

Выводы. Исследование показало, что «социальные инвестиции» и «социально ответственные инвестиции» - это инструменты развития концепции социально ответственного бизнеса, имеющие общие цели – получение «полезного эффекта» для общества и обеспечение взаимной интеграции интересов бизнеса и общества. Оба эти инструмента направлены на усиление социальной ориентации экономической системы: достижение экологической безопасности, стимулирование экономического роста и др.

Однако было установлено, что социальные и социально ответственные инвестиции имеют в своей основе различные механизмы встраивания корпоративной социальной ответственности в базовые функции бизнеса. Социальные инвестиции – это форма прямой бизнес-активности компаний в реализации социальных программ, а социально ответственные инвестиции – это более совершенный косвенный инструмент стимулирования отклика корпораций на решение наиболее серьезных социальных проблем в обществе, появившийся эволюционно в процессе развития и усложнения системы общественного воспроизводства.

Таким образом, на наш взгляд, актуальным является дальнейшее исследование инструментов, форм и методов реализации стратегий корпоративной социальной ответственности, изучение их особенностей, механизмов реализации и роли отдельных участников, отечественного и международного опыта содействия развитию КСО.

Источники и литература:

1. Костюк О. М. Соціально-відповідальне інвестування: основні тренди в американській та європейській практиці / О. М. Костюк, Я. І. Мозговий // Вісник УАБС. – 2011. – № 2 (31). – С. 79-83.
2. Ивлев С. С. Социально-ответственные инвестиции в мире и в России / С. С. Ивлев // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 1. – С. 80-88.
3. Соболева И. П. Социальная политика как фактор устойчивого развития / И. П. Соболева // Экономист. – 2003. – № 3. – С. 65-73.
4. Нидзий Е. Н. Финансовая структура социальных инвестиций / Е. Н. Нидзий, Н. М. Романенко. – Волгоград : Авторское перо, 2004. – 154 с.
5. Якунин В. И. Социальное измерение государственной экономической политики / В. И. Якунин, В. Д. Роик, С. С. Сулакшин. – М. : Экономика, 2007.

Новикова Р.А.

УДК 330.322.14

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В АКТИВИЗАЦИИ И РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МОДЕЛЕЙ

Актуальность темы. Развитие процессов глобализации мирохозяйственных связей и возрастание на этом фоне международной конкуренции содействовало повышению интереса отечественных компаний к реализации стратегий и программ корпоративной социальной ответственности (КСО), основанных на добровольном принятии на себя дополнительных обязательств перед обществом [1].

С одной стороны, это общемировая тенденция, которая объясняется стремлением предприятий увеличить свою конкурентоспособность и прибыль за счёт улучшения имиджа бренда и укрепления деловой репутации фирмы, что является объективным фактором развития КСО и в Украине.

С другой стороны, масштабы социальных программ, реализуемых бизнесом в отечественной экономике, столь незначительны на фоне современных экономических, социальных и экологических проблем, что закономерно возрастает интерес исследователей к поиску путей и механизмов стимулирования социальной ответственности бизнеса с помощью инструментов государственной экономической политики. Задача сближения приоритетов развития корпораций, общества и государства приобретает новую актуальность.

В этой связи особый интерес приобретает опыт зарубежных стран по взаимодействию власти и общества, встраиванию корпоративных интересов в государственную социальную политику для решения наиболее значимых общественных проблем и обеспечения устойчивого развития экономической системы.

Теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности и роли государства в её развитии были заложены американскими исследователями в 40-е - 50-е годы XX века. Особое место среди исследований КСО занимают труды М. Фридмана [2], Й. Шумпетера [3]. Важную роль для исследования различных моделей социальной ответственности в развитых странах сыграла работа французского исследователя М. Альбера [4]. Интересные подходы к систематизации моделей социальной ответственности представлены в исследовании А. Керолла [5].

Среди современных трудов зарубежных авторов по проблеме корпоративной социальной ответственности можно выделить работы С. Хилтона, Д. Гиббонса [6], Ф. Котлера [7]. Авторы анализируют опыт ведущих западных компаний в этой области, исследуют проблему налаживания диалога между компаниями, властью и обществом.

Отсутствие комплексных исследований роли государства в усилении социальной ответственности бизнеса в Украине на фоне бессистемной государственной политики в этой сфере повышает теоретическую и практическую значимость данной тематики.

