

Секція: Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ**

**Нагаївська Дар'я Юріївна**

викладач кафедри економіки і маркетингу

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Ефективне державне регулювання є фундаментом розвитку високої соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу, основою соціально-економічної стабільності суспільства і підвищення його добробуту. Саме тому актуальними питаннями розвитку соціальної відповідальності суб'єктів господарювання постає удосконалення інструментів та механізмів забезпечення ефективного державного регулювання в Україні.

На думку автора, фундаментом соціальної відповідальності бізнесу є соціально відповідальний маркетинг, який представляє собою сукупність виробничих відносин, необхідних для забезпечення ефективної взаємодії між попитом і пропозицією в умовах конкурентного обміну для найбільш повного задоволення потреб членів суспільства шляхом дотримання вимог чинного законодавства, забезпечення високої якості товарів і послуг, забезпечення гідних і безпечних умов праці на підприємстві, інформаційної відкритості і екологічної відповідальності підприємства, чесного рекламування товарів і реалізації соціальних ініціатив з метою отримання конкурентних переваг на ринку [1, с. 236]. При цьому соціальні ініціативи являють собою лише один із напрямів соціальної відповідальності суб'єкта господарювання, і їх реалізація без виконання інших вимог не означає, що таке підприємство можна вважати відповідальним.

Як слушно зазначає Орлов П.А., у будь-якій країні широке становлення соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу можливе лише за умови високої якості економічної системи країни і належного державного

регулювання, «ефективне державне регулювання передбачає аж ніяк не максимальне розширення втручання органів державного управління в діяльність суб'єктів господарювання, а вибір для регулювання лише найбільш важливих сфер і розробку якісної системи контролю над ними, а також суворої відповідальності винних за допущені порушення» [2, с. 134].

Серед основних факторів, пов'язаних на рівні держави із розвитком соціальної відповідальності бізнесу, можна назвати:

- рівень економічного розвитку держави та її регіонів;
- конкурентоспроможність вітчизняних підприємств;
- рівень і якість життя населення;
- якість трудового потенціалу населення;
- рівень розвитку громадянського суспільства.

На даний момент в Україні слабо розвинене інституційне середовище, відсутні національна стратегія і спеціальні нормативно-правові акти, що регулюють соціальну відповідальність бізнесу, економічні механізми заохочення підприємців до ведення соціально відповідальної діяльності.

Згідно до напрямів державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу в Україні, визначимо заходи із підтримки її розвитку на державному рівні (таблиця 1). Серед задіяних суб'єктів можна назвати органи державної влади, громадські організації, місцеві громади.

*Таблиця 1*

**Заходи, спрямовані на підтримку розвитку соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу в Україні (розроблено автором)**

<p>Напрями державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу та його</p>	<p>Заходи, спрямовані на підтримку розвитку соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------

маркетингу	
Розробка державної програми підтримки розвитку соціальної відповідальності бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розробка та ухвалення Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу;</li> <li>– розробка методичних документів зі впровадження соціальної відповідальності бізнесу і її моніторингу для органів державної влади, суб'єктів господарювання, громадських організацій;</li> <li>– розробка та використання моделей кооперації суб'єктів господарювання, громадських організацій та органів державної влади з метою реалізації спільних програм та ініціатив.</li> </ul>
Удосконалення нормативно-правової бази	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розробка і ухвалення Законів України «Про соціальну відповідальність бізнесу» і «Про соціальну звітність підприємств»;</li> <li>– удосконалення положень нормативно-правових актів, які регулюють питання впровадження і реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні;</li> <li>– правова регламентація, стимулювання та підтримка соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання.</li> </ul>
Розробка економічного механізму підтримки розвитку соціальної відповідальності бізнесу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– введення пільгового оподаткування для соціально відповідальних підприємств;</li> <li>– зниження ставки податку на прибуток для підприємств, які виробляють високотехнологічну продукцію і використовують ресурсозберігаючі технології, спрямовують частку прибутку на технічний розвиток і модернізацію виробництва, працюють за новітніми економічними моделями;</li> <li>– звільнення від митних зборів обладнання, орієнтованого на забезпечення енерго- і ресурсозбереження.</li> </ul>

<p>Створення механізму державного контролю за реалізацією соціальної відповідальності бізнесу</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– посилення контролю за дотриманням підприємствами норм чинного законодавства, які регулюють питання соціальної відповідальності бізнесу;</li> <li>– створення у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України Департаменту соціальної відповідальності бізнесу;</li> <li>– введення системи звітності з соціальної відповідальності бізнесу, згідно до якої компанії мають зазначити у щоквартальному звіті всі показники, за якими оцінюється рівень соціальної відповідальності підприємства.</li> </ul>
<p>Інформаційно-роз'яснювальна та освітня робота з тематики соціальної відповідальності бізнесу</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– введення в навчальні програми бізнес-шкіл, вищих навчальних закладів курсу «Соціальна відповідальність бізнесу» для студентів економічних спеціальностей;</li> <li>– видання та розповсюдження тематичної літератури, проведення семінарів з питань реалізації соціальної відповідальності бізнесу для власників і менеджерів підприємств, працівників, споживачів, представників органів державної влади і громадських організацій;</li> <li>– створення і підтримка роботи відкритої незалежної онлайн-платформи з інформацією про соціальні ініціативи вітчизняних компаній.</li> </ul>
<p>Популяризація практики реалізації суб'єктами господарювання соціальних ініціатив</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поширення інформації про успішні приклади реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Україні та в інших державах (соціальна реклама, інформаційна кампанія та ін.);</li> <li>– долучення соціально відповідальних суб'єктів господарювання та громадських організацій, які опікуються питаннями соціальної відповідальності бізнесу, до роботи відкритої незалежної онлайн-</li> </ul>

	<p>платформи;</p> <p>– формування рейтингів соціально відповідальних компаній, вручення національних премій та нагород за напрямками реалізації соціальної відповідальності бізнесу.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Звичайно, найбільш важливими заходами з підтримки розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні є розробка і ухвалення Законів України «Про соціальну відповідальність бізнесу» і «Про соціальну звітність підприємств», а також Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу, посилення контролю за дотриманням підприємствами норм чинного законодавства, які регулюють питання соціальної відповідальності бізнесу.

Перелічені заходи дозволять досягти підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, підвищення ефективності взаємодії органів державної влади, бізнесу та суспільства, формування партнерства суб'єктів соціальної відповідальності бізнесу у досягненні соціальних цілей і розвитку територій, підвищення іміджу суб'єктів господарювання і зростання вартості їх бренду.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нагаївська Д.Ю. Проведення оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингу на підприємстві // Вісник Хмельницького національного університету – Випуск 6. – Хмельницький, 2016. – С. 235-244.

2. Орлов П.А. Основные факторы повышения социальной ответственности субъектов хозяйствования и их маркетинга в свете глобального экономического кризиса // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016 р., м. Одеса / Г.О. Оборський, С.В. Філіппова, М.А. Окландер; Одеськ. нац-ний політех-ний ун-т. – Одеса: ТЕС, 2016. – 214 с.