

УДК .330.13

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
ГАРМОНИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ В
ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Морозова О.Г., Вольвач И.Ю.

В статті розглядається потреба в гармонізації фірмою її економічної та соціальної функцій, що набуває особливої сили в умовах ринкової трансформації, оскільки перехідна економіка, відкинувши зовнішню соціалізацію командно-адміністративної системи, ще не досягла рівня прояви внутрішньої соціалізації капіталу.

Постановка проблемы.

Анализируя общественное развитие Украины с позиций экономических (производительность труда, технологичность и рентабельность производства) и социальных (состояние социальной справедливости, уровень тенезации экономики) показателей, эксперты отмечают их ярко выраженную неравномерность. Уровень же социальной справедливости будет снижаться, о чем свидетельствуют снижение доли оплаты труда в стоимости выпускаемой продукции и рост теневой экономики.

Анализ исследований и публикаций.

Как отмечает В. Мандыбура, институционализация экономики возможна лишь за счет достаточно плотной правовой инфраструктуры, оптимально сочетающей нормы частного и публичного права, развития институтов государственного контроля, эффективного взаимодействия частного и государственного секторов, пробуждения общественного сознания и роста правовой культуры населения. Стимулировать развитие социально ответственной и востребованной индивидуальной предпринимательской деятельности может целенаправленное, продуманное, комплексное использование инструментов экономической политики государства. Стремление к индивидуальному интересу должно

сопровождаться уважением к интересам других, предприимчивость и инициативность – уважением к законам и общественным нормам, а культура потребления – уважением к труду и его носителю – человеку. Для институциональной мотивации предпринимательства и надлежащего развития в Украине необходимо сформировать его полноценный институциональный базис. Мировой опыт свидетельствует, что большим потенциалом в направлении социализации хозяйственной деятельности обладает малый бизнес. Возникнув тысячи лет назад, он стал исторической предтечей индустриализации и современной промышленности. Преобразуясь из мануфактур в фабрики и заводы, малый бизнес демонстрировал уникальные способности самосохранения. Именно к потенциалу малого бизнеса в ходе современного реформирования экономики Украины, апеллируют общественные и политические деятели. Особенно важна роль малого бизнеса в реализации социальной функции. Обеспечивая рабочие места для различных слоев населения, он выступает амортизатором в снятии социальной напряженности. Благополучие, создаваемое своим трудом, делает человека достойным, ответственным. В малой фирме работодатель и наемный работник максимально приближены друг к другу, дистанция между ними минимальна.

Цель исследования.

Выявление институциональные предпосылки гармонизации отношений экономической эффективности и социальной справедливости в транзитивной экономике

Изложение основных результатов исследования.

Для выявления действующих закономерностей эволюции интересен зарубежный опыт развития малого бизнеса, доля которого в ВВП крупнейших стран составляет более 50 %. В Европейском союзе насчитывается свыше 20 млн. субъектов малого и среднего бизнеса, которые обеспечивают более половины общего товарно-денежного оборота и добавленной стоимости, около 70% занятости. Как локомотив социально-экономического развития, эти фирмы получают ощутимую помощь от государства в форме налоговых льгот и добротной инфраструктуры. Уникальная система поддержки малого бизнеса в Европе сформировалась в 1970-х гг., вследствие устранения административных барьеров и проведения социальных реформ. Сегодня поддержка малого бизнеса в ЕС имеет форму налоговых, амортизационных, кредитных, инвестиционных, консультативных, инфраструктурных, тарифных льгот.

Малые фирмы стали занимать ниши, в сфере обслуживания, в финансовой, производственной и научной инфраструктуре. На первый взгляд, малые фирмы изначально проигрывают крупным – больше платят за кредит, сырье и энергию; не контролируют рынок; не осуществляют лоббирование; «по определению являются жертвой бюрократии». Подобное представление, однако, опровергает опыт Италии, где в начале XXI в. средний размер фирмы составлял 3,9 занятого.. Причиной экономического успеха итальянского бизнеса являются промышленные округа – однородные местные производственные системы со значительной концентрацией высокоспециализированных мелких и средних фирм. Дж. Бекаттини ввел новую единицу анализа – промокруг или дискрит, обозначающий хозяйственную территорию со всей многослойностью ее связей, а также развил понятия внешней экономики и индустриальной атмосферы, в свое время предложенные А. Маршаллом.