Цель и задачи статьи состоят в изучении роли государства в активизации и развитии социальной ответственности бизнеса, обобщении международного опыта и поиске направлений государственного стимулирования социально ответственного поведения компаний в Украине.

Результаты исследования. Проблема поиска приемлемой для адаптации в Украине модели КСО повышает интерес исследователей к изучению накопленного в мировой практике опыта формирования системы отношений между бизнесом, обществом и властью.

Необходимо отметить большую подвижность современной модели КСО в Украине, так как на ее формирование в различной степени влияют разнонаправленные тенденции: с одной стороны, государственная экономическая политика, с другой – процессы глобализации экономики, трансформация международного законодательства в сфере регулирования бизнеса и международная конкуренция. Для обоснования выбора направления реформирования модели КСО в Украине необходимо проанализировать зарубежные модели и их особенности.

Следует отметить, что феномен КСО уходит корнями в систему отношений между наемными работниками, бизнесом и государством, получившую название «социальное партнерство». Анализ мировой практики позволяет выделить три разновидности социального партнерства, каждая из которых повлияла на формирование страновой модели КСО.

Первая (Швеция, Финляндия, Бельгия, Нидерланды) - предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия.

Вторая (США, Канада, Япония, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки) - характеризуется регулированием социально-трудовых отношений на уровне предприятия и - в значительно меньшей степени - на уровне отрасли или региона. Роль государства заключается в принятии соответствующих законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований. В странах Северной Америки объединения предпринимателей предпочитают не вмешиваться в процесс социально-трудовых отношений на предприятии, однако принимают активное участие в законотворческой и политической деятельности.

Третья (Австрия, Германия, Франция, частично Великобритания) - объединяет черты двух предыдущих разновидностей. Так, согласно немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л.Эрхард, государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.

Развитие социально-трудовых отношений и социального партнерства в индустриально развитых странах привело к созданию общенациональных систем социального обеспечения. В настоящее время в системе социального партнерства происходит смещение инициативы в сторону государства, способного сформировать благоприятные условия и заинтересовать бизнес в расширении программ и практик КСО.

В связи с этим появился еще один подход к группировке моделей КСО, спектр которых определяется дилеммой: либо бизнес самостоятельно определяет меру своего вклада в развитие общества, либо официальные и неофициальные институты производят согласование общественных интересов, которые затем трансформируются в обязательные требования к бизнесу. В рамках данного подхода существующие на сегодняшний день в зарубежных странах модели КСО можно условно разделить на две группы: открытые (США, Канада) и скрытые (континентальная Европа, Великобритания), различающиеся степенью регулирования этой сферы государством и самостоятельностью, инициативностью бизнеса в этой области [8].

Открытая форма корпоративной социальной ответственности обозначает линию поведения компании, которая добровольно принимает на себя ответственность за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество. Данная форма КСО обычно затрагивает добровольные и самостоятельно определяемые программы и стратегии корпорации по вопросам, которые воспринимаются самой корпорацией или ее стейкхолдерами как часть их ответственности перед обществом.

Примером эффективного применения открытой формы КСО является американская модель социальной ответственности бизнеса, имеющая историю с XIX века. В силу уникальной природы американского предпринимательства, основанного на практически полной свободе субъектов предпринимательства и минимальном вмешательстве государства в регулирование бизнеса, многие сферы общественных отношений до сих пор остаются саморегулируемыми.

В то же время, в рамках американской модели КСО выработаны многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем за счет корпораций (фонды пенсионного обеспечения работников; фонды выплат дополнительных пособий по безработице; фонды выплат пособий (пенсий) по инвалидности; фонды выплаты пособий по болезни, связанной с временной потерей трудоспособности) [9].

При этом ответственное социальное поведение и социальные инвестиции корпораций поощряются со стороны государства соответствующими налоговыми льготами, закрепленными на законодательном уровне. Таким образом, основу американской модели КСО составляет механизм государственного регулирования с применением косвенных (экономических) стимулов [10].

В отличие от американской модели, в странах ЕС, также имеющих многолетние традиции в области социальной ответственности бизнеса, именно правительства, а не корпорации, выступают в роли инициатора и основной движущей силы КСО.

