

УДК 346.26:316.334.3

О.В. Бігняк

ПРО РОЗУМІННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво є складним соціальним явищем, що постійно потребує правового регулювання. Однією з ознак підприємницької діяльності є соціальна відповідальність, що народжується там, де зароджується суспільство. Ця ознака стає сутнісною під впливом моралі, а згодом і етики, і на цей час характеризує підприємництво для відповідності вимогам, що ставлять ці інститути.

Над цією важливою проблемою в різні часи працювали такі видатні науковці, як Л. Леві-Брюль, А. Амон, С.Г. Чурін, В.М. Хоміч, Н.О. Саніахметова, В.І. Сперанський, Н.М. Зарубіна.

Актуальність визначення поняття та специфіки категорії «соціальна відповідальність» зумовлена необхідністю висвітлення генези та поняття соціальної відповідальності, її визначальних ознак, що має вплинути на розкриття соціальної відповідальності як ознаки підприємництва та зробити ще більш об'єктивним наше уявлення про підприємництво як соціо-правове явище.

Як відзначає Е. Вебстер, «наука є результатом соціальних та технічних дискусій» [9, с.14]. Дане дослідження є спробою знайти критичну точку соціального діалогу між підприємництвом та суспільством.

Соціальна відповідальність як наукова категорія є об'єктом численних наукових досліджень, завдяки чому представлена великим обсягом матеріалу та багатогранністю наукових позицій.

Варто погодитися з Н.М. Зарубіною в тому, що історія підприємництва – це його напружений діалог із суспільством.

У контексті даного дослідження слід зазначити, що діяльність підприємців передбачає визначену законом свободу дій, пов'язану із самостійною юридичною відповідальністю за їхні результати, несення ризику наслідків цих дій.

Однак традиційного застосування набула така форма реалізації юридичної відповідальності, як негативна – реалізація санкцій. В юридичній науці існує досить обґрунтована точка зору, яка обумовлює існування ще однієї форми, а саме позитивної, що передбачає обов'язок діяти правомірно. Саме тут і знаходять своє ототожнення юридична та соціальна відповідальності.

Відповідно, цей позитивний підхід щодо реалізації відповідальності – відповідальність за майбутні дії – не лише має право на існування, але і повинний знайти реальне застосування в підприємстві, яке за своєю природою розпоряджається достатнім обсягом людських та матеріальних ресурсів.

Однак у цій сфері ставлення до такої позиції не було одноманітним. Так, наприклад, Г. Форд – один із засновників наукового менеджменту, ідеолог індустріалізму як моделі існування держави вважав, що бізнес не несе ніякої відповідальності за рамками суто економічних функцій [5, с. 25].

В. Завадніков висловлює подібну точку зору, згідно з якою соціальна відповідальність перебуває за межами бізнесу. На думку М. Фрідмана, єдиною справою бізнесу є максимізація прибутку в рамках дотримання діючих правил гри [7, с. 2; 8, с. 15].

Як справедливо, на наш погляд, зазначає Н.М. Зарубіна, подібний підхід відводить суспільство від традиційного розуміння бізнесу як виробництва та продажу товарів та послуг, що приносить прибуток та налаштовує нас на отримання прибутку з виробництва та продажу товарів і послуг [3, с. 35-41].

Звичайно, не можна відхилити концепцію «чистого ринку» повністю, однак етика успіху, яка заміняє етику соціальної відповідальності, що відзначив ще М. Вебер у теорії ступенів та напрямів релігійного неприйняття світу, не завжди знаходить прихильників [1, с. 137].

Логічною виступає необхідність у знаходженні вирішення конфлікту світоглядів. Відомий американський дослідник Амітаї Етціоні зазначає, що головною проблемою суспільства загалом та існування інституту соціальної відповідальності зокрема є атомізація, що виникає внаслідок перебільшення індивідуальних прав над суспільними обов'язками [6, с. 11].

Звичайно, що в системі політустрою, де представники бізнесу, особливо великого, формують своєрідну субкультуру, уявляючи себе «громадянами світу», досить безперешкодно виникає уявлення про невідповідальність за цей світ. За своєю природою сучасний бізнес, що основною своєю метою ставить отримання прибутку, є схильним до ігнорування інтересів суспільства, невизнання соціальної відповідальності перед ним настільки, наскільки це може бути дозволено, що призводить до соціально невідповідальної поведінки.

Насамперед історична еволюція взаємовідносин підприємців та суспільства становить собою своєрідну схему, що містить благодійність, етику служіння та етику відповідальності.

