УДК 35

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12\(18\)-160-167](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12(18)-160-167)

Нечеснюк Юлія Михайлівна студентка, Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби, Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, вул. Цедіка, 20, м. Київ, 03057, тел.: (044) 455-67-27, e-mail: yuliia.nechesniuk@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4682-4075>

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ КОМПАНІЙ ДО УЧАСТІ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Анотація. Регіональний розвиток є найважливішим фактором, що формує економічний розквіт нашої держави та є каталізатором для підвищення потенціалу для підприємств. Зростання економічної активності, як наслідок розвитку підприємництва, зумовлює конкурентоспроможність регіонів та впливає на удосконалення економічних взаємовідносин між учасниками ринку.

Економічний розвиток регіонів складається із взаємопов'язаних між собою аспектів, що трансформуються в цілісну систему, яка і є каталізатором економічного добробуту населення регіонів, збільшує прибутковість бізнесу, що досягається шляхом ефективного та раціонального використання наявних ресурсів.

Одним із найефективніших способів розвитку регіонів країни є залучення компаній до спільної реалізації соціальних, економічних, інфраструктурних та інших проектів. Залишається відкритим питання, які механізми залучення підприємств до реалізації програм регіонального розвитку будуть найефективнішими та в чому зацікавленість бізнесу для участі у такій діяльності.

Підприємства є ключовим партнером для досягнення результатів сталого розвитку для регіональних громад. Бізнес також привносить у громаду не тільки фінанси, а і досвід та інновації для ефективного подолання різноманітних викликів, тим самим формуючи стійкі довірливі відносини у громади, де компанії здійснюють свою виробничу діяльність.

Одним із найефективнішим способом формування взаємовідносин з громадами є впровадження у компаніях Корпоративної соціальної відповідальності. Одні компанії впроваджують таку політику із моральних міркувань, інші – для покращення репутації на ринку, підвищення лояльності персоналу, підвищення власних фінансових показників. Важливим є розуміння, що для досягнення сталого розвитку держави є синергія бізнесу та регіональних громад, їх ефективна взаємодія, рух до спільної мети та заданих цілей, що в загальному ефекті спричинить розквіт держави, а отже і зростання благополуччя населення України.

Ключові слова: регіональний розвиток, корпоративна соціальна відповідальність, місцеві громади, міжсекторальна взаємодія, регіональне партнерство.

Nechesniuk Yuliia Mykhailivna Student of the Educational and Scientific Institute of Public Administration and Public Service, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Tsedika St., 20, Kyiv, 03057, tel.: (044) 455-67-27, e-mail: yuliia.nechesniuk@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4682-4075>

FEATURES OF ATTRACTING COMPANIES INTO PARTICIPATION IN THE IMPLEMENTATION OF REGIONAL DEVELOPMENT PROGRAMS

Abstract. Regional development is the most important factor that shapes the economic prosperity of our state and is a catalyst for developing the potential of enterprises. The growth of economic activity resulting from the development of entrepreneurship determines the competitiveness of regions and the improvement of economic relations among market participants.

The economic development of the regions consists of interrelated aspects, transforming into a coherent system, which is the catalyst for the economic well-being of the population of the regions, increases the profitability of the business, achieved through the efficient and effective use of available resources.

One of the most effective ways of developing the regions of the country is to involve companies in the joint implementation of social, economic, infrastructural, and other projects. The question remains as to which mechanisms of attracting enterprises in regional development programs will be most effective, and in what is the interest of businesses to participate in such activities.

Enterprises are a key partner in achieving the results of the sustainable development of regional communities. Business brings to the community also not only finance but also experience and innovation to effectively address diverse challenges, thereby building lasting trust in the societies where companies operate.

One of the most effective ways to build relationships with communities is to implement Corporate Social Responsibility in companies. Some companies introduce such policies for moral reasons, others do that to improve reputation in the market, increase staff loyalty, and improve their own financial performance. It is important to understand that in order to achieve sustainable development of the state, synergy of business and regional communities is necessary, their effective interaction, the movement towards a common goal and set goals, which in general will lead to a flourishing of the state, and, consequently, and hence increase in the well-being of the population of Ukraine.

Keywords: regional development, corporate social responsibility, local communities, intersectoral interaction, regional partnership.

Постановка проблеми. Станом на сьогоднішній день, в Україні необхідне запровадження оновленої системи взаємодії бізнесу, влади та інститутів громадянського суспільства. Таке партнерство має бути побудоване на основі партнерських взаємовідносин для вироблення та прийняття узгоджених рішень та дій для розв'язання суспільних проблем. Такі взаємовідносини, що розуміють під собою і об'єднання ресурсів, дають поштовх для вирішення культурних, освітніх та соціально-економічних проблем громадян. Адже вигоду від такої співпраці отримує не лише держава чи бізнес, а всі суб'єкти, що залучені до такого партнерства.