Поучителен опыт развития малого бизнеса в Финляндии. Честность и прозрачность – определяющие черты нравственного предпринимательства – являются компонентами жизни и правилом ведения бизнеса в стране с низшим уровнем коррупции. Динамизм экономики обусловлен гибкой системой государственно-общественной и частной поддержки малых фирм, включающей гарантирование, микрокредитование, венчурное финансирование. Успешным стало превращение малых городов и деревень в инновационные бизнес-инкубаторы. Укрепление экономического и инновационного потенциала способствует росту благосостояния людей и авторитета страны в мире. В Великобритании малые и средние фирмы обеспечивают 58% занятости и 52% национального оборота. Законодательство предусматривает упрощенную регистрацию индивидуальных предпринимателей. Для малых фирм самыми привлекательными видами деятельности являются сделки с недвижимостью, НИОКР, торговля, бытовые услуги, производство и др. В Германии правительство осуществляет финансовую и технологическую поддержку малого предпринимательства. Существуют специально разработанные программы для его развития в сфере науки. В Испании активизация малого бизнеса началась в 70-х гг. XX в., и способствовала преодолению безработицы, улучшению экономической ситуации в целом. Успехи малого бизнеса и его социальную направленность обеспечивает внимание правительства к тем его субъектам, которые участвуют в социальной политике, создают дополнительные рабочие места для студентов, женщин, иммигрантов и

развивают экономически отсталые регионы. Успешен опыт развития малого бизнеса в Китае. Правительством было принято решение о переориентации экономики с ресурсоемких производств на предприятия малого бизнеса. В результате – магазины большинства стран мира заполнены дешевыми товарами, произведенными малыми фирмами Китая. Правительство стимулирует частные фирмы, работающие в сфере электроники и ПО. В стране максимально снижены бюрократические и налоговые барьеры для открытия фирм. Как результат – на долю малого бизнеса приходится до 50% налоговых поступлений и до 60 % объема экспорта [1]. В Южной Корее малый бизнес сыграл ключевую роль в восстановлении экономики после финансового кризиса 1997-1998 гг. Сингапур часто называют лучшим местом в мире для предпринимательства. Для привлечения иностранного капитала и инвестиций действует льготное налоговое законодательство и упрощены процедуры по открытию малых фирм. Основой малого бизнеса Сингапура является предоставление услуг: торговых, транспортных, коммуникационных, финансовых, туристических и др. Именно эти сферы обеспечивают занятость 70-80% населения страны. Благодаря тому, что многие жители Сингапура занимаются индивидуальной предпринимательской деятельностью, владеют ценными бумагами, средний класс составляет около 80% населения. [2].

В Японии малый и средний бизнес составляет 99,7% всех национальных компаний. Так называемая «японская модель» взаимодействия крупного и малого бизнеса предполагает, что малые фирмы выступают субподрядчиками крупных. Поскольку малые фирмы не имеют средств для повышения квалификации сотрудников, их дополнительное образование финансирует правительство. Для преодоления последствий кризиса вводятся новые формы помощи, например, сокращение налогов на социальные расходы малых и средних фирм.

Безусловно, все это говорит, что, с одной стороны, институциональная среда перечисленных стран достаточно благоприятна для развития фирмы, и во многом способствует реализации национальным бизнес-сектором принципа социальной ответственности. С другой стороны, малый бизнес, в силу различных причин сам по себе ориентирован на социализацию экономики. Отмеченные эффекты друг друга усиливают: институциональные условия благоприятствуют развитию малого бизнеса, он, в свою очередь, реализует социальную

функцию в благоприятной ему внешней среде. Так, государство, осознавая важность института фирмы для экономического и социального прогресса, создает необходимые условия для его развития. Сегодня, однако, не малый бизнес, а ТНК определяют внутреннюю и внешнюю политику государств, законодательство, идеологию, все агрессивнее захватывают экономическое и информационное пространство. Тотальный корпоративный глобализм ТНК расценивается как реальная угроза развитию мирового сообщества [3]. Сегодня от последствий деятельности ТНК страдают и страны третьего мира, и процветающий Запад. Корпорации одна за другой сокращают персонал в Европе. В 2005 г. International Business Machines объявила о 10 тыс. увольнений в Германии, Франции и Италии. В Европе General Motors сократила 12 тыс. чел., а Electrolux закрыл 27 фабрик: из-за дорогой рабочей силы производства были перенесены в Восточную Европу и Мексику. Sony закрыла фабрику по производству телевизоров в Уэльсе [4]. Стоит отметить воздействие корпораций на окружающую среду, способное привести к техногенной катастрофе.

