

Л.О. ПТАЩЕНКО,
к.е.н., Полтавський національний
технічний університет
імені Юрія Кондратюка

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ ЗБАЛАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В УКРАЇНІ

В рамках сучасної економічної науки належне місце займають підприємства і організації різних організаційно-правових форм та сфер діяльності. Сучасні суб'єкти ринкових відносин мають спільну кінцеву мету, подібні принципи діяльності, проте масштаби їх діяльності, способи отримання ресурсів, владні відносини, управлінські підходи, наукова діяльність, участь у соціальному та культурному аспектах суспільного життя є різними. Так, наприклад, ряд економістів доводить визначну роль корпорацій у житті суспільства порівняно з іншими формами організації бізнесу [1,2], багато науковців займаються проблемами діяльності державного підприємницького сектора [3-5], інші досліджують питання ролі малого та середнього бізнесу, домогосподарств в сучасній економічній системі [6-9]. Разом з тим, світовий досвід переконливо свідчить, що корпорації мають переваги порівняно з іншими організаційно-правовими формами підприємництва, а корпоративний сектор у більшості країнах є досить вагомим і впливає на суспільні й економічні відносини.

Сучасний період розвитку суспільних відносин характеризується тим, що в світі відбулося переосмислення ролі корпоративного сектора в розвитку економіки і соціальної політики. Зі збільшенням країн, які переймають ринкові підходи до економічної політики, підвищується усвідомлення важливості корпорацій для економіки конкретної країни і добробуту громадян. Адже, відносини власності, які формуються, в основному, в корпоративному секторі економіки, - це соціально-економічні відносини; вони зумовлюють історичну специфіку економічної системи, її соціальну структуру, систему влади.

Таким чином, соціально-економічні відносини, основою яких є корпоративна форма власності, займають визначальне місце у структурі економічних відносин та в економічній системі взагалі, виконуючи в ній системоутворюючу функцію. Корпоративна власність найповніше і найяскравіше розкриває сутність соціально-економічного розвитку системи ринкового типу, виражаючи найглибші зв'язки і взаємовідносини між різними економічними суб'єктами.

Зокрема, якісне корпоративне управління сприяє ефективному використанню капіталу, а також задовольняє інтереси широкого кола клієнтів та мешканців регіонів, виступає гарантом у дотриманні інтересів держави, фінансових і кредитних установ, інших контрагентів корпорації.

Створення належних умов функціонування суб'єктів корпоративних відносин, сприяння підвищенню ефективності їх діяльності, а також залучення інвестицій у національну економіку залежить, перш за все, від застосування високих стандартів корпоративного управління, впровадження механізму захисту прав інвесторів, вибору правильної управлінської та виробничої стратегії, збалансування інтересів власників, управлінців, держави та інших учасників корпоративних відносин, поєднання економічної політики з соціальною та їх гармонізація.

Адже належне корпоративне управління не обмежується виключно відносинами між інвесторами та менеджерами, а передбачає також урахування законних інтересів та активну співпрацю із зацікавленими особами, які мають легітимний інтерес у діяльності корпорації (працівниками, споживачами, постачальниками, партнерами, кредиторами, державною, громадськістю тощо). Корпорація не може існувати незалежно від суспільства, в якому вона функціонує, і кінцевий успіх її діяльності залежить від взаємовідносин з усіма зацікавленими особами.

Менеджери багато працюють, щоб збалансувати вимоги своїх структурних складових. Сьогодні значна частина корпорацій включають в свої стратегії цілий спектр соціальних цілей. При розробці планів

враховуються не тільки економічні та технологічні, але й соціально-політичні фактори; не тільки інтереси акціонерів та постачальників, але й місцевого населення та суспільства в цілому. Роль корпорації у вільному суспільстві завжди буде дуже важливою. Її роль в створенні робочих місць і виробництві товарів та послуг не може взяти на себе жоден інститут. Тому особливого значення у розвитку економічних поглядів на формування різних корпоративних моделей та забезпеченні інтересів різних груп учасників корпоративних відносин набувають соціально-економічні моделі, які застосовуються в різних країнах, мають свої особливості в залежності від рівня економічного розвитку, соціально-політичного стану та національних традицій. Типові моделі соціально орієнтованої ринкової економіки в своїх наукових дослідженнях визначає А.Нестеренко [10], зокрема:

