

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ**



О.В. ЗОЛОТАРЬОВА, В.К. ЛЕБЕДЄВА

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Дніпро НМетАУ 2018

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ**

О.В. ЗОЛОТАРЬОВА, В.К. ЛЕБЕДЄВА

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій для студентів
спеціальностей 051, 071, 072, 073, 076

Дніпро НМетАУ 2018

УДК 3.085: 303.725.2

Золотарьова О.В. Соціальна відповідальність: Конспект лекцій / О.В. Золотарьова, В.К. Лебедева. – Дніпро: НМетАУ, 2018. – 175 с.

Розглянуто теоретичні положення з дисципліни «Соціальна відповідальність», в яких визначено зміст соціальної відповідальності як чинника стійкого розвитку та особливості соціальної відповідальності людини, держави та суспільства. Значну увагу приділено наданню студентам знань про основні теоретичні підходи до визначення сутності категорії «соціальна відповідальність», суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності, зміст концепції сталого розвитку та її реалізацію на засадах соціальної відповідальності. Розглянуто поняття і значення соціальної відповідальності людини, сутність і ознаки соціальної відповідальності громадянського суспільства, принципи, інструменти та напрями державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу і суспільства.

Призначений для студентів спеціальності 051, 071, 072, 073, 076.

Лл. 31. Бібліогр.: 129 найм.

Друкується за авторською редакцією.

Рецензенти: Ю.Є. Петруня, д-р екон. наук, проф. (АМСФ)
Ю.І. Пилипенко, д-р екон. наук, проф. (НГУ)

© Національна металургійна академія
України, 2018

© Золотарьова О.В., Лебедева В.К., 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Тема 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ	6
1. Сутність категорії «соціальна відповідальність»	6
2. Суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності	10
3. Зміст концепції сталого розвитку	14
4. Реалізація концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності	17
Тема 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА	21
1. Соціальна відповідальність людини як основа соціальної відповідальності бізнесу, держави і суспільства	21
2. Поняття, ознаки і соціальна відповідальність громадянського суспільства	28
3. Соціальна роль держави у сучасній економіці	37
4. Принципи, інструменти та напрями та державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу і суспільства	43
ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	57
1. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес–стратегія: еволюція концепції, поняття, моделі	57
2. Система управління корпоративної соціальної відповідальності	67
3. Політика управління корпоративною соціальною відповідальністю та внутрішній контроль за її реалізацією	71
4. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні	78
ТЕМА 4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	84
1. Принципи і практика партнерства між роботодавцями та працівників	84
2. Права працівників на робочому місці	89
3. Необхідність і міра державного регулювання трудових відносин	92
ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	97
1. Поняття стейкхолдерів	97
2. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності	99

3. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід	102
ТЕМА 6. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	108
1. Стан довкілля як глобальна проблема	108
2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності	112
3. Законодавство України про охорону довкілля	120
ТЕМА 7. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	124
1. Поняття, суб'єкти та форми соціального партнерства	124
2. Зв'язок соціального партнерства і соціальної відповідальності	127
3. Напрями розвитку та підвищення ефективності соціального партнерства в Україні	133
ТЕМА 8. МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	142
1. Зміст, способи і об'єкти моніторингу корпоративної соціальної відповідальності	142
2. Параметри моніторингу корпоративної соціальної відповідальності	143
3. Соціальна звітність як інформаційна база моніторингу корпоративної соціальної відповідальності	147
ТЕМА 9. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	152
1. Значення та зміст оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства	152
2. Методики оцінювання соціальної відповідальності	154
3. Ключові показники оцінювання ефективності соціальної відповідальності	155
ТЕМА 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	162
1. Еволюція і складові розвитку соціальної відповідальності в Україні	162
2. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні	167
3. Очікувані результати реалізації Національної стратегії соціального бізнесу в Україні	172

ВСТУП

В умовах економічної і політичної кризи в Україні актуалізується потреба у формуванні та розвитку соціальної відповідальності держави, бізнесу і громадянського суспільства. Поряд з об'єктивними чинниками загострення кризових явищ у суспільстві не останню роль відіграють суб'єктивні фактори. Безпрецедентна соціальна диференціація, зростання рівня бідності, перекладання тягара кризових явищ на плечі пересічних громадян, згорання соціальних трансфертів підтримки рівня та якості їх життя – результат соціальної безвідповідальності держави, бізнесу і суспільства. Їх небажання та неготовність у критичній ситуації надати перевагу соціально-значущим інтересам і цілям, відійти від вузькогрупових, корпоративних, тимчасових пріоритетів призводить до зростання соціальної напруженості у суспільстві.