Большинство европейских стран реализуют скрытую форму КСО, которая предусматривает наличие в стране официальных и неофициальных институтов, через которые ответственность корпораций за

общественные интересы согласована с корпорациями или предписана им [8]. Во многих европейских странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий [11]. Высокий уровень налоговой нагрузки на предприятия снимает с них в большей мере ответственность за дополнительное финансирование социальных программ и перекладывает её на государство.

Таким образом, основным отличием европейской модели КСО от американской является более жесткое государственное регулирование. Украинская модель КСО больше тяготеет к европейской модели, при которой социальные проекты бизнеса в большей мере являются реакцией на государственную политику. Вместе с тем эксперты отмечают, что в последнее время в мировой практике наблюдается тенденция движения скрытых моделей к открытым (появляется инициатива со стороны частного сектора в области социальных проблем, не характерная для скрытых моделей).

Обобщая зарубежный опыт в сфере развития КСО можно утверждать, что успешное продвижение идей социального партнёрства возможно только в том случае, когда государство становится образцом и примером социально ответственного поведения.

Специалисты отмечают внутреннюю и внешнюю социальную ответственность государства. Внутренняя социальная ответственность правительства реализуется через разработку и развитие программ, направленных на соблюдение интересов наемных сотрудников, инвестирование с учетом этических принципов, борьбу с коррупцией. Играв роль координатора, ряд государств формируют в структуре правительства должность Министра по КСО, создают межотраслевые КСО-программы, проводят оценку проектов новых законодательных инициатив на предмет соответствия основным принципам социальной ответственности.

Внешняя социальная ответственность правительства проявляется при формировании государственного бюджета, распределении ресурсов, внедрении системы международных стандартов, информационно-методической поддержке КСО. Так, например, при осуществлении государственных закупок и материальнотехнического обеспечения, заключении контрактов на выполнение заказов и привлечении сторонних организаций для реализации общественных задач предпочтение отдается социально-ответственным предприятиям и проектам с более высокими социальными и экологическими показателями.

Правительство организует общественно-информационные кампании, такие как: конкурс и награждение лучших предприятий в области КСО, информирование населения о социально-ответственных бизнесах и лучших практиках через СМИ, введение механизма социальных и эко-лейблов, информирующих покупателей о социально ответственном поведении компании, создание информационных центров и финансирование исследовательских и обучающих программ.

Западные государства берут на себя ответственность за продвижение международных стандартов КСО на национальном уровне, создавая условия для внедрения, оценки, сертификации производства и продукции. Принципы КСО интегрируются в международные отношения, способствуя развитию экспортного потенциала страны и улучшению отношений между странами. Наиболее значимых результатов добились страны, которые используют системный подход в развитии КСО, включающий комплексную реализацию следующих направлений государственной политики:

1. Формирование законодательно-правовой базы в области КСО: установление стандартов в области качества сырья, продукции, технологий, персонала; разработка и внедрение отраслевых и корпоративных кодексов поведения и т.д.

2. Сотрудничество с бизнесом в реализации социально значимых инициатив (предоставление субсидий на создание рабочих мест; финансовая поддержка социально и экологически ориентированных проектов и т.д.).

3. Использование налоговых и инвестиционных инструментов: стимулирование социально-ответственного поведения компаний через предоставление налоговых льгот, преференций, субсидий.

4. Международное сотрудничество по КСО: поддержка и продвижения международных принципов КСО, инициатив международных организаций (Инициатива ООН «Глобальный договор»), участие в развитии системы международных стандартов, показателей отчетности, аудита по КСО, стимулирование сертификации продукции и предприятий по международным стандартам (социальная и экологическая маркировка).

5. Признание и демонстрация одобрения практики развития КСО: присуждение государственных наград и премий за добровольный вклад бизнеса в развитие принципов КСО; внедрение механизма социальных и эко-лейблов и др.

6. Информационная, методическая и институциональная поддержка развития КСО-практики: проведение семинаров по КСО для государственных служащих, представителей бизнеса, членов общественных организаций; стимулирование научных исследований в сфере КСО; внедрение в учебные программы курса «Корпоративная социальная ответственность»; создание специальных информационных центров КСО.

Таким образом, для поощрения бизнеса к социально-ответственному поведению, государство может использовать разнообразные инструменты и механизмы стимулирования, от мягких форм регулирования и мотивации до жестко определенных законодательством требований.