Етика служіння та етика відповідальності є характерними для різних культур та народів. З плином історії людина дедалі більше ототожнювала себе зі світом, що існував навколо, уявляючи себе як його органічну частину. Порядок, що складається в такий спосіб, передбачає реалізацію власного ставлення через вчинки та справи людей, що виступає як етика служіння. Підприємець, що веде справу, намагається співвідносити свої дії з існуючим порядком, при цьому великого значення набуває причетність до цілого, будуються відносини з партнерами, споживачами, робітниками на солідаристських принципах, також великий вплив відіграє релігія. Для всіх, хто служив капіталізму, відзначає Зомбарт, справа залишалася тільки засобом до мети життя; напрям і міру діяльності визначають їхні особисті життєві інтереси та інтереси інших людей, для яких і разом з якими вони діють.

За таких умов підприємець ще не обмежується формальним додержанням закону, не може відсторонитися від потреб громади, міста, держави, оскільки від них залежить і доля самого підприємця. Передбачається доволі плідне залучення підприємця до соціального та культурного життя, намагання виявити себе в різних сферах, що мають значення для соціуму. Він ще жертвує на церкви, але

вже бере участь у громадських справах як власник специфічних ресурсів. Тобто в основі етики служіння лежить цілісна, космоцентрична парадигма культури.

З розвитком соціального порядку появляється впевненість у тому, що моральні цінності є особистою, інтимною справою людини, яка постійно діє на свій страх та ризик, приймаючи на себе всю повноту моральної та соціальної відповідальності за свої вчинки. Саме в цей період відбувається перехід від етики служіння до етики відповідальності. Більшого значення набуває цілеспрямований розрахунок своїх сил та засобів, кожен індивід дедалі більш самостійно вирішує міру відповідальності, на перший план виходять етично нейтральні регулятиви поведінки.

Етика відповідальності, активно розвиваючись, знаходить собі своєрідних конкурентів у прагненні до особистого успіху, самореалізації.

І тільки завданням самого суспільства можна назвати відстоювання стійкості етики відповідальності ділового світу, що повинно у своїх же інтересах підтримувати високі моральні стандарти, повагу до людської гідності, негативне ставлення до егоїзму, експлуатації.

Показовим буде наведення історичних прикладів діяльності російських купців.

Сучасники відзначають, що в XIX сторіччі в Росії при збільшенні соціально-резонансу, що викликала ділова активність, збільшувався й опір суспільства, яке, у цілому, зберігало традиційний світогляд та етику служіння як важливішу моральну опору. Така ситуація спонукала представників підприємництва вживати заходів з підвищення свого громадського престижу, що обумовлювало захоплення благодійністю, меценатством.

Найбільш активним представником даного прошарку населення, що вело своєрідний діалог із суспільством, було Московське купецьке товариство. При цьому виділяли такі мотиви його соціальноспрямованої діяльності:

- благодійність як виконання обов'язку, реалізація принципу «бути як всі»;
- бажання посилити особистий статус у соціальній структурі суспільства, бажання вирівнятися в правах з такими верствами населення, як дворяни, інтелігенція;

- необхідність у визнанні купецьким співтовариством;

- релігійний мотив, що передбачав намагання уникнути «покарання за гріх». Так, М. Бердяєв зазначав, що російський буржуа, наживаючись та збагачуючись, завжди відчував себе трохи грішним;

- потреба в самореалізації не тільки як підприємця – розвиток себе як діячів літератури, опери, живопису. Третяков просив вникнути в зміст його бажання, не висміяти, зрозуміти, що для нього, істинно та полум'яно люблячого живопис, не може бути сильнішого за намагання покласти початок громадського, кожному доступного сховища витончених мистецтв, що буде приносити багатьом користь, всім насолоду.

Таким чином, з викладеного випливає, що соціальна відповідальність – це реакція підприємця на потреби суспільства в усіх проявах тієї культури, представники якої і формують його оточення, що потребує застосування тих специфічних ресурсів, якими володіє саме підприємець.

Це знаходить своє підтвердження і в «масгах». Так, згідно з дослідженням, яке проводилося 2001 р. Environics International CSR Monitor, було показано, що факторами, які найбільш впливають на громадську думку про компанію, є її соціально відповідальна діяльність – 49 %, якість та репутація бренда – 40%, бізнес-показники компанії – 32 %.

Попередні дослідження, що проводилися Millenium Poll в 23 країнах світу в травні 1999 р., підтверджують ці дані.

Як наслідок, 2001 р. обсяг інвестицій у США в рамках соціальної відповідальності виріс до 2,34 трлн. дол. [2, с. 53].

Важливою умовою підвищення ефективності роботи компанії є партнерство з благодійними фондами, розподіл грантів.