1) континентальна або німецька (застосовується в Австрії, Бельгії, Нідерландах, Швейцарії, частково у Франції). Для неї є характерним високий обсяг перерозподілу ВВП через бюджет (біля 50 відсотків), формування страхових фондів за рахунок роботодавців, розвинена система соціального партнерства, політика повної зайнятості;

2) англосакська (Великобританія, Ірландія, Канада). Передбачає нижчий рівень перерозподілу ВВП (не більше 40 відсотків), має переважно пасивний характер політики повної зайнятості, розвинену мережу приватних та суспільних компаній і організацій по наданню соціальних послуг;

3) середньоморська (Греція, Іспанія, Італія). Розподіл обсягу ВВП через бюджет коливається від 40 до 60 відсотків. Соціальна політика має адресний характер і зорієнтована на соціально незахищені категорії населення;

4) скандинавська (Швеція). Характерною особливістю є активна соціальна політика, згідно якої метою економічної діяльності держави є соціальний добробут. Обсяг перерозподілу ВВП через бюджет – 50-60 відсотків.

Порівнюючи державну політику формування багатоукладної ринкової економіки в Україні з наведеними вище моделями, можна зробити висновок, що українська модель наближена до континентальної.

Багато в чому регулювання і забезпечення інтересів різних груп учасників корпоративних відносин в конкретній країні залежить не лише від розвитку корпоративного сектора, а й від державної соціальної та економічної політики загалом. Тому еволюцію політики забезпечення корпоративних інтересів, на наш погляд, доцільно розглядати через призму відповідного законодавчо-нормативного регулювання в конкретній країні.

У правовому полі України, як і більшості країн світу, при визначенні норм поведінки підприємства та оцінюванні його взаємовідносин з державою, суспільством і різними економічними суб'єктами застосовують поняття соціальної діяльності корпорації як сукупності організаційних дій власника щодо забезпечення соціального розвитку трудового колективу й дотримання законодавчих гарантій умов праці. Соціальна діяльність підприємства закріплена в статті 69 Господарського кодексу України, де розкрито її зміст, сутність й основні напрями діяльності.

Соціальна відповідальність – це обов'язок відповідати за соціальні зобов'язання, реалізація яких сприяє поліпшенню умов праці, відпочинку й побуту членів трудового колективу [11]. Вона може проявлятися на різних рівнях відносин корпорації: на ендогенному – у відносинах між власниками і трудовим колективом, на екзогенному – із зовнішніми зацікавленими суб'єктами. Тобто соціальна відповідальність корпорації зводиться до системи її відносин у двох площинах: із трудовим колективом і суспільством [12]. Науковці розподіляють соціальну політику корпорацій на два рівні:

- регульована соціальна політика,
- корпоративна соціальна політика.

Державне регулювання соціальної політики здійснюється шляхом визначення мінімальних соціальних вимог до корпорацій, зокрема встановлення пільгових ставок, норм, вимог до вмісту та ін. Що ж стосується

корпоративної соціальної політики, то вона має бути орієнтована на вирішення соціальних проблем й прийняття етичних норм понад рівень мінімальних вимог, визначених державою та прийнятті додаткових зобов'язань перед суспільством. Саме ступінь виконання соціальної політики забезпечує корпорації певні конкурентні переваги в суспільстві та підвищує її імідж.

Дослідження світових корпоративних моделей довело, що всі вони передбачають певні напрями соціальної діяльності і відповідальності корпорацій. Наприклад, у англо-американській моделі соціальний захист населення ґрунтується виключно на регулятивній функції держави. Корпорації беруть на себе додаткову відповідальність за соціальний розвиток своїх колективів і соціальну допомогу у розвитку адміністративних територій, де функціонують корпорації.

Європейські соціальні стандарти корпорацій приймають за основу рівномірну відповідальність корпорацій за соціальний розвиток суспільства. Корпорації беруть активну участь у соціальних проектах розвитку своїх територій.

Азіатські моделі базуються на консенсусі між основними бізнесовими групами і, як правило, передбачають перенесення на корпорації всієї відповідальності за соціальний розвиток населення країн [12].