Соціальна відповідальність – це новий рівень розвитку суспільства, нова концепція, яка інтегрує у собі національну стратегію, загальні людські цінності та етичну поведінку бізнес-організацій, працівників, органів влади, інститутів громадянського суспільства, науково-дослідницьких установ та вищих навчальних закладів.

Сьогодні більшість країн світу залучаються до розробки і впровадження концепції соціальної відповідальності як на місцевому, регіональному, так і на державному рівнях. Україна також намагається не залишатися осторонь цих процесів. Найактивнішими у цій сфері є, насамперед, представництва іноземних компаній, які переносять на українське підгрунтя сучасний світовий досвід і стандарти. Однак зазначений процес потребує активної участі у ньому держави, яка має координувати і стимулювати соціальну відповідальність бізнесу

В цілому, слід констатувати, що концепція соціальної відповідальності в Україні наразі перебуває у стадії становлення і осмислення. Тому останніми роками вітчизняні вищі навчальні заклади прийшли до потреби створення курсу «Соціальна відповідальність» з метою втілення свого бачення щодо цього феномену, формування у студентів фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності й відповідних професійних компетенцій.

Завдання дисципліни «Соціальна відповідальність» - вивчення теоретичних положень і практики взаємодії держави, бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови стійкого розвитку суспільства.

Предмет курсу: теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти формування і розвитку соціальної відповідальності.

Теоретичною і методологічною базою вивчення соціальної відповідальності є дисципліни гуманітарного та загальноекономічного циклів, економіка підприємства, менеджмент, економіка праці, управління персоналом.

ТЕМА 1. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

1. Сутність категорії «соціальна відповідальність».

2. Суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності

3. Зміст концепції сталого розвитку

4. Реалізація концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності

1. Сутність категорії «соціальна відповідальність».

На сьогодні категорія соціальної відповідальності не є остаточно визначеною. Її дослідження відбувається на перетині теоретико-методологічних, методичних та практичних аспектів у межах різних суспільних наук., що не могло не відбитися на формулюванні сутності даного феномену (табл. 1.1). Так, економісти основну увагу приділяють вивченню соціальної відповідальності бізнесу, політологи концентруються на розгляді соціальної відповідальності держави, соціологи вивчають соціальну відповідальність особистості тощо.

Таблиця 1.1.

Найбільш відомі підходи до визначення категорії «соціальна відповідальність»

Автори	Визначення
Котлер Ф.	соціальна відповідальність бізнесу – це вільний вибір корпорації в рамках її інтересів зобов'язання підвищувати добробут суспільства через відповідні підходи до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів
Мескон М.	соціальна відповідальність бізнесу – певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми, причому цей відгук лежить поза визначених законом або регулюючими органами вимог, або понад цих вимог
Зінченко А.Г., Саприкіна М.А.	соціальна відповідальність — це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка допомагає сталому розвитку, здоров'ю й добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена в усій організації і практикується в її відносинах
Зелена книга ЄС	соціальна відповідальність — це інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі
Європейська комісія	корпоративна соціальна відповідальність за своєю суттю є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь в покращенні життя суспільства і захисті навколишнього середовища
Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку	соціальна корпоративна відповідальність — це зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя
Баранова С.В.	соціальна відповідальність визначає особистість з погляду виконання нею тих вимог, які висуває перед нею суспільство. Соціальна відповідальність виражає міру участі особистості і соціальних груп у їхньому моральному удосконаленні і удосконаленні їхніх соціальних відносин
Колот А.М.	соціальна відповідальність — це філософія або формат відносин між підприємницькими структурами і суспільством, за яких забезпечується економічний прогрес, зберігається довкілля, домінує соціально відповідальна поведінка бізнесу, що сприяє соціальній згуртованості суспільства, підвищенню якості життя

Найчастіше в науковій теоретичній і практичній літературі розглядається соціальна відповідальність бізнесу як своєрідна концепція прав, гарантій, цілеспрямованої діяльності підприємницьких структур задля підвищення соціального рівня громадян, як працівників, так і споживачів продукції.

