

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ТУРКМЕНІСТАНІ

Бержанір А.Л., канд. соц. наук, доцент кафедри

філософії та суспільних дисциплін

Ішматов Фархот, студент I курсу

ННІЕБО УДПУ ім. П. Тичини

Сахаров Едуард, студент I курсу

ННІЕБО УДПУ ім. П. Тичини

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність впровадження соціальної відповідальності бізнесу як важливого чинника подальшого соціально-економічного розвитку країни. Проаналізовано сучасний стан розвитку соціальної відповідальності в Туркменістані та чинники, які негативно впливають на його поширення. Визначено напрями реалізації стратегії соціально відповідальності туркменського бізнесу як необхідної передумови подальшого розвитку суспільства.

Ключові слова: соціальна відповідальність, компанія, спонсорство, соціальні проекти, благодійність, соціальне партнерство.

Abstract. The article substantiates the necessity of introduction of social responsibility of the business as an important factor of further socio-economic development of the country. The current state of development of social responsibility in Turkmenistan and factors that adversely affect its distribution are analyzed. The directions of realization of the strategy of social responsibility of Turkmen business as a necessary prerequisite for further development of the society are determined.

Keywords: social responsibility, company, sponsorship, social projects, charity, social partnership.

Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем, і у зв'язку з цим особливу значущість набуває соціальна відповідальність (СВ) підприємств і організацій, пов'язаних із розробкою, виготовленням і постачанням продукції і

послуг, торгівлею, фінансами, оскільки вони володіють основними фінансовими та матеріальними ресурсами. Розуміння лідерами бізнесу свого ключового значення і провідної ролі призвело до народження в середині ХХ століття поняття соціальної відповідальності, яке стало найважливішою частиною концепції про сталий розвиток не тільки бізнесу, а й людства в цілому. Багато компаній усвідомили, що успішно вести бізнес, функціонуючи в ізольованому просторі, неможливо. Тому інтеграція принципу соціальної відповідальності у стратегію розвитку бізнесу стає характерною рисою провідних бізнес-структур.

Український вчений-економіст Грішнова О.А. [1] вважає, що дотримання бізнесом встановлених правил, закріплених в межах національного законодавства, слід вважати базовим ступенем соціальної відповідальності. Такими мають бути всі підприємства. Це не лише громадський обов'язок підприємця, а безумовна вимога, виконання якої мають контролювати і забезпечувати державні органи. Якщо держава не забезпечує виконання законів, то тут вже мова має йти про соціальну відповідальність держави.

Турбота підприємства про своїх працівників, споживачів, територіальну громаду й довкілля понад встановлені законами норми свідчить про розширений ступінь соціальної відповідальності. У таких випадках є сенс оцінювати її динаміку, проводити рейтинги, виявляти кращих. А розуміння соціальної відповідальності бізнесу як використання лише таких способів отримання прибутку, які не завдають шкоди людям, природі, суспільству має стати вищим орієнтиром соціальної відповідальності в контексті мети не просто здобути позитивний імідж, а покращити своєю діяльністю життя суспільства.

Основоположне значення формування і реалізації соціальної відповідальності всіх суб'єктів держави обумовлене тим, що вона:

- підвищує ефективність суспільства, сприяючи координації дій;
- створює сприятливий клімат для економічного зростання, підприємницької діяльності, соціального розвитку;
- зменшує соціальні, економічні, інвестиційні ризики;

– створює умови для сталого розвитку і передумови для успішного запобігання економічним кризам;

– сприяє людському розвитку за усіма напрямками та ін. [1].

Соціальна відповідальність бізнесу носить багаторівневий характер, кожен з яких передбачає виконання компанією певних зобов'язань:

– базовий рівень вимагає своєчасної оплати податків і виплати заробітної плати, за можливості він передбачає також розширення штату персоналу співробітників;

– середній рівень передбачає створення для працівників не тільки відповідних умов роботи, але і життя: можливість підвищення кваліфікації, будівництво житла, підтримка здорового способу життя, розвиток соціальної сфери;

– вищий рівень передбачає благодійну діяльність бізнесу на користь суспільства.

Таким чином, практика соціальна відповідальність в сучасних умовах є життєво важливою необхідністю. Соціальні інновації, впроваджені в рамках стратегій СВ, не тільки дозволяють компаніям продемонструвати свою громадянську позицію, але також стають важливим маркетинговим інструментом, що дає можливість виділитися, розвивати нові продукти і напрямки, створювати емоційний зв'язок між брендом і споживачем, сприяючи тим самим зростанню лояльності. Переваги, які дає компаніям реалізація стратегій корпоративної відповідальності, включають в себе зростання задоволення персоналу, скорочення плинності кадрів і збільшення цінності бренду.

В останні роки розвиток соціальна відповідальність поширюється у країнах Центральної та Східної Азії. Налічується все більше і більше організацій, які публікують річні звіти про свою соціальну відповідальність. Азіатська модель СВ характеризується активною роллю держави, а просування відбувається завдяки урядовим інституціям, бізнес-асоціаціям та університетам [2, с. 221].