В свою чергу держави надають їм пільги у вигляді зменшення податкового тиску, а у деяких випадках – звільнення від податків взагалі. Наприклад, у США меценатська діяльність звільняється від оподаткування, а у Франції в 2003 році запроваджено податкову систему, яка дає право зменшувати податки підприємств на 60% у разі здійснення благодійної діяльності [13].

Крім питань, пов'язаних з активністю корпорацій у соціальній політиці країни, однією з найважливіших на сьогодні залишається соціальна проблема захисту прав дрібних інвесторів, зокрема членів трудового колективу.

Як правило, корпорація створює підрозділи із зв'язків з громадськістю, метою яких є формування позитивного іміджу корпорації. Адже сильний корпоративний імідж – необхідна умова для досягнення стійкого і тривалого ділового успіху.

Громадські організації та засоби масової інформації здатні забезпечити разом з державними органами, наприклад, захист дрібних інвесторів, розвиток соціальної політики в корпораціях, недопущення порушень трудового законодавства з боку керівників та захист прав найманих працівників, дотримання корпораціями вимог з охорони навколишнього середовища та забезпечення екологічної безпеки тощо.

Велику увагу в роботі корпорацій необхідно приділяти вирішенню внутрішніх соціальних питань [14, С.14]. При цьому, якщо керівництво товариства являється одночасно власником, то й такі проблемні питання, як реорганізація та/або кадрове реформування, зазвичай, вирішуються без конфліктів. Більший ризик виникнення конфліктних ситуацій на тих корпораціях, де власник не пов'язаний з підприємством трудовими відносинами. Практичний досвід свідчить про те, що на багатьох корпораціях, де контролюючий пакет в процесі перерозподілу опинився в руках сторонніх осіб, в подальшому нові власники стають членами правління. Такий захід, на нашу думку, дещо пом'якшує соціальну напругу в трудовому колективі і підвищує ефективність діяльності корпорації.

Непоодинокі випадки, коли новий власник, недооцінивши свої можливості та привабливість підприємства, втрачає інтерес до нього і, в кращому випадку, зникає з поля зору податківців та органів статистики, або використовує основні фонди не за призначенням. Внаслідок такої „діяльності” трудовий колектив залишається без роботи і заробітної плати, а у разі порушення справи про банкрутство, зокрема, застосуванням ліквідаційної процедури [15, С.28], виявляється, що розрахуватися з кредиторами, в тому числі і трудовим колективом, та дрібними акціонерами нічим, так як основна частина майна новим власником продана. Особливо

гострою ця проблема проявляється у невеликих населених пунктах, де підприємство вважалось основним роботодавцем і джерелом поповнення місцевого бюджету.

Наявність зазначених проблем свідчить про низький рівень професійної підготовки менеджерів та корпоративної культури власників

Багато провідних корпорацій, які піклуються про власний імідж та конкурентну стійкість, впровадили власні принципи корпоративного управління. Деякі корпорації організували при своїх радах директорів спеціальні комітети, які займаються виключно питаннями соціальної відповідальності корпорації. Компанії вважають доцільним мати в своєму розпорядженні наступні інструменти реалізації соціальної політики: кодекс поведінки, норми та правила збереження навколишнього середовища, благодійної діяльності, програми по навчанню та підготовці спеціалістів.

Основними об'єктами реалізації корпоративної соціальної відповідальності є: власники, персонал, зацікавлені особи, суспільство, держава. При цьому у розпорядженні корпорації мають різні способи й регуляторні інструменти, використовуючи які можна досягти відповідного соціального ефекту (табл.).

Залежно від того, як корпорація ставиться до соціальної відповідальності і які інструменти використовує для реалізації соціальної політики Д.Кемпбел виділив такі типи корпоративних утворень:

соціально-обструкціоністські – домінуючими в розвитку бізнесу визначають власні інтереси;

соціально-слухняні – виконують мінімум соціальних зобов'язань перед суспільством;

соціально-доброзичливі – беруть на себе додаткові добровільні незначні соціальні зобов'язання;

соціально-конструктивні – роблять визначений конструктивний внесок у суспільство [16].

Таблиця.

