

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ЯК НАПРЯМ СОЦІАЛІЗАЦІЇ КАПІТАЛУ

Продуктивні сили сучасного суспільства, організовані за принципами постіндустріального технологічного способу виробництва, висувають вимоги до вдосконалення виробничих відносин. Змістом сучасного етапу трансформації виробничих відносин виступає їх соціалізація, зокрема відносин капіталістичної власності. Соціалізація капіталу відбувається за такими напрямками, як активізація соціального партнерства, посилення ролі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) або корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), а також розвиток форм власності спільного неподільного типу присвоєння (державної, муніципальної, громадських об'єднань) і спільно-часткового типу присвоєння (акціонерної, кооперативної, власності товариств).

Концепція соціальної відповідальності бізнесу закріплена у міжнародних документах, таких як Глобальний Договір ООН 1999 р., Глобальна ініціатива із звітності (GRI), Міжнародний стандарт країн СНД «Социальная ответственность организации. Требования. CSR/КСО-2008», стандарт Social Accountability 8000. Близько сотні вітчизняних підприємств вже приєдналися до деяких подібних ініціатив.

Трактування сутності категорії соціальної відповідальності бізнесу достатньо відрізняються між собою. В основному у літературі існує позиція щодо належності цього поняття до сфери корпоративної культури, філософії, морально-етичних відносин [4, с. 155]; категорія пов'язується з ідеєю свободи або отожднюється з моральними зобов'язаннями [2, с. 28]. Інші дослідники вбачають у СВБ та соціальному партнерстві форми прояву соціального капіталу, як сукупності «інститутів, відносин і норм, які формують соціальні взаємодії у суспільстві...» [1, с. 86]. Важливою є думка вчених [4, с. 163] про те, що соціальною відповідальністю бізнесу навряд чи можна однозначно розглядати як виключно філософсько-моральну концепцію, оскільки збитки від соціально безвідповідальної діяльності підприємств є цілком матеріальними (невідповідність заробітної плати вартості робочої сили, зношування основних фондів, екологічна шкода, невиконання податкових зобов'язань і т. ін.).

На наш погляд, причини становлення та розвитку явища соціальної відповідальності бізнесу у другій половині ХХ – початку ХХІ ст. лежать не стільки у площині філософських ідей або підвищення суспі-

льної свідомості, тобто факторів ідеального порядку, скільки у площині наступних об'єктивних матеріальних факторів.

1. Посилення конкурентної боротьби на національних та міжнародних ринках, що призводить до необхідності використання усіх доступних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства: посилення лояльності споживачів, підтримання позитивної репутації та іміджу, використання засобів реклами та PR. До речі, більше половини підприємств України (за опитуванням) також розглядають виконання вимог СВБ лише як влучний рекламний хід або можливість поліпшення іміджу [1, с. 91].

2. Спільний фактор виникнення для СВБ та соціального партнерства – необхідність поступок найманим робітникам з боку власників капіталу.

3. Підвищення ролі держави як законодавця, контролера, регулятора суспільних відносин, а також суб'єкта соціальної політики.

Хоча проаналізовані імперативні фактори формування СВБ забезпечують приєднання бізнесу в тій чи іншій мірі до цієї концепції, в той же час серед вчених лунає заклик трансформувати принципи СВБ з добровільної на обов'язкову основу, для чого пропонується використовувати систему показників виконання вимог СВБ, а також розробити відповідну законодавчу базу [4, с. 155–163].

На наш погляд, плідним є розуміння соціальної відповідальності бізнесу через взаємозв'язок із соціальним партнерством, на якому наголошують вчені [5, с. 80–91]. Дійсно, поряд із сучасними моделями та формами соціального партнерства, корпоративна соціальна відповідальність являє собою нову форму соціальної взаємодії, спосіб пошуку діалогу між зацікавленими сторонами (stakeholders) в рамках зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Серед основних напрямів СВБ звичайно називають підтримку найманих робітників, охорону довкілля, етику бізнесу. Тобто, з одного боку, СВБ охоплює коло відносин набагато ширше, ніж відносини між працею та капіталом, і тому є ближчим до умов такої форми соціального партнерства як «міжсекторне партнерство». «Міжсекторне партнерство» звичайно трактують як взаємодію між різними секторами у дво-, або тристоронньому форматі: у формі державно-приватного партнерства; співпраці підприємств та некомерційних громадських організацій; співпраці державних органів, комерційних підприємств та некомерційних організацій. З іншого боку, порівняно з соціальним партнерством, поняття СВБ акцентує увагу саме на соціальній відповідальності одної сторони перед іншими – капіталу перед робітниками та державою, і в цьому сенсі воно є дещо вузьким, ніж власне соціальне партнерство.