Вперше термін «соціальна відповідальність бізнесу» введено у науковий обіг в 50-х рр. минулого століття американськими вченими, які неоднозначно трактували сутність даного поняття. Наприклад, М. Фрідмен вважав, що реалізація підприємцями на практиці соціально відповідальної діяльності є обкраданням власників (акціонерів) внаслідок здійснення додаткових витрат у сферу, що не належить до професійної компетенції підприємств. На його думку, доброчинність є нерациональним способом використання корпоративних ресурсів. Натомість інший американець – професор Т. Бош наголошує на обов'язковості соціальної орієнтації підприємства, оскільки саме соціум дозволяє першому реалізувати себе та отримувати прибутки [2].

Крім зазначених науковців питанням соціальної відповідальності бізнесу, соціальної етики і соціальних корпоративних програм приділили увагу в своїх роботах І. Ансофф, Ф. Герцберг, Д. Котлер, Д. Муні, Е. Мейо, М. Мескон, В. Оучи, Т. Петерс, Л. Урвік, А. Файоль, Ф. Хедоурі.

Останніми роками зростала увага й вітчизняних науковців до вивчення проблем соціальної відповідальності. Так, розгляду принципів формування корпоративної соціальної відповідальності присвятили праці О. Амоша, Б. Баюра, І. Булеєв, М. Бутко, О. Гогоул, А. Зінченко, А. Колот, І. Кудінова, І. Лебедева, М. Саприкіна, О. Сохацька, Н. Супрун [3-13]. Проблеми соціальної відповідальності бізнесу як складової соціальної політики досліджували такі вчені та практики як О. Білорус, В. Білоус, В. Близнюк, І. Гнибіденко, Т. Заяць, В. Куценко, Е. Лібанова, О. Новікова, Л. Шевчук, В. Ярова [14].

У 2007 році Міжнародною Асоціацією з стандартизації (ISOTMB), яка являє собою Всесвітню федерацію національних організацій зі стандартизації, був розроблений *проект соціальної відповідальності* (WC SR № 113, 2007-7-23; ISO/WD-2600) [15]. У цьому документі підкреслюється зростання потреби у підвищенні соціальної відповідальності бізнесових структур перед навколишнім середовищем, він має прикладний характер і спрямований на універсалізацію соціальної відповідальності як механізму підвищення значущості оцінки соціальних наслідків діяльності бізнесу. На думку авторів, такий міжнародний стандарт повинен сприяти підвищенню ролі соціально-відповідальної поведінки економічних суб'єктів, зменшити негативні соціальні наслідки виробничої діяльності останніх. У цьому сенсі соціальна відповідальність розглядається як механізм регулювання взаємодії бізнес-структур з навколишнім середовищем, територіальними спільнотами.

За стандартом ISO-26000 "Керівництво із соціальної відповідальності" *соціальна відповідальність* визначається як відповідальність організацій за вплив своїх рішень і дій на суспільство та оточуюче середовище, що реалізується шляхом прозорості та етичної поведінки, яка узгоджується зі сталим розвитком, здоров'ям та добробутом суспільства; відповідає інтересам груп та зацікавлених осіб, відповідає чинній нормативній базі та відповідним міжнародним

зобов'язанням; є інтегрованою у діяльність й стратегію розвитку організації та здійснюється у повсякденній діяльності».