Для державного сектору розбудова партнерських відносин стане корисною в частині зменшення соціального навантаження та зобов'язань, спільної розробки та впровадження елементів публічної політики і багатьох сферах. Для бізнесу, це можливість проявити себе соціально-відповідальною компанією, що дасть змогу отримати суспільне визнання, що призведе до зростання вартості бренду та покращити свої фінансові показники. Для громадян, це можливість бути почутими в частині реальних потреб для реалізації потенціалу кожного регіону для покращення рівня життя та комфорту.

Фактором, що суттєво знижує ефективність зусиль, що вживається бізнесом, громадами та владою по окремоті є недостатньо розвинена нормативно-правова база та не відпрацьовані механізми спільної роботи між сторонами. І хоча за останні роки Україна зрушила на шлях налагодження взаємовідносин між трьома секторами збільшивши кількість громадських об'єднань, намагань впровадження практик взаємодії державних структур, бізнесу та суспільства, впровадивши ряд нормативно-правових актів, залишається ряд перешкод при формуванні та налагодженні конструктивної співпраці між суб'єктами.

Слід зазначити, що в Україні досі не сформована єдина система взаємодії бізнесу, влади та громад з урахуванням специфік та проблем конкретних регіонів, незначна кількість успішних кейсів ефективної взаємодії, недосконала податкова база та низький рівень довіри кожного суб'єкта по відношенню один до одного.

Держава не може брати на себе розв'язання абсолютно всіх проблем суспільства, згідно практики міжнародного досвіду, результативніше вирішувати соціальні проблеми консолідовано та передавати частину проблем соціальної сфери на організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені приділяють значну увагу щодо досліджень по покращенню та впровадженню удосконаленого механізму співпраці бізнесу із регіональним населенням. Зокрема, теоретичним засадам регіонального розвитку присвячені праці Ю. В. Ковбасюка, В. М. Вакуленко, М. К. Орлатого, О. І. Васильєвої, К. О. Ващенко, О. С. Ігнатенко, О. М. Ковалю, В. С. Куйбіди.

Мета статті – дослідження особливостей та механізмів залучення компаній до реалізації проектів регіонального розвитку.

Виклад основного матеріалу. Розвиток регіонів країни є важливою умовою підвищення сталості економіки, соціальної сфери регіону, забезпечення належного рівня розвитку громад. Визнання регіональною та державною владою взаємозалежності розвитку компаній та громад повинні спонукати до реалізації нових механізмів урегулювання спірних питань, в тому числі і за допомогою державних та приватних компаній. Одним із найуживаніших інструментів є публічно-приватне партнерство (ППП).

У 2010 році в Україні було прийнято Закон «Про державно-приватне партнерство» та ряд нормативно-правових актів, з головною метою – відкриття нових можливостей залучення інвестицій та коштів у розвиток інфраструктури регіону та підвищення його соціально-економічного рівня [1].

Соціально відповідальне підприємництво, як приватне, так і державне, є ознакою сучасних тенденцій розвитку компаній, що дає змогу допомагати громадам, на території котрих здійснюється їх підприємницька діяльність в частині вирішення локальних проблем та наданні допомоги у реалізації проектів для стимулу розквіту всього регіону.

Соціально-відповідальні компанії співпрацюють із представниками об'єднаних територіальних громад, представниками регіональної влади на добровільних засадах з метою реалізації спільних проектів.

Наприклад, при налагодженому діалозі сторін, можливо визначити перелік проектів, що нестимуть найбільшу користь та благо для населення, тоді як представники компаній в рамках своїх можливостей та компетенцій зможуть частково або повністю профінансувати проект, цим самим, відбудеться економія в місцевому та регіональному бюджетах. Окрім того, реалізація проектів при допомозі компаній буде швидшою, ніж реалізація за рахунок коштів бюджету (процедури закупівлі, робота з підрядниками тощо)

Таке партнерство є особливим інститутом співпраці та потребує встановлення певних норм, правил, регуляторів.

Як показує практика закордонного досвіду, важливою умовою успіху в розвитку підприємництва є те, що ця сфера потребує всебічної та стабільної державної підтримки. Вона може проявлятися в різних формах, насамперед, шляхом надання податкових пільг та банківського кредитування, дотацій.

Залучення бізнесу до розвитку громад відбувається тоді, коли його представники виходять за межі традиційної підприємницької діяльності та зацікавлені в розвитку громади, зокрема:

1. Реалізують проекти розвитку громади;
2. Впроваджують та підтримують сучасні практики відповідального бізнесу;
3. Контролюють питання збереження довкілля в свою виробничу діяльність;
4. Забезпечують принципи прав людини;
5. Підтримують гендерну рівність;
6. Запроваджують сучасні технології в громадах, де здійснюють свою діяльність.