Напрями й інструменти реалізації корпоративної соціальної політики

Об'єкти	Напрями	Інструменти реалізації	Ефект
Власники	Забезпечення добробуту. Взаємовідносини між різними групами акціонерів.	Принципи корпоративного управління.	Підвищення інвестиційного іміджу. Мінімізація корпоративних конфліктів.
Персонал	Умови праці. Соціальні гарантії. Ставлення до працівників. Безпека робочих місць (понад юридично затверджених норм).	Медичне страхування і додаткові соціальні пакети. Корпоративні пенсійні фонди. Конкурентоспроможний рівень заробітної плати. Система компенсацій і відшкодувань.	Збереження кадрового потенціалу
Зацікавлені особи	Безпечність і якість продукту. Взаємовідносини з партнерами по бізнесу, споживачами, фінансовими установами і посередниками.	Міжнародні стандарти якості. Налагодженість роботи зі скаргами. Ділова етика.	Репутація. Імідж. Лояльність.
Суспільство	Створення нових робочих місць. Виконання податкових зобов'язань. Екологічна безпечність.	Благодійництво. Меценатство. Акції соціального напрямку. Прозора податкова політика. Система екологічного менеджменту за світовими стандартами.	Репутація. Пільги.
Держава	Збереження енергетичних, мінеральних та інших природних ресурсів. Зменшення промислових викидів та утилізація відходів. Рекультивация земель.	Енергозберігаючі та екологічнобезпечні технології. Сертифіковані лабораторії моніторингу довкілля. Система поліпшення земельних ресурсів.	Репутація. Статус.

Варто зазначити, що соціальна діяльність корпорацій здійснюється у випадках: законодавчих вимог щодо її проведення; отримання економічних і соціальних переваг; набуття переваг першочерговості. Кінцевим результатом соціальної діяльності (крім обов'язкової) є отримання економічного інтересу

та економічної переваги, зміцнення конкурентних позицій і ділової репутації. Адже найголовнішими перевагами соціально орієнтованих корпорацій є: усунення плинності кадрів; породження відданості працюючих філософії корпорації; підвищення рівня конкурентоспроможності; зміцнення статусу корпорації в суспільстві; створення етичної системи відносин всередині корпорації та у стосунках з контрагентами (постачальниками, споживачами, партнерами, державними органами і фінансовими установами). На жаль, більшість власників і топ-менеджерів українських корпорацій цього не розуміють, тому більшу частину суб'єктів корпоративного сектора можна, на наш погляд, віднести до соціально-обструкціоністських та соціально-слухняних корпорацій.

Крім зовнішніх чинників, які формують рівень корпоративної соціальної відповідальності (законодавча неврегульованість, фінансова нестабільність, тощо) вагомими внутрішніми чинниками є низький рівень керівництва і менеджменту, відсутність власних внутрішніх норм і положень, які б відповідали міжнародним і національним принципам корпоративного управління.

Так, аналіз фінансової звітності відкритих акціонерних товариств Полтавської області за 2006 рік показав, що на загальні збори акціонерів виносили питання щодо прийняття власних принципів корпоративного управління з понад трьохсот товариств лише декілька, серед яких ВАТ «Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат» та ВАТ «Полтавський завод медичного скла».

Активізація соціальної відповідальності корпорацій перед суспільством повинна бути реалізована через усвідомлення істеблїшменту необхідності практичного впровадження Принципів корпоративного управління та в рамках чітко окресленої державної політики. Адже соціальна й економічна політики знаходяться у безпосередньому взаємозв'язку і взаємозалежності, а реалізація програм і заходів соціального характеру надає корпораціям економічні переваги, які передбачають отримання певного економічного

інтересу та задоволення його у вигляді стимулів, переваг, пільг, репутації, зв'язків тощо. Тому істеблішмент корпорацій повинен мати у своєму розпорядженні власні принципи корпоративного управління, які б, по-перше, відповідали національним стандартам, по-друге, були адаптовані до особливостей конкретної корпорації, по-третє, передбачали напрями корпоративної соціальної політики.

Активізація соціальної відповідальності корпорацій перед суспільством повинна бути реалізована в рамках чітко окресленої державної політики. Організаційно-економічний механізм реалізації корпораціями своєї соціальної відповідальності перед заінтересованими особами та суспільством має базуватися на поєднанні законодавчо закріплених стимулів до посилення соціальної відповідальності, пріоритетного права на реалізацію соціальних програм, а також контролю за соціальною діяльністю корпорацій.

