

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА І ДЕРЖАВИ

*Герасименко О.В., канд. екон. наук, доцент
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Поняття «спільна цінність» трактується як «управлінська практика підвищення фінансової ефективності бізнесу, що поєднує отримання компанією прибутку із задоволенням суспільних потреб» [1].

Доцільно акцентувати увагу на тому, що у процесі створення спільних цінностей повинні приймати активну участь не лише представники бізнесу та органів влади, але й суспільство. Дуже важливим кроком є налагодження ефективної комунікації між трьома сторонами. На даний час у штатах багатьох вітчизняних компаній є працівники, до функціональних обов'язків яких входить співпраця з представниками органів державної влади. А представники бізнесу можуть впливати на процеси державотворення через громадський сектор, експертні й громадські ради, об'єднання підприємців, фонди, асоціації, мета діяльності яких полягає у розвитку та підтримці підприємництва.

Натомість, органи державного управління створюють прозорі комунікаційні платформи при міністерствах та органах місцевого самоврядування, на яких представники бізнесу можуть відкрито висловити свою позицію, вказати на поточні проблеми та запропонувати шляхи подальшої співпраці. Втім, на шляху до здійснення ефективних комунікацій може стати запровадження і розвиток інституту GR-комунікацій. Під GR (government relations) розуміють суспільну чи громадську діяльність, метою якої є пошук варіантів взаємовигідної співпраці з органами державної влади, розвиток ініціатив державно-приватного партнерства, законний лобізм інтересів тих чи інших структур або організацій [2]. Інструменти GR активно використовують-

ся під час комунікацій між бізнесом та владою в економічно розвинених країнах, де вони значно підвищили ефективність співпраці бізнесу та влади.

Одним із сучасних прикладів створення спільних цінностей бізнесу, суспільства та держави в Україні можна вважати швейцарську компанію Nestle. Основними сферами створення спільних цінностей цієї компанії вже протягом багатьох років є: раціональне харчування, розвиток сільського господарства, охорона та збереження природних ресурсів, ефективне використання та очищення води, покращення якості освіти. Головною метою роботи Nestlé є турбота про співробітників та споживачів, оскільки ця компанія виробляє якісні та смачні продукти харчування і заохочує людей вести здоровий спосіб життя. Створення спільних цінностей є запорукою довготривалого розвитку бізнесу Nestle. Така стратегія розвитку гарантує подальше створення тісного зв'язку між цінностями акціонерів та суспільними цінностями [3].

Серед іноземних представників бізнесу, які сприяють формуванню спільних цінностей, доцільно згадати компанію «Yaga», яка спільно з місцевою владою за підтримки уряду Норвегії реалізує програму із створення «коридорів росту» сільського господарства. Іншим прикладом є телекомунікаційна компанія «China Mobile», яка працює над проектом, пов'язаним із використанням мобільного зв'язку в сільській місцевості Китаю для покращення доступу населення до якісних медичних послуг [4]. Таким чином, розвиваючи нові прибуткові напрямки бізнесу, компанії паралельно вирішують соціальні проблеми суспільства.

Отже, створення спільних цінностей є таким способом ведення бізнесу, який інтегрує максимізацію прибутку господарюючими суб'єктами та оптимальне вирішення соціальних проблем суспільства, а органи влади в даному процесі відіграють регулятивну роль. Безперечно, така

концепція не здатна вирішити всі соціальні проблеми, але дозволяє представникам бізнесу на базі професійних навичок і вмінь стати лідерами соціального прогресу, а органам державної влади дає можливість забезпечити економічний та соціальний розвиток держави та сприяти покращенню якості життя населення. Створення спільних цінностей бізнесу, суспільства та держави є сучасною тенденцією та новацією для багатьох країн світу, у тому числі й для України, але через кілька років ця концепція ймовірно стане стандартною повсякденною практикою. У зв'язку із вищезгаданим, вітчизняним підприємствам доцільно перебудувувати власні стратегії ведення бізнесу таким чином, щоб водночас з максимізацією прибутку та мінімізацією затрат ще й сприяти покращенню екологічної ситуації в країні та вирішенню соціальних проблем. Натомість, органи державної влади мали б максимально сприяти та підтримувати ведення бізнесу, який передбачає створення спільних цінностей. До того ж, органам державної влади слід налагодити систему ефективних комунікацій із суспільством з метою визначення найважливіших суспільних цінностей та пошуку можливостей для їх досягнення з широким залученням бізнесу.

Перелік посилань:

1. Портер М., Крамер М. Створення спільних цінностей. Як перебудувати капіталістичну систему. *Harvard Business Review*. URL: <http://www.ep-digest.ru/wp-content>.
2. Баровська А. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2014. 40 с.
3. Стаття про створення спільних цінностей Nestlé в Україні та покращення якості життя. URL: <https://www.nestle.ua/media/newsand-features/creating-common-values-2017>.
4. Грейсон Д. Про успішний бізнес з точки зору суспільства в цілому. URL: <http://www.ipnou.ru/print/010244>.