В економічній літературі термін **«соціальна відповідальність бізнесу»** (СВБ) трактується як відповідальне ставлення підприємства до свого продукту (послуги), споживачів, працівників, акціонерів, партнерів і активна соціальна позиція, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з представниками адміністрації, комерційного сектору й суспільства, зацікавленими сторонами з метою надання ефективного сприяння рішенню гострих економічних, соціальних, гуманітарних і екологічних проблем.

Головними складовими СВБ виступають:

– соціально відповідальний роботодавець – соціально відповідальні власники та керівники підприємства, які діють згідно з нормами трудового права (найчастіше перевищують їх, надаючи працівникам додаткові соціальні блага), дбають про умови праці та соціальний добробут своїх працівників;

– корпорація – соціально відповідальне підприємство яке зобов'язане не тільки платити встановлені податки та вести свою діяльність згідно із нормами чинного законодавства, як на місцевому, так і на регіональному рівнях, охороняти навколишнє середовище в місцях розташування підприємства, але й розвивати соціальну інфраструктуру, здійснювати спільні проекти тощо.

Безумовно, корпоративна соціальна відповідальність або соціальна відповідальність бізнесу - це лише один з багатьох аспектів соціальної відповідальності, яка, як суспільний феномен, має набагато ширший зміст і значення.

На думку О. Грішнкової, усі тлумачення «соціальної відповідальності» умовно можна розділити на декілька відмінних позицій [1]: з позиції ділової людини, підприємця чи роботодавця; з позиції найманих працівників; з позиції споживача; з позиції керівників місцевих органів влади; з позиції ділового партнера; з позиції мешканців певної території; як маркетинговий захід; як добродійність.

Слід відмітити, що найчастіше визначення соціальної відповідальності базується на широкому тлумаченні категорії «соціальне», ототожнення його з суспільним. У цьому аспекті соціальність особистості, будь-якого соціального угруповання, спільноти, розглядається як багатоплановий її зв'язок із суспільством [16, 17].

За точкою зору Андрющенко А.І., Рябець І.М., **«соціальне»** слід розглядати як характеристику відносин, що складаються між соціальними суб'єктами, які мають різні статусні позиції в соціальній ієрархії [18]. В цьому аспекті «соціальне» віддзеркалює специфіку взаємодії різностатусних соціальних суб'єктів, які займають неоднакові соціальні позиції, мають різний доступ до соціальних ресурсів, беруть різну участь в управлінні, внаслідок чого розрізняються за джерелами й величиною доходів, за структурою особистого споживання, за рівнем і якістю життя. Такий підхід дає можливість розглянути соціальну відповідальність як складне системне явище, яке розкриває сутність соціальних суб'єктів як представників тієї чи іншої соціальної групи, прошарку,

міру прийняття, інтеріоризації останніми соціально-значущих цінностей суспільства.

Природно, що при тлумаченні категорії соціальної відповідальності слід враховувати й сутність поняття «**відповідальність**».

Як філософська категорія, відповідальність відображає об'єктивний, історично-конкретний характер взаємовідносин між особистістю, спільнотами, соціальними групами з точки зору усвідомленого виконання взаємних вимог, обов'язків, що до них висуваються.

Як соціологічна категорія відповідальність виражає свідоме ставлення особи до вимог суспільної необхідності, обов'язків, соціальних завдань, норм і цінностей.

В узагальненому вигляді, відповідальність означає усвідомлення суті та значення діяльності, її наслідків для суспільства і соціального розвитку, вчинків особи з погляду інтересів суспільства або певної групи [19].

Види відповідальності розрізняють за такими критеріями: за змістом виділяють економічну, політичну, правову, моральну, соціальну відповідальність. За суб'єктами – індивідуальну, групову, колективну тощо [20].

У індивіда відповідальність формується у відповідь на зовнішні вимоги, які до нього висуваються суспільством, класом, соціальною групою, спільнотою. Засвоєні індивідом, вони стають внутрішнім збудником, основою мотивації його відповідальної поведінки. Формування особистості передбачає виховання у неї, насамперед, почуття відповідальності, яке стає її якісною характеристикою й властивістю.