Однією із основних та найчастіше вживаною формою допомоги громадам зі сторони бізнесу є благодійна допомога.

Благодійна допомога полягає у виділенні підприємством коштів, матеріальної (негрошової) допомоги чи послуг або інших ресурсів для місцевих громадян та є важливим фактором участі бізнесу у вирішенні місцевих або регіональних проблем.

На сьогоднішній день, є багато форм та прикладів надання благодійної допомоги в грошовій та негрошовій формах зі сторони підприємств, які надаються безпосередньо мешканцям чи організаціям територіальної громади, відповідно до їх потреб. Особливу роль та важливість така допомога грає для жителів сільської місцевості.

Однією із найрозповсюдженіших форм надання допомоги громадам від підприємств є впроваджена та діюча система корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальна відповідальність бізнесу:

1. Сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства;
2. Зважає на очікування зацікавлених сторін;
3. Відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
4. Інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [2].

Вперше, визначення терміну корпоративна соціальна відповідальність з'явилося у Зеленій книзі ЄС в 2001 році та мало наступне визначення: «концепція, відповідно до якої компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі» [3].

Не дивлячись на те, що корпоративна соціальна відповідальність в Україні започаткована понад 15 років, розуміння сутності, принципів та значення цієї функції є досить низьким. Згідно дослідження «Розвиток КСВ в Україні за 2010-2018 роки», лише половина компаній з числа тих, які реалізують політику КСВ, має стратегію соціальної відповідальності, чверть компаній - бюджет на виконання програм та заходів із соціальної відповідальності, в більшості компаній пошуком ідей для програм та розробкою планів їх реалізації займається керівництво [4].

Як показують опитування компаній, головним стимулом для реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності є моральні міркування та необхідність налагодженого діалогу із громадами, де відбувається виробнича діяльність компаній. В той же час, головними перешкодами називають брак

коштів, нестабільну політичну ситуацію в державі, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази.

Найбільш поширеними напрямками для реалізації КСВ в Україні є:

1. Розвиток та поліпшення умов персоналу;
2. Благодійна допомога;
3. Допомога воїнам АТО (ООС) та мешканцям зони проведення бойових дій.

Головними стимулами для впровадження корпоративної соціальної відповідальності в українських компаніях може стати:

1. Введення пільгового оподаткування;
2. Зменшення адміністративного тиску;
3. Пропозиції регіональної та місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіонів.

На думку представників компаній, для розвитку напрямку корпоративної соціальної відповідальності в їх компаніях необхідно удосконалити нормативно-правову базу в державі, проводити спеціалізовані курси з КСВ для студентів вищих навчальних закладів та залучити бізнес-асоціації у популяризації корпоративно-соціальної відповідальності на підприємствах.

Як і зазначалось раніше, одним із основних мотивів впровадження КСВ на підприємствах є моральні міркування. Компанії також усвідомлюють позитивний вплив даної функції на свою репутацію та взаємозалежність такої діяльності із фінансовими показниками свого підприємства.

Окрім того, компанії намагаються зробити свій внесок у вирішення соціально-економічних і гуманітарних проблем, які виникли в країні після анексії Криму та озброєного конфлікту на Сході нашої держави.

Для більшості державних компаній корпоративна соціальна відповідальність бізнесу означає їх власний розвиток та розвиток регіону, поліпшення умов життя населення. Також важливо зазначити, що останні декілька років компанії активно допомагають громадам у реалізації екологічних проектів з метою збереження та відтворення навколишнього середовища, що також позитивно впливає як на репутацію компанії, так і для регіонів.

Отже, найпоширенішими серед компаній є такі напрямки КСВ:

1. Допомога воїнам, мешканцям та переселенцям зони АТО (ООС);
2. Захист та підтримка споживачів;
3. Інвестиції в розвиток регіону;
4. Боротьба з корупцією;
5. Здійснення екологічних проектів.

Згідно з Концепцією Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, можна виділити три основні аспекти соціальної відповідальності бізнесу в Україні:

1. Дотримання законодавчо визначених зобов'язань перед державою і суспільством (сплата податків, охорона здоров'я і безпека праці, дотримання прав працівників, прав споживачів, екологічних норм) та галузевих стандартів;

2. Мінімізація або усунення негативного впливу бізнесу на суспільство та управління ризиками (наприклад, порушення прав людини або забруднення навколишнього середовища);

3. Посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство і створення цінностей шляхом інновацій, інвестицій та партнерства, які спрямовані на соціальний та екологічний добробут (наприклад, створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, розв'язання конфліктів) [5].