Під соціальною відповідальністю слід також розуміти розвиток персоналу, охорону здоров'я та створення безпечних умов праці, природоохоронну діяльність та ресурсозбереження, розвиток соціальної сфери.

Суспільство для досягнення цього повинно діяти активно за допомогою своїх інститутів, таких як право. При цьому можна стверджувати: мова закону становить собою досить роз'єднуючий фактор, поляризує, що ускладнює досягнення консенсусу. Однак за таких умов, коли неможливо в законі передбачити оцінні та раціональні конструкції, як доцільне, на наш погляд, використовувати конструкцію, що запровадив Д. Ролз. Згідно з даною теорією індивіди, приймаючи рішення про те чи інше явище суспільного життя, спираються, з одного боку, на принципи, що відпрацьовані для цього, а з іншого – мають інтуїтивні суб'єктивні судження з цього приводу. Саме це автор називає станом нерівноваги. Знаходження причини нерівноваги чи в принципах, чи в судженнях і є досягненням в її рівновазі [4, с. 67].

Підсумовуючи викладене, слід виділити таке.

Соціально відповідальність слід розуміти і досліджувати проблеми, пов'язані з її практичною реалізацією, виходячи не тільки з даних правової науки, але й інших галузей знань.

Характер соціально відповідальної поведінки підприємців не залежить суто від економічних показників їхньої професійної діяльності, а лежить у площині культурно-історичного розвитку суспільства.

Досить складно за допомогою норм права регулювати рівень соціально відповідальної поведінки підприємництва, незважаючи на спроби, подібні до податкових пільг, бо неможливо створити оцінне законодавство, однаково як і раціональну етику, слід використовувати інші конструкції для вирішення даної проблеми на даному етапі історичного розвитку нашого суспільства.

Література

1. Вебер М. Теория ступеней и направлений религиозного непринятия мира // Вебер М. Избр. произв. – М., 1990.
2. Гуревич Г.С. Социальная ответственность крупного бизнеса: социологический феномен или рыночный механизм // Вестник Моск. ун-та. – 2005. – № 3. – (Сер. 18: Социология и политология).

3. Зарубина Н.Н. Без протестантской этики: проблема социокультурной легитимизации предпринимательства в модернизирующихся обществах // *Вопр. философии.* – 2001. – № 10.
4. Ролз Дж. Теория справедливости / Пер. с англ. В.В. Цепищева. – Новосибирск: Изд-во Новосиб. гос. ун-та, 1995. – Гл. 2.
5. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. – М., 1991.
6. Чукин С.Г. К вопросу о возможности внесения нормативного измерения в рациональный курс права // *История гос. и права.* – 2004. – № 3.
7. Экономический эффект корпоративной социальной политики / *Ин-т экономики города.* – М., 2003.
8. Benioff M., Sowthwick K. *Compassionate Capitalism.* N.Y., 2004.
9. Webster A. *Science, Technology and Society.* Houndmills etc.: Macmilan, 1991.

УДК 346.7:346.26(477)

В.В. Добровольська

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Жодна з відомих нині ринкових економічних систем, а саме такою є підприємництво, не функціонує стихійно. Всі вони є об'єктами державного регулювання. При цьому напрям, засади, засоби й форми державного втручання змінюються відповідно до ситуації, що склалася в економічній системі.

Проблема правових засад державного регулювання підприємницької діяльності потребує дослідження їхньої правової природи, головних функцій, правових форм. Відповідно до Концепції переходу Української РСР до ринкової економіки [8], яку в листопаді 1990 року схвалила Верховна Рада, метою державного регулювання економіки є досягнення ефективного, поступового і стабільного економічного, соціального, наукового та культурного розвитку України. Отже, відповідно до даної Концепції, змістом державного регулювання у сфері підприємницької діяльності є діяльність з реалізації функцій держави щодо забезпечення господарського порядку, здійснювана у встановлених формах, тобто правових засадах і відповідними методами.

Головним нормативним актом, який закріплює основні засади державного регулювання підприємницької діяльності, є Господарський кодекс України [2], зокрема це: конституційні основи правопорядку у сфері господарювання, загальні принципи господарювання, основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання тощо. Державне регулювання підприємницької діяльності включає реалізацію відповідної економічної політики, яка спрямована на реалізацію та оптимальне узгодження інтересів суб'єктів господарювання і споживачів, різних громадських верств і населення в цілому. Правове закріплення економічної політики здійснюється шляхом визначення засад внутрішньої і зовнішньої політики, у прогнозах і програмах економічного і соціального розвитку України та її окремих регіонів, програмах діяльності Кабінету Міністрів України, цільових програмах економічного,