На структуру СВБ також існують різні точки зору. Так, часто вчені у структурі СВБ виділяють такі складові, як відповідальність перед споживачами, перед партнерами, перед персоналом, перед суспільством та екологічна відповідальність [2, с. 29]. Можливо, більш ємним є виділення дослідниками [5, с. 80–91] такої структури соціальної відповідальності бізнесу, яка передбачає, що підприємства несуть відповідальність за свою діяльність перед суспільством в цілому, окремими соціальними групами, державою та стейкхолдерами (а саме – замовниками, постачальниками, акціонерами, працівниками та ін.) та намагаються врахувати їхні інтереси.

Найважливішою і первісною складовою структури СВБ є відповідальність перед робітниками, яка є базовою компонентою внутрішньої СВБ. Належний рівень корпоративної соціальної відповідальності підприємства перед своїми робітниками забезпечується низкою взаємопов'язаних заходів, спрямованих на виконання багатьох соціальних обов'язків. Серед них, засновуючись на дослідженнях [2, с. 29], можна виділити, передусім, такі необхідні напрями, як стабільна виплата належної соціально значимої заробітної плати, забезпечення охорони праці, запобігання плинності кадрів та розширення кількості робочих місць. Ці найперші функції підприємництва можуть бути розширені за рахунок наступного рівня соціальних обов'язків: забезпечення гідних умов праці, соціальні гарантії, медичне та соціальне страхування.

Однак, на наш погляд, слід виділити і третій рівень соціальних обов'язків компанії перед робітниками, який акцентує увагу саме на поліпшенні лояльності персоналу, залученні найбільш кваліфікованих і ініціативних кадрів та спрямований на підвищення віддачі, відповідальності і автономності творчих робітників, що дуже важливо в умовах постіндустріального технологічного способу виробництва, заснованого на творчій праці. Успіх підприємства сьогодні залежить від впровадження інновацій, а нові ідеї створює людина-працівник, тому власник капіталу закономірно намагається створити для робітників найкращі умови праці і життя, з метою забезпечення народження нових прибуткових ідей саме на його підприємстві. Отже, сучасний найвищий рівень соціальних обов'язків капіталу перед робітниками передбачає вкладання коштів (а джерелом інвестицій є прибуток) у професійний та особистий розвиток самого працівника (підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів), а також у створення не тільки найліпших умов праці, але й життя (забезпечення житлом, лікування, організація культури та дозвілля). Цікаво, що подібні заходи по суті не нові – варто згадати обов'язковий розвиток соціальної сфери радянських підприємств. І не дарма О. Тоффлер, міркуючи про майбутнє праці, писав, що «ключ до

майбутнього праці полягає у розумінні того, що рутинна...робота не є більше ефективною». Тому що раніше «чим більше ви витискали піт з людей, тим більше грошей ви робили», але сьогодні «грубість у процесі праці вже не є прибутковою – вона є непродуктивною» [3, с. 252–254].

Значення соціальної відповідальності бізнесу саме для процесу соціалізації капіталу полягає, на наш погляд, також і у контексті, за виразом вчених, «встановлення досить жорстких обмежень процесу накопичення капіталу» [4, с. 163] за участі інституту соціального контролю та дієвої соціальної політики держави.

Таким чином, розвиток соціальної відповідальності бізнесу, тобто посилення соціальної компоненти у підприємницькій діяльності, яка традиційно спрямована передусім на максимізацію прибутку, є одним з вагомих напрямів соціалізації капіталу та соціалізації виробничих відносин в цілому, поряд із розвитком соціального партнерства та форм власності спільного неподільного і спільно-часткового типів присвоєння.

Список літератури: 1. Веремієнко Т.С. Соціальний капітал і соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі / Т.С. Веремієнко // Економіка та підприємництво: зб. наук. праць / МОН України, ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана». – 2009. – Вип. 23. – С. 84–93. 2. Власова Т. Підвищення кваліфікації персоналу як складова соціальної відповідальності бізнесу / Т. Власова // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка (Економіка). – 2013. – № 148. – С. 28–31. 3. Тоффлер О. Будущее труда / О. Тоффлер // Новая технократическая волна на Западе / О. Тоффлер. – М., 1986. – С. 52–254. 4. Филиппова І.Г. Концепція оцінки соціальної відповідальності бізнесу / І.Г. Филиппова, В.Г. Сумцов // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2012. – № 2 (173). – С. 155–163. 5. Шедяков В. Розвиток соціального партнерства в контексті постіндустріальних трансформацій трудових відносин / В. Шедяков // Економіка України. – 2012. – № 10. – С. 80–91.

*Назаренко О.В.
м. Харків, Україна*

ПРО СОЦІАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ ОСВІТИ

Останні досягнення в сфері технологій створили єдиний глобальний ринок праці та капіталу. Машини замінюють різні види людської праці набагато інтенсивніше, ніж коли-небудь. Відтворюючи себе, вони одночасно збільшують обсяг капіталу. Отже, майбутнє належить не тим, хто надає дешеву працю або володіє звичайним капіталом – їх буде ви-