

СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Н.О. ВОЛГІНА, ст. викл.

*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Динамізм як характерна ознака сучасних економічних реалій створює ризики втрати стабільності функціонування та розвитку бізнесу незалежно від його виду та масштабів. До ключових інструментів зниження цих ризиків належить стратегічне планування, результатом якого є визначення векторів розвитку бізнесу та необхідних організаційно-економічних змін, що здатні забезпечити бізнесу необхідну ринкову гнучкість, стратегічну конкурентоспроможність та стійкий розвиток в умовах, що швидко змінюються.

В основу сучасної світової економічної моделі покладено принципи сталого суспільного розвитку, забезпечення балансу економічної та соціальної складових. В рамках реалізації означених принципів відбуваються глобальні трансформаційні перетворення: змінюються погляди на роль та функції суб'єктів ринкових відносин, форми їх взаємовідносин та умови ефективної взаємодії, масштаби і форми відповідальності перед суспільством. Особлива увага приділяється здійсненню інституційних трансформацій, які стосуються створення та ефективного функціонування ринкових інститутів, інституційних передумов, чинників, ціннісних орієнтацій та механізмів реалізації.

До важливих ринкових інститутів, без яких не можлива побудова соціально орієнтованої економіки, належить соціальний інститут підприємництва, який являє собою модель соціальної поведінки бізнесу, засновану на відносинах соціального партнерства та соціальної відповідальності. Цей інститут виконує соціальні функції агента соціально-економічних перетворень, координації зусиль окремих суб'єктів в напрямку реалізації концепції соціально відповідального бізнесу.

Соціальне партнерство та соціальна відповідальність є глобальними трендами, які проявляються на всіх економічних рівнях, та підтримується урядами країн, владними регіональними управлінськими структурами, представниками великого і малого бізнесу. Наслідком стає зміна традиційних ролей, які виконували, зокрема, держава та бізнес, в проведенні соціально-

економічної політики. В розвинених країнах традиційні функції держави в сфері формування та реалізації соціальної політики частково передаються бізнесу, підтвердженням чого є скорочення державних соціальних витрат. Бізнес став повноправним членом та відповідальним агентом реалізації соціальної політики та партнером у вирішенні глобальних соціальних проблем.

Активної позиції в соціальних питаннях та відповідальних методів ведення бізнесу вимагають сьогодні і споживачі, які схильні до придбання товарів та послуг у компаній, які демонструють певну соціальну позицію по відношенню до суспільства та окремих його членів. За підрахунками фахівців, до 20% збільшення капіталізації крупних компаній припадає на такі нематеріальні активи як імідж та репутація, які кореспондуються з соціально відповідальною поведінкою та позиціонуванням компанії не тільки в ринковому середовищі, але і в суспільстві в цілому. Позитивний імідж бізнесу як соціально відповідального перед державою, працівниками, інвесторами, бізнес-партнерами стають частиною репутаційних активів, які збільшують ринкову вартість бізнесу та підвищують його стратегічну конкурентоспроможність.

Будь-який бізнес проходить такі стадії позиціонування в суспільстві:

- стадія первинного накопичення капіталу, на якій бізнес прагне за будь-яку ціну забезпечити зростання доходів і прибутків, причому він не готовий інвестувати в будь-які проекти, не пов'язані з власним розвитком;

- стадія самовиправдання перед суспільством, на якій бізнес починає спрямовувати частину своїх доходів на суспільні потреби, проте робить це несистематично, переважно у формі витрат на благодійність та підтримки окремих соціальних проектів;

- стадія «соціального партнерства», на якій бізнес усвідомлює стратегічні переваги встановлення партнерських відносин з владою та громадянським суспільством, стає відповідальним соціальним агентом між ними, усвідомлює важливість ефективних соціальних інвестицій і соціально відповідальної поведінки у забезпеченні власного довгострокового розвитку та привабливості для партнерів та інвесторів.