Выводы. В условиях трансформации экономики Украины от командно-административной модели хозяйствования к рыночной государство, на наш взгляд, должно стать главным инициатором программ в

сфере КСО. Учитывая многосторонний зарубежный опыт в сфере формирования и развития социального партнёрства, можно утверждать, что в Украине, где степень общественного самосознания остается низкой, добровольность КСО должна сочетаться с государственным регулированием социально ответственного поведения. Только комплексный системный подход к реализации политики государства в сфере активизации и развития КСО создаст условия для устойчивого развития экономики, а также будет способствовать усилению имиджа Украины как страны, следующей в русле мировых тенденций.

Источники и литература:

1. Куренько Р. Н. КСО в понятиях и трактовках : [Электронный ресурс] / Р. Н. Куренько // КСО своими руками. – № 1. – С. 17. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com>
2. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 1970. – September, 13.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. – М., 1982.
4. Альбер М. Капитализм против капитализма / М. Альбер. – СПб., 1998.
5. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – № 34 (4). – P. 39-48.
6. Хилтон С. Бизнес во благо. Делаем деньги, делая мир лучше / С. Хилтон, Д. Гиббонс. – М., 2003.
7. Kotler Ph. Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good For Your Company and Your Cause / Ph. Kotler, N. Lee. – Hoboken, NJ : Wiley, 2005.
8. Commission of the European Communities: Communication from the Commission concerning corporate social responsibility: "A business contribution to sustainable development". – 2002.
9. Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы : учеб. пособие / под общ. ред.: Н. А. Волгина, В. К. Егорова. – М. : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2004. – С. 506.
10. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред.: д. э. н., проф. И. Ю. Беляевой, д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. – М. : Кнорус, 2008. – С. 43.
11. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М. : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2007. – С. 51.

Осипов В.Л.

УДК 339.13

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕНЧМАРКИНГА В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Современная ситуация в экономике складывается под влиянием сложных и неоднозначных тенденций глобализации. Предприятия во все большей степени подвергаются совокупному воздействию ранее изолированных друг от друга конкурентных факторов, что ведет к возникновению многоаспектной, динамичной и агрессивной гиперконкуренции. В целом внешняя среда предприятий становится всё более неопределенной и непредсказуемой.

В таких условиях поиски действенной стратегии повышения конкурентоспособности являются чрезвычайно сложными. Обостряется необходимость в обоснованных теориях и методах, позволяющих преодолеть разрыв в конкурентоспособности между отечественными и зарубежными предприятиями в условиях роста неопределенности и неравновесности внешней среды.

Во всем мире признается, что высоким потенциалом для решения таких проблем обладает бенчмаркинг - методология изучения, анализа и адаптации успешных технологий и бизнес-практик в целях достижения наивысшей производительности.

Таким образом, бенчмаркинг - это, во-первых, сравнение своих показателей с других организаций: конкурентами и организациями-лидерами, показателями и, во-вторых, изучение и применение успешного опыта других у себя в организации.

Многие организации во всем мире применяют бенчмаркинг, используя различные его формы, и рассматривают эталонное сопоставление в качестве инструмента совершенствования бизнеса и достижения конкурентных преимуществ. Мохамед Заири считает, что компании, практикующие бенчмаркинг, способны добиваться успеха, так как постоянно сосредоточены на изучении рынка, и это позволяет им улучшить результаты своей деятельности и повысить конкурентоспособность [4]. В отличие от простого выявления различий между вами и вашими конкурентами, которое не дает объяснений, как эти различия преодолеть и добиться преимущества в бизнесе, эталонное сопоставление помогает понять причины несоответствий в отдельных областях хозяйствования и способствует преодолению отставания от конкурентов на основе сравнения и анализа своей деятельности с деятельностью лучших организаций. Активное привлечение чужого опыта позволяет ускорить свой прогресс, сократить затраты, повысить прибыль и оптимизировать динамику структуры и выбор стратегии деятельности предприятия. Однако не следует забывать, что подобное точечное совершенствование плодотворно не для всякого предприятия. Поэтому необходимость проведения эталонного сопоставления должна быть доказана, т.е. цели бенчмаркинга должны совпадать со стратегическими целями организации. Таким образом, цель бенчмаркинга - совершенствования бизнеса и повышение конкурентоспособности, носит стратегический характер для организации и придает бенчмаркингу статус полноправного инструмента управления.