Водночас державні стимули до посилення соціальної відповідальності мають передбачати зниження податку на прибуток, який спрямовується на благодійні цілі, або звільнення від оподаткування учасників соціальних проектів і програм. В свою чергу законодавством слід передбачити обов'язковість складання і оприлюднення соціальних звітів корпорацій, які займаються соціальною діяльністю, та проведення незалежного соціального аудиту. Це дасть можливість забезпечити прозорість соціальної діяльності корпорацій, не допускати зловживань посадовців і здійснювати контроль за цільовим спрямуванням та використанням коштів суто на соціальні потреби і програми.

Важливе значення для країн, які намагаються знайти оптимальне сполучення капіталізму з економічною справедливістю та демократією, є становлення власності менеджерів як однієї з форм корпоративної власності.

Ми поділяємо точку зору авторів, які стверджують, що провідна форма власності в економіці – корпоративна власність – цілком допускає значну участь управлінців у власності. Зрозуміло, що в кожній країні існують свої особливості, але в загальному плані досвід розвинених країн засвідчує про те,

що для введення власності службовців в широких масштабах і забезпечення надійного захисту їх прав на цю власність необхідна наявність фондових ринків, які підкоряються суворим правилам біржової торгівлі, інформаційній відкритості, потрібні інвестиційні банкіри, зацікавлені в розвитку нових форм фінансування, компетентні консультанти та надійна підтримка держави у вигляді надання податкових пільг.

Податкові пільги повинні:

- 1) заохочувати використання корпораціями позичкових коштів для придбання значних пакетів акцій та передачі їх службовцям,
- 2) стимулювати довготривалі вкладення коштів пенсійних фондів в капітал корпорацій,
- 3) сприяти прийняттю корпораціями програм продажу акцій співробітникам за рахунок невеликих відрахувань від заробітної плати та по пільговій ціні,
- 4) надаватися корпораціям тільки в тому випадку, коли їх плани участі службовців у власності охоплюють всіх працівників та гарантують дотримання їх акціонерних прав.

В свою чергу, приймаючи участь у державних соціальних програмах, розвиваючи власну кадрову соціальну політику, корпорації потребують від держави політичної стабільності, міцної законодавчої бази, прозорості податкової системи, сприяння та підтримки місцевої влади.

Література:

1. Бурбело О., Тирсунова В., Недодаева Н. Преобразование отношений собственности в Украине. – Луганськ, 1998. – 162 с.
2. Сірко А. Корпоративна власність у транзитивній економіці // Економіка України. – 2003. – №2. – С. 57-64.
3. Науменкова С.В. Основні напрями підвищення ефективності управління державними корпоративними правами // Фінанси України. – 2007. № 2. – С.15-30.

4. Міщенко В.І. Науменкова В.І. Проблеми вдосконалення управління державними корпоративними правами // Економіка України. – 2002. - №5. – С.29-36.

5. Григоренко Е. Государство – самый уязвимый и незащищенный собственник // Бизнес. – 2004. - №26. – С.83-85.

6. Горфинкель В.Я. Экономика фирмы: Учебник. – М., 2003.

7. Глазл Ф., Ливехуд Б. Динамическое развитие предприятия. Как предприниматели-пионеры и бюрократы могут стать эффективными: Пер. с нем. – Калуга, 2000.

8. Варналій З.С. Державна політика підтримки малого підприємництва. – К.: НІСД, 1996.

9. Сизоненко В. Сучасне підприємництво. Довідник. – К.: Знання-Прес, 2003.

10. Нестеренко А. Экономический рост на основе институциональных изменений // Вопросы экономики. – 1996. - № 5. – С. 41-61.

11. Господарський кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №18-22. – С.144.

12. Осецький В.Л., Марченко В.М. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності // Економіка та держава. - №1. – 2007. – С.9-11

13. Дары свыше // Бизнес. – 2005. - №43. – С.86-90

14. Герасимчук В. Управління підприємством як соціально-економічною системою: функціональний підхід // Економіка України.– 2003.– №4 –С.12-18

15. Васильченко О. Проблеми корпоративних відносин у зв'язку з чинним законодавством про акціонерні товариства // Українська інвестиційна газета. – 2000. - №24. – С.27-29.

16. Стратегический менеджмент: Учебник // Пер. с англ. Н.И. Алмазовой. – М.: ООО «Издательство проспект». – 2003. – 336 с.