобода інвестицій	30,0	30,0	20,0	20,0	51,2	49,9	50,8	71,2
Фінансова свобода	50,0	40,0	30,0	30,0	67,7	71,0	47,3	63,6
Права власності	30,0	30,0	30,0	30,0	84,4	84,4	41,8	61,2
Свобода від корупції	23,0	27,0	25,0	22,0	20,0	20,0	39,6	55,3
Свобода праці	55,8	52,4	57,7	50,0	30,0	30,0	59,8	61,2

Примітка. Складено авторами на підставі даних *Index of Economic Freedom*.

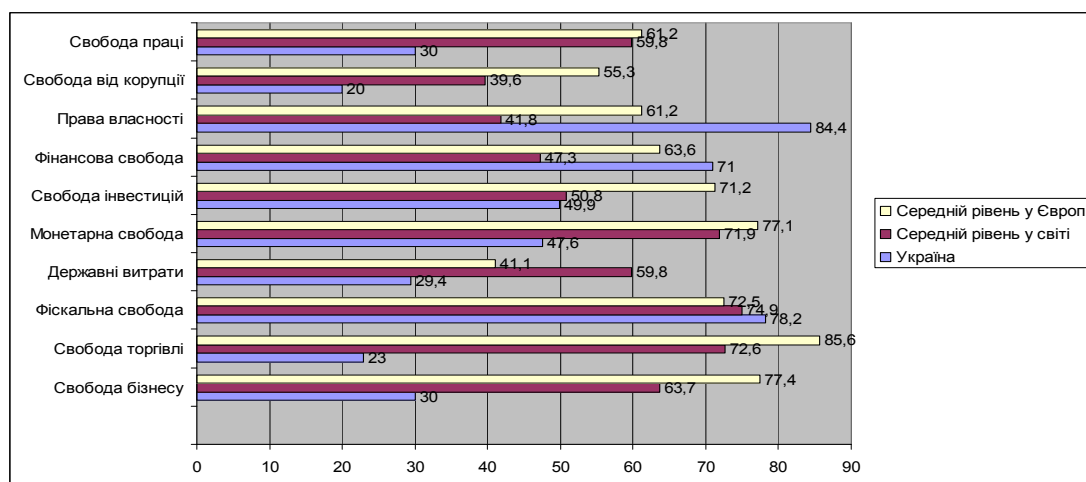


Рис. 2. Порівняння індексу економічної свободи України із середнім значенням у світі за 2013 рік, балів

Усе це свідчить про те, що Україна лишається позаду інших, насамперед європейських, країн у сфері створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва (див. рис. 2).

Звичайно, така ситуація не може не впливати на становлення соціальної відповідальності українського підприємництва.

Сьогодні соціальна відповідальність бізнесу сприймається українськими підприємцями скоріше за все як маркетингова або PR-технологія, обмежується соціальними акціями і, відповідно, у такому вигляді не може сприяти сталому розвитку як на мікро-, так і на макрорівні, а також підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі.

Зокрема, увага до таких акцій підвищується, як правило, перед виборчими кампаніями. Такі передвиборні пожертвування здійснюються з метою одержання певних політичних чи економічних дивідендів. Але мало хто з представників бізнесу замислюється про те, що, зрештою, такий підхід не завжди виправдовує надії й очікування зацікавлених сторін і може негативно позначитися на репутації бізнесу.

Незважаючи на це, в Україні є компанії, які впроваджують програми соціальної відповідальності, що ґрунтуються на діалозі і вивченні інтересів зацікавлених груп. Насамперед, це компанії, які використовують наукоємні виробничі процеси або надають складні послуги, що ґрунтуються на вивченні потреб споживачів, а також компанії, які працюють у галузях, де існує жорстка конкуренція.

Отже, соціальну відповідальність суб'єктів підприємництва, на нашу думку, слід розглядати як багатоаспектне явище, що, по-перше, акумулює вплив різних суспільних інститутів (держави, політичних партій і рухів, релігії, профспілок, громадських організацій тощо), по-друге, виступає як інститут узгодження інтересів держави, суспільства і суб'єктів підприємництва в економічній, екологічній та соціальній сферах, по-третє, є суттєвою ознакою рівня розвитку соціально-економічних відносин у суспільстві і, по-четверте, є інструментом підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнес-організації шляхом реалізації системи послідовних економічних, екологічних і соціальних заходів, які здійснюються на основі постійної взаємодії із зацікавленими сторонами і націлені на зменшення ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища, довгострокове поліпшення іміджу та ділової репутації компанії. Як інструмент підвищення конкурентоспроможності, соціальна відповідальність, буде дійовим лише за умови взаємної зацікавленості (як бізнес-організації, так і усіх її зацікавлених сторін) у його впровадженні: у такому разі всі суб'єкти зможуть отримувати свої переваги від соціальної відповідальності, які одночасно будуть виступати і у ролі стимулів для всіх учасників цього процесу