В связи с этим необходим отказ от пропагандируемой ТНК модели перепотребления, которая стала не столько экономической, сколько индустриально-культурной формой жизни. Восстановление равнозначности экономической эффективности и социальной справедливости в трансформационной экономике возможно лишь через соблюдение этических принципов хозяйствующими субъектами, через принятие экономических решений исходя из моральных норм. Любая фирма является открытой системой, существует в обществе, благодаря обществу, используя ресурсы общества, что требует выстраивания гармоничных отношений с окружающей действительностью. Понимание и принятие на себя социальной ответственности должно стать для представителей бизнеса жизненно необходимой потребностью, как и следование целям экономической рациональности. Значение социальной ответственности бизнеса как рычага восстановления равновесия на микро- и макроуровне особенно велико в трансформационной экономике, поскольку он, обладая огромными финансовыми и материальными ресурсами, в состоянии содействовать решению крупномасштабных социальных проблем и кардинально повлиять на качество жизни как в отдельном городе и регионе, так и в стране в целом. Теоретическим фундаментом корпоративной социальной ответственности понятие экстерналий, т.е. внешних эффектов от основной деятельности

экономического агента (фирмы), воздействующего на третьи лица. Сократить производство с отрицательными внешними эффектами позволяет трансформация внешних эффектов во внутренние за счет: частного, государственного и судебного урегулирования (например, посредством предложенных А. Пигу корректирующих налогов). Крайним средством может быть даже национализация проблемных сфер деятельности. Корпоративная социальная ответственность выступает формой частного урегулирования конфликта интересов компании и общества, которое осуществляется в результате переговоров между обществом и бизнесом. Эти переговоры редко принимают явные формы, хотя в развитых странах практикуются «круглые столы», общественные дискуссии, кампании в прессе. Так набирает силы «общественная лицензия» компании, т.е. согласие общества. При этом компания или воздерживается от действий, нарушающих экологические, социальные, экономические и иные права стейкхолдеров, или компенсирует ущерб за счет социальных инвестиций.

На постсоветском пространстве понятие «общественная лицензия» достаточно непривычно, но на Западе известно давно. Когда фирма ущемляет права стейкхолдеров, это вызывает общественный резонанс, и ее вынуждают принять самоограничивающие обязательства, например, использовать более экологические технологии, отказаться от детского труда в развивающихся странах, платить справедливые закупочные цены поставщикам и пр. Иначе фирма подвергается разным санкциям (бойкоты, пикетирование и т.д.). При разнообразии национальных особенностей была выявлена общая тенденция: при прочих равных условиях (качество, цена) потребители стабильно выбирают производителей, конкретными делами демонстрирующих заботу относительно социальных аспектов развития общества. В Британии 50% покупателей, а в США – 70% готовы перейти на брэнд социально-ответственной компании. Фирмы убедились, что социальная ответственность – это не всегда большие издержки. Наоборот, прямые финансовые затраты составляют менее 20% затрат фирмы в эффективной политике социальной ответственности. Все остальное – добрая воля и время менеджеров и персонала, использование других ресурсов компании [5].

Таким образом, социальная ответственность фирмы является альтернативой государственному регулированию в решении проблемы экстерналий. Однако у социальной ответственности есть серьезные преимущества, и именно поэтому данное явление приняло столь широкие

масштабы. Чем выше централизация государственных ресурсов и полномочий, тем выше и потребность в социальной ответственности бизнеса. Так, если налоговая и бюджетная сферы сильно централизованы, регионы лишены «своих» денег, но отягощены обязательствами и проблемами, то местное сообщество ищет помощи у бизнеса. В России даже возник феномен, когда компании «прощают» уклонение от налогов в обмен на социальные инвестиции в местные бюджеты. Важным и нередко неучтенным условием эффективности социальной ответственности фирм является наличие социального капитала. При его дефиците возможность достижения эффективных соглашений между фирмами и обществом сомнительна. Если граждане не информированы и не готовы к коллективным действиям – они никогда не смогут отстаивать свои интересы. Наоборот, в случае нехватки социального капитала общество слабо представлено в диалоге с компаниями, возникают узкие группы интересов, заключающие с компаниями выгодные «сепаратные» соглашения. При этом для общества положительное воздействие социальной ответственности будет нулевым.

Однако применение опыта европейских стран требует учета специфики модели социальной ответственности фирм в бывших республиках: приоритетное внимание работникам, упрощенное понимание концепции социальной ответственности, ведущая роль государства, преобладание прямых методов регулирования и др. Это предполагает критическое осмысление и адаптацию мирового опыта регулирования социальной ответственности.