Бізнес економічно розвинених країн вже пройшов перші дві стадії, для нього соціальне партнерство та соціальна відповідальність стали нормою поведінки в суспільстві. Вітчизняний бізнес на сьогодні демонструє інертність в питаннях задоволення суспільних потреб та вирішення соціальних проблем. Відсутність сформованого громадянського суспільства, соціально

орієнтованого бізнес-середовища, політики стимулювання соціально відповідальної поведінки бізнес-структур, ефективних механізмів партнерства держави та бізнесу унеможливають перехід вітчизняного бізнесу до третьої стадії суспільного позиціонування.

Соціальні інвестиції, соціальне партнерство та соціальна відповідальність формують основу розвитку сучасного бізнесу. Тому бізнес сьогодні демонструє інтерес до технологій соціальних інвестицій, вибору оптимальних їх напрямків та методик оцінки ефективності, видів соціально відповідальної поведінки, які забезпечать йому підтримку в суспільстві та репутаційні переваги. Оптимізація соціальної політики компанії, планування вкладання коштів бізнесу в соціально значущі проекти і програми та оцінка їх результатів стають сьогодні важливою частиною стратегії розвитку бізнес-структур.

Соціальні інвестиції частіше за все пов'язують з діяльністю бізнесу в місцевій спільноті, в регіоні його присутності і розглядають як інвестиції у вирішення соціальних проблем шляхом участі у соціально орієнтованих проектах. Представники бізнесу, за даними опитувань, розглядають соціальні інвестиції як вкладання коштів в суспільство, як соціальну політику компанії, та, в окремих випадках, як благодійність, при чому здійснення цих інвестицій розглядається як вільний та відповідальний вибір самого бізнесу.

Світова економічна рада з питань стабільного розвитку визначила соціальну відповідальність бізнесу як «...постійно діючу вимогу до бізнесу діяти в рамках етичних норм та забезпечувати економічне зростання, в тому числі шляхом покращення стандартів життя працівників та їх сімей ..., покращення життєвих стандартів для жителів свого регіону та суспільства в цілому». Соціально відповідальна поведінка та активна соціальна позиція бізнесу стосується реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності, співпраці із зацікавленими сторонами в питаннях планування соціальних проектів та програм, участі в фінансуванні їх реалізації, створенні «банків даних» соціальних та екологічних ініціатив, відповідальності за розвиток людського капіталу, соціальної інфраструктури, негативні наслідки впливу на природне середовище тощо.

Реалізація стратегії соціально відповідальної поведінки бізнесу потребує створення соціально орієнтованого бізнес-середовища, інституційної підтримки бізнес-ініціатив в соціальній площині, а від бізнесу – побудови ключових бізнес-процесів з урахуванням соціальної функції, формування центрів та зон відповідальності.

Розвиток бізнесу в глобальному середовищі напряду пов'язаний з концепцією соціального партнерства, в основі якої лежить особливий соціальний діалог, метою якого є узгодження інтересів різних соціальних груп, сприяння вирішенню суспільних проблем та забезпеченню стійкого соціально-економічного розвитку. Держава, бізнес, населення, громадські організації мають побудувати ефективні партнерські відносини, засновані на принципах рівності прав, взаємоповаги, довіри, компромісу між особистими та суспільними інтересами, узгодженості та передбачуваності дій, солідарної відповідальності за вирішення соціальних проблем та реалізацію соціально орієнтованих проектів. Побудова раціональних партнерських відносин є оптимізуючою умовою розвитку сучасного бізнесу.

Таким чином, соціальні інвестиції та соціальну поведінку треба розглядати як стратегію. При цьому можливі такі варіанти її реалізації за рівнем складності:

- 1) фінансування проектів за власним вибором керівників бізнесу;
- 2) за можливості, попередження соціальним проблем;
- 3) оцінка потреб та очікувань місцевої спільноти, побудова відносин довіри та підтримки, формування позитивного соціального іміджу бізнесу.

Нарешті, вітчизняний бізнес має усвідомити власну роль та соціальні функції, які може взяти на себе, важливість налагодження ефективних комунікацій та побудови партнерських відносин, а соціальні інвестиції у вирішення актуальних соціально-економічних проблем розглядати як прояв соціальної відповідальності, яка забезпечує йому зростання ринкової вартості, створює умови довгострокового розвитку, підвищує його стратегічну конкурентоспроможність.