В цілому, соціальна відповідальність має великий потенціал розвитку у цих країнах Центральної та Східної Азії. У всіх країнах концепція соціальної відповідальності продовжує формуватися. Сутність концепту в основному розуміють іноземні компанії, вони ж і ініціюють більшість соціальних проектів. Багато таких проектів носять разовий іміджевий характер. Варто очікувати, що концепція соціальної відповідальності в азіатських країнах буде розвиватися в напрямку відповідності світовим напрацюванням і стандартам у сфері соціально відповідального бізнесу [2, с. 231].

У радянський час державні компанії вносили значний внесок у соціальний добробут у своїх регіонах, надаючи підтримку дитячим садкам, лікарням, підприємствам. У нинішній час поточні ініціативи соціальної відповідальності в Туркменістані можна, у найбільш загальному вигляді, розподілити на три категорії:

– обов'язкові і спрямовані на розвиток: це внесок компаній у розвиток країни за вимогою уряду в формі підтримки інфраструктурних проектів. Ці проекти іноді вказуються в угодах про розділ продукції (УРП), і саме уряд пропонує куди компанії повинні вносити свій внесок;

– добровільні і спрямовані на розвиток: це проекти з розвитку, ініційовані самої компанією. В цьому випадку компанія вирішує зайнятися вирішенням соціальної проблеми з власної ініціативи, хоча параметри подібної ініціативи визначаються в тісному діалозі з урядом. Брак кваліфікованої робочої сили, наприклад, привела до появи проектів, спрямованих на надання підтримки технічному утворенню або навчання персоналу компанії. Інші приклади охоплюють проблеми інфраструктури в населених пунктах, які були вирішені компаніями, які працюють у цих регіонах;

– добровільні і пов'язані зі спонсорською допомогою: це внесок у заходи, установи та ініціативи, зокрема, щодо культурних та освітніх проектів.

Надаючи спонсорську допомогу, компанії Туркменістану обмежуються такими заходами: виділенням стипендій для навчання за кордоном; підтримкою освіти (сприяння покупці підручників в школах і підтримка будівництва шкіл);

громадськими ініціативами (підтримка місцевих громад, забезпечення харчуванням, медичним обслуговуванням і транспортуванням хворих жителів до медичних пунктів, а також рішення дрібних інфраструктурних завдань, наприклад, таких як прибирання доріг) і підтримкою культурних і спортивних заходів (фінансування велосипедних гонок, турнірів з тенісу і концертів) [3].

Особливістю застосування практики соціально відповідального бізнесу в Туркменістані є те, що уряд здійснює нагляд і координує ініціативи у всіх трьох типах проектів. Це дає переваги у тому сенсі, що ініціативи відповідають першочерговим завданням і проектам уряду, в результаті чого можна забезпечити реалізацію стратегічних завдань із соціального розвитку країни.

За таких умов компаніям не потрібно проявляти активність у пошуку можливостей ділової діяльності, пов'язаної із соціальною відповідальністю. Для них може бути більше привабливим просто реагувати на державні або соціальні запити, ніж самим визначати ключові ризики і можливості суспільства і безпосередньо вирішувати, який метод буде ефективним як для компанії, так і для суспільства.

Урядова політика Туркменістану ще не має визначеної політики у сфері соціальної відповідальності, але важливість іноземних інвестицій і сприяння розвитку держави на урядовому рівні визнається.

Серед вітчизняних бізнес-структур Туркменістану зафіксовані поодинокі випадки реалізації соціальних проектів. Так, наприклад, аудиторська компанія «Денет Барлаг Маслахат» надає програму допомоги паралімпійцям та дітям-інвалідам, спонсоруючи їх участь у різних змаганнях, а також оздоровчі поїздки. Слід припустити, що є й інші туркменські компанії, які так чи інакше займаються СВ, однак через відсутність доступу широкої громадськості до інформації, не представляється можливим це перевірити [4, с. 124].

Велике значення для розширення практики соціальної відповідальності має досвід іноземних компаній, які здійснюють свою діяльність в Туркменістані. Приклади ініціатив міжнародних видобувних компаній і

сервісні компанії у галузі нафти і газу, які там працюють, свідчать про поступове їх активну участь у різноманітних соціальних проектах.

Так, нафтогазова компанія «Dragon Oil Ltd.», яка є дочірною компанією Emirates National Oil Company (ENOC), послідовно проводить політику щодо забезпечення зайнятості місцевого населення. На об'єктах компанії, де працюють близько двох тисяч професіоналів з десятків країн світу, 93 відсотки співробітників – громадяни Туркменістану. Компанія цілеспрямовано вкладає кошти в реалізацію програм навчання і підвищення кваліфікації національних кадрів, надаючи їм можливість отримати сучасні знання і розширити професійний досвід. Діє стипендіальна програма компанії з навчання випускників шкіл міста Хазар в Томському політехнічному університеті, де зараз навчаються 16 юнаків і дівчат з Туркменістану.