Український варіант соціальної відповідальності бізнесу поєднує у собі американську та європейську моделі. У силу початкової стадії розвитку соціальної відповідальності в країні має місце недостатнє розуміння її цілісної концепції, апробованих практик і корисності. Взагалі, оцінюючи рівень розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, слід зазначити, що активність бізнесу щодо просування цього явища у вітчизняному бізнес-співтоваристві обмежується як суб'єктивними, так і об'єктивними чинниками. А існуючі розвинуті моделі соціальної відповідальності не завжди можуть автоматично використовуватися і бути корисними для усіх без виключення вітчизняних підприємств. Це обумовлює значну складність і тривалість цього процесу.

Корені стримуючих чинників знаходяться в національних й історичних традиціях, що склалися в країні, політичній і економічній ситуації та відсутності єдиних орієнтирів соціальної політики, а звернення до соціальної відповідальності в Україні – це не тільки і не стільки відповідь на виклики глобалізації та реакція на загальносвітові тенденції, це, насамперед, соціально-економічна неминучість, викликана результатами невдалих реформ.

Зважаючи на те, що під економічною свободою розуміють відсутність державного втручання або перешкод виробництву, розподілу і споживанню товарів і послуг, за виключенням необхідного громадянам захисту і підтримки свободи як такої, її розширення є

тим чинником, на наш погляд, який сприятиме розвитку українського бізнесу і, відповідно, становленню його соціальної відповідальності. Реалізація вітчизняним бізнесом принципів соціальної відповідальності активно вплине не лише на підвищення рівня і якості життя населення, зміну відношення споживача до соціально відповідальних компаній, але і на підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на світових ринках за рахунок використання єдиних етичних норм і стандартів ведення бізнесу.

**Використані джерела:**

1. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В.М. Шаповал. – Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. – 357 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

*Юрчишина Л.І., ст. викладач*

*Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», Україна*

На сучасному етапі суспільного розвитку стратегічними пріоритетами України є перехід до інноваційної моделі економічного розвитку, інтеграція в економічний європейський простір та розбудова соціальної держави. Найважливішою умовою реалізації цих стратегічних завдань є ефективне використання людського капіталу, а саме тих якісних рис працівників, які формують сучасні продуктивні здібності та перетворюють їх на головну продуктивну силу постіндустріальної економіки. Досвід розвинених країн свідчить, що ефективне використання людського капіталу є найважливішою умовою конкурентоспроможності країни та динамічного соціально-економічного прогресу. Для досягнення країною гідного конкурентного становища серед інших країн важливо визначити, як саме слід реалізувати людський потенціал, щоб отримати оптимальний ефект від його використання. Це вимагає глибокого аналізу формування та структури людського капіталу, взаємодію показників, що його характеризують, та визначення їх вагомості для покращення економічних показників. Необхідність забезпечення економічного зростання як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах в умовах обмежених інвестиційних ресурсів обумовлює необхідність розробки методологічних основ щодо оцінювання людського капіталу, який може бути стратегією людського потенціалу як головного чинника економічного зростання [1]. Тому дослідження формування та розвитку теорії людського капіталу є актуальним.

Сучасна теорія людського капіталу сформована на досягненнях інституційної теорії, неокласичної теорії та ідей неокейнсіанства. Прийшов час, коли виникла проблема розуміння ролі людини, її особистої ментальності, знань, досвіду, результатів праці на темпи економічного розвитку суспільного виробництва та економічне зростання. Статистичні розрахунки підтверджують той факт, що людський капітал є основним виробничим та соціальним фактором розвитку сучасної економіки і суспільства.

Процес формування та розвитку теорії людського капіталу пов'язаний з іменами відомих західних економістів А. Сміта, Т. Шульца, Г. Беккера, Дж. Кендрика, Л. Туроу, У. Петті, А. Маршалла, І. Фішера, П. Дракера, Е. Денісон та інших. Значний внесок у її розвиток та популяризацію зробили російські науковці: І. Бушмарін, Ю. Васильчук, О. Добринін, В. Клочков, І. Погосов, М. Скорєв.

В Україні методологічні питання розвитку людського капіталу досліджували такі провідні вчені, як О. Амоша, В. Антонюк, О. Білик, Д. Богиня, О. Гришнова, Т. Заяць, А. Кудлай, Е. Лібанова, Н. Лук'янченко, Л. Шевченко та інші. Українські науковці внесли значний вклад в поглиблення теоретичних засад концепції людського капіталу. Проте існує низка нерозкритих питань щодо формування людського капіталу в сучасних умовах, а також відсутнє фундаментальне та комплексне відображення даної проблеми в науковій літературі.