Менеджмент українських компаній, на жаль, не повною мірою розуміє переваг в створенні спільних цінностей з громадами для їхнього взаємного розвитку. Вперше, важливість такого підходу була викладена в Концепції спільної цінності ще в 2001 році. Ця Концепція визначається «як політика і практика одночасного просування економічних і соціальних покращень в громадах, в яких компанія здійснює свою діяльність, що підвищує її конкурентоспроможність» [6].

Корпоративна соціальна відповідальність визначається на глобальному, національному, регіональному та виробничому рівнях та є взаємопов'язаною діяльністю. Саме тому є нагальна необхідність в тому, щоб в Україні забезпечити сталий розвиток та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва. Для цього потрібно сформувані соціально-орієнтовану ринкову економіку та впроваджувати концепцію соціальної відповідальності тощо.

За результатами досліджень, зрозуміло, що в Україні корпоративну соціальну відповідальність в більшості випадків впроваджують великі компанії та структури з іноземними інвестиціями. В той час, як малі та середні підприємства не розглядають КСВ можливим для своєї діяльності. Хоча, об'єднавши зусилля із великими компаніями, мали б змогу розвивати регіон, налагоджувати стосунки із місцевими громадянами, і, як наслідок, за допомогою позитивно сформованої репутації збільшувати обсяг реалізації своїх товарів або послуг, що призвело б до збільшення їх фінансових показників.

Висновки. Запорукою успіху в розвитку регіонів України є взаємозалежне та ефективне партнерство регіональних громад та представників бізнесу, що здійснюють свою діяльність на території цих громад. Компанії виступають ключовими партнерами для досягнення результатів сталого розвитку, привносять у громаду інвестиції, досвід, фінанси для вирішення поточних проблем на визначеній території, так і для подолання викликів, впровадженні інновацій та розбудові, що загалом впливає на покращення умов життя місцевих громадян. Створення для бізнесу та громад спільних цінностей та мети є альтернативним способом підвищення фінансових показників компаній, які отримують підвищений прибуток та залучені для вирішення суспільних проблем. Звичайно, така співпраця не вирішує абсолютно всі проблеми тієї чи іншої громади, але компанії, на основі своїх професійних навичок, вмінь та ресурсів можуть стати лідерами соціального прогресу. На сьогоднішній день,

реальна практика такої взаємодії не надто поширена. Деякі компанії спираються на недостатній ресурс для допомоги громадам, деякі – не бачать в цьому сенс взагалі. Деякі громади можуть відмовлятися від подібних проектів та пропозицій компаній, вбачаючи в цьому негативні наслідки та приймаючи принципову позицію. В будь-якому випадку, перепони існують і досі, навіть коли кількість успішних кейсів такої співпраці широко висвітлюється як в ЗМІ, так і в соціальних мережах. Залишається лише сподіватися, що компанії почнуть активніше впроваджувати світові практики корпоративної-соціальної відповідальності, а громади – сприяти розвитку своєї місцевості, регіону та всієї держави в цілому.

Література:

1. Закон України «Про державно – приватне партнерство». <https://zakon.rada.gov.ua>. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>.
2. Корпоративна соціальна відповідальність. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_соціальна_відповідальність.
3. Зелена книга ЄС. <https://ec.europa.eu>. URL: <https://ec.europa.eu/info/about-european-commission>.
4. А. Зінченко, М. Саприкіна. Розвиток КСВ в Україні. Видавництво «Юстон». 2017.
5. Національна стратегія соціально-відповідального бізнесу. <http://svb.ua>. URL: <http://svb.ua/publications/analysis-of-national-csr-strategies>.
6. Дослідження залучення приватного сектору до розвитку громад. <https://www.ua.undp.org>.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro derzhavno – privatne partnerstvo» [The Law of Ukraine «On Public-Private Partnership»]. (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> [in Ukrainian].
2. *Korporativna social'na vidpovidal'nist'* [Corporate social responsibility]. Retrived from https://uk.wikipedia.org/wiki/Korporativna_social'na_vidpovidal'nist' [in Ukrainian].
3. *Zelena kniga ES* [EU Green Paper]. Retrieved from <https://ec.europa.eu> [in Ukrainian]. URL: <https://ec.europa.eu/info/about-european-commission>.
4. Zinchenko, A., Saprikina, M. (2017). *Rozvitok KSV v Ukraini* [CSR development in Ukraine]. Vidavnistvo «Juston» [in Ukrainian].
5. *Nacional'na strategija social'no-vidpovidal'nogo biznesu* [National strategy of socially responsible business]. <http://svb.ua>. Retrived from <http://svb.ua/publications/analysis-of-national-csr-strategies> [in Ukrainian].
6. *Doslidzhennja zaluchennja privatnogo sektoru do rozvitku gromad* [Study of private sector involvement in community development]. Retrived from <https://www.ua.undp.org> [in Ukrainian].