Оскільки промислова діяльність нафтової компанії зосереджена поблизу міста Хазар, компанія бере участь в реалізації великих соціально значущих проектів розвитку міста. За сприяння «Dragon Oil Ltd.» були побудовані опріснювальна установка і Будинок здоров'я, оснащений сучасним медичним обладнанням, відремонтовано та модернізовано міський шпиталь. Також нафтовидобувачі побудували і обладнали станцію питної води. Компанія регулярно проводить ремонт навчальних класів та підсобних приміщень підшефних школи і дитячого садка, купує меблі і господарський інвентар, встановила в дитячих установах підземні резервуари для зберігання води.

Для освітніх установ міста були придбані мультимедійні дошки та комп'ютерна техніка, спеціальне приладдя для художньої школи. В одному з міських кварталів підготовлена територія і встановлені дитячі ігрові комплекси, відремонтовано будівлю Будинку творчості для дітей та юнацтва. Для виконання підрядних робіт компанія залучає місцеві будівельні компанії, сприяючи розвитку малого і середнього бізнесу в регіоні.

«Dragon Oil Ltd.» надає спонсорську допомогу закладам культури і спорту міста Хазар в організації різних заходів. Для творчих колективів купуються електромузичні інструменти, комп'ютерна техніка, сценічні

костюми. На кошти компанії закуплені мати для гімнастичної школи міста Туркменбаши, придбана спортивна форма для учасників змагань, суддівської колегії, а також призи переможцям щорічного відкритої першості міста на Кубок компанії з волейболу, баскетболу, боксу і футболу. Виділяються кошти на придбання форми та інвентарю для дитячо-юнацьких спортивних команд і національних збірних.

Компанія надає спонсорську допомогу федераціям дзюдо, гімнастики, водного поло, шахів, баскетбольному центру Туркменістану. Протягом декількох років «Dragon Oil Ltd.» підтримує Національний паралімпійський комітет та інші організації, що займаються реабілітацією та залученням людей з обмеженими можливостями до занять фізкультурою і спортом.

«Dragon Oil Ltd.» бере участь і в природоохоронній діяльності, надаючи спонсорську підтримку Хозарського державному заповіднику і його заказнику на острові Огурджали, службі Хазарського екологічного контролю в місті Туркменбаши [5].

Науковці вважають, що для подальшого розвитку соціально відповідального бізнесу в Туркменістані необхідно:

1. Зменшити акцент на благодійництво та спонсорську підтримку. СВ може чинити більший вплив на розвиток Туркменістану і стане більш цінною для компаній і місцевих спільнот, якщо кошти і зусилля, що направляються на благодійність і спонсорську допомогу, будуть скорочені, а кошти для ініціатив, спрямованих на розвиток, будуть, навпаки, збільшені.

2. Посилити зв'язок між КСВ та основною діяльністю компаній. Ініціативи СВ будуть більш раціональними, якщо вони будуть відповідати інтересам компанії і робити внесок в основну діяльність. Це означає, що прийняття до уваги потреб компанії і видів її діяльності може виявитися корисним для компаній, органів влади та населення під час розгляду можливих ініціатив СВ.

3. Компанії повинні виступати з власними ініціативами з СВ, а уряд повинен знизити кількість бюрократичних бар'єрів [3].

Отже, впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльність туркменського бізнесу потребує значного удосконалення і розвитку. Тільки спільні зусилля основних учасників цього процесу – держави, суспільства і бізнес-компаній дозволять реалізувати ситуацію, за якої всі будуть задоволені результатами роботи соціально відповідального бізнесу: населення отримає якісні товари та послуги, бізнес – високу ділову репутацію і професійних співробітників, держава – вирішення соціальних та економічних питань.

Список використаних джерел

1. Грішнова О. А. Соціально-економічні та демографічні наслідки системної кризи в Україні та шляхи їх подолання [Електронний ресурс] / О. А. Грішнова. – Режим доступу: <https://dse.org.ua/archive/15/3.pdf>.

2. Жмай О. В. Корпоративна соціальна відповідальність в країнах Азії / О. В. Жмай // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – Том 16. – Вип. 1(35). – С. 220–235.

3. Линдберг И. Как можно развивать корпоративную социальную ответственность в Туркменистане? [Электронный ресурс] / И. Линдберг, С. Торьесен // SIGLA, 2012. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/31723535-Как-можно-разvivat-korporativnyuyu-socialnyuyu-otvetstvennost-v-turkmenistane.html>.

4. Смирнова Е. В. Социальная ответственность бизнеса в странах Центральной Азии: сравнительный анализ / Смирнова Е.В. // Вестник КазНУ (серия экономическая), 2015. – №2 (108). – С. 118–126.

5. Стратегия КСО [Электронный ресурс] / Сайт компанії «Dragon Oil Ltd.». – Режим доступа: <https://www.dragonoil.com/sustainability/csr-strategy/>.