Украинский бизнес не пытается вторгаться в сферу оказания широкого спектра конкурентных социальных услуг и способствовать развитию полноценной социальной инфраструктуры по таким направлениям, как пенсионное обеспечение, добровольное медицинское и индивидуальное страхование, финансовые услуги населению (ипотека, потребительский кредит и т. д.), образование, жилищно-коммунальная сфера и др., поскольку властный потенциал носителей данных интересов крайне слаб. Большинство корпораций воспринимают социальные расходы как одностороннюю «благотворительность», а не взаимовыгодное партнерство с обществом. Фирма, инвестируя в укрепление своей власти в действующем институционально-правовом поле, усилив свои позиции на рынке, осознает свой властный потенциал и не видит необходимости учитывать интересы представителей внешней среды, поскольку не ощущает надлежащего противодействия.. Оттого,

насколько украинские фирмы воспримут сегодня, на стадии своего формирования, опробованные международной практикой принципы социальной ответственности, будет зависеть насколько им удастся стать стержнем нового хозяйственного порядка, катализатором положительных сдвигов в обществе, обеспечить достойные условия труда персонала и жизнедеятельность общества в целом, и в конце концов, стать экономически и социально эффективными производителями.

Выводы.

В ходе становления господства информационной экономики, на макро- и микроуровне возникает потребность в новом алгоритме хозяйствования, обеспечивающем благонаправленное бытие экономического пространства-времени и позволяющем реализовать принципы экономической эффективности и социальной справедливости. Единственным способом спасения современного капитализма является его трансформация в направлении системы морально-этической экономики, способной разрешить существующие острые социальные противоречия без губительных революционных катаклизмов. Это предполагает регулируемую роль государства, чьи прямые функции должны видоизмениться в направлении повышения ответственности, эффективности и социальной направленности реализуемой экономической политики. Современное государство, будучи ответственным перед обществом, обязано стать примером новых моральных ценностей, поставив благо отдельного человека превыше всего. Экономическими функциями государства в рамках морально-этической экономики должно быть планирование и реализация всестороннего социально-экономического развития страны, регуляция хозяйственной деятельности в общенациональных интересах путем грамотной координации взаимодействия государственного и частного секторов. В рамках новой экономической системы обязательна переориентация системы ценностей индустриального мира с безличной прибыли на реального человека, его потребности и способности. Главным приоритетом должен стать рост уровня жизни населения, ограничение дифференциации доходов разных социальных групп, содействие моральному и этическому развитию науки, культуры и общества, а главным институтом, который на микроуровне сможет реализовывать принцип единства экономической и социальной направленности, станет репрезентативная фирма. В отличие от современного капитализма, такая морально-этическая система хозяйствования будет планомерно

развиваться, не испытывая разрушительного воздействия экономических кризисов, финансовых спекуляций, коррупции и экономической преступности.

В целом, очерчивая ориентиры новой экономической политики, можно сказать, что в краткосрочном периоде необходимо, прежде всего, обеспечить выполнение фирмами обязательных норм социальной ответственности, а в рамках долгосрочного этапа – сформировать максимальный интерес фирм в реализации норм добровольной социальной ответственности.

Література

1. Малый бизнес в Китае 12.05.2010 [Текст]. – [Электронный ресурс]. – Доступен с: <<http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness/421-malyjj-biznes-v-kitae.html>>.
2. Экономика в Сингапуре: значение и роль малого предпринимательства 13.05.2009 [Текст]. – [Электронный ресурс]. – Доступен с: <<http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness/72-jekonomika-v-singapore->>.
3. Колосова Л. Корпоративное управление в условиях информационной экономики: проблемы и перспективы [Текст] / Колосова Л. // [Электронный ресурс]. – Доступен с: <<http://www.forseti.dp.ua/stat23.html>>.
4. Зорин С.Ф. Современные транснациональные корпорации и их роль в мировой экономике [Текст] / Зорин С.Ф. – [Электронный ресурс]. – Доступен с: <<http://bibliofond.ru/view.aspx?id=122889>>.
5. Социальная ответственность компаний – опыт Запада и России [Текст]. – [Электронный ресурс]. – Доступен с: <<<http://www.csrjournal.com/lib/analyticarticle/1075-socialnaja-otvetstvennost-kompanijj-opyt-zapada-i.html>>.

Abstract

Morozova O.G., Volvach I. Y.

Institutional preconditions for harmonization of relations of economic efficiency and social equity in transit economy

Under the conditions of market transformation of the need for harmonization by its economic and social functions of particular strength, as a transitional economy, rejecting external socialization command-administrative system has not yet reached the level of inner manifestations of socialization of capital.