Отже, з одного боку, соціальна відповідальність виступає як відносно самостійний вид відповідальності, якому притаманні специфічні риси і, перш за все, надання переваги інтересам широких верств населення, навіть коли вони не співпадають з інтересами особистості або референтної групи. З іншого боку, це широке системне поняття, яке передбачає врахування вимог як суспільства в цілому, так і всіх його структурних елементів. При цьому, вона не зводиться до будь-якого з видів відповідальності і не є їхньою сукупністю. Це соціальний зріз різних видів відповідальності, який розкриває соціальну сутність кожного з них з точки зору надання пріоритету соціально-значущим аспектам діяльності, поведінки, не нанесення збитку як соціальному цілому, так і конкретній особистості.

Соціальна відповідальність не носить примусового характеру, приймається добровільно соціальними суб'єктами, регулюється суспільними нормами, за порушення яких можуть бути застосовані лише суспільні санкції (засудження громадською думкою, ЗМІ, або схвалення, підвищення іміджу, довіри), в той час як за порушення юридичних норм можуть бути застосовані санкції у відповідності з адміністративним, навіть кримінальним кодексом.

У цьому сенсі соціальна відповідальність має спільне з моральною відповідальністю, її регуляторами. Однак, поле впливу соціальної відповідальності ширше, воно виходить за межі дотримання моральних норм.

Соціальна відповідальність виконує сукупність таких **функцій**, як:

- превентивна - попереджує порушення соціальних норм для ліквідації можливих відхилень, що спричиняють ці порушення, адже основна мета соціальної відповідальності - дотримуватись принципів соціальної рівності та соціальної справедливості, уникати дискримінації за будь-якою ознакою;

- комунікативна – обумовлює взаємодію різних соціальних суб'єктів: держави, громадських організацій, бізнесу і найманих працівників в процесі реалізації їх інтересів та виконання зобов'язань в галузі соціальної відповідальності;

- інтегративна - інтегрує у собі національну стратегію, загальні людські цінності та етичну поведінку бізнес-організацій, працівників, органів влади, інститутів громадського суспільства, науково-дослідницьких установ та вищих навчальних закладів;

- регулююча - корегує процеси соціальної диференціації в суспільстві, справляє позитивний вплив на скорочення рівня бідності та підвищення соціальної захищеності громадян.

В цілому, соціальна відповідальність виступає як механізм взаємозалежності соціальних суб'єктів, що займають різні статусні позиції у соціальній ієрархії. Він детермінує міру довіри соціальних суб'єктів один до одного, можливість спільної співпраці, досягнення консенсусу. В основі формування механізму соціальної відповідальності лежить взаємодія інтересів соціальних суб'єктів, які можуть не тільки не співпадати, а й суперечити один одному. Соціальну спрямованість інтересів визначає приналежність суб'єктів до тієї чи іншої статусної групи.

Щоб цей механізм діяв, необхідно створити не тільки об'єктивні умови, сформувати правову соціальну державу, демократичне суспільство, а й привести у відповідність суб'єктивні чинники, а саме – сформувати у представників держави, бізнесу, громадянського суспільства настанови діяти соціально відповідально. У зв'язку з цим виникає актуальне завдання забезпечити формування соціальної відповідальності як особистісної якості соціального суб'єкту. Тільки в цьому разі механізм соціальної відповідальності запрацює, оскільки ніякими наказами, законами не можна сформувати внутрішній збудник, мотивацію соціально-відповідальної поведінки.

2. Суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності

Системний підхід дозволяє розглянути соціальну відповідальність як внутрішнє багатогранне явище, як єдність суб'єктивного і об'єктивного, як систему орієнтацій і цінностей, що відбивають інтереси тих чи інших соціальних спільнот, як соціальну спрямованість їх діяльності, в основі якої лежать пріоритети суспільства.

Суб'єктами, що забезпечують соціально відповідальний бізнес, є: суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи); органи державної виконавчої влади та органи місцевого самоврядування; об'єднання роботодавців усіх рівнів; профспілки; громадські організації, в т.ч. благодійні фонди (рис. 1).

Суб'єкти соціальної відповідальності			
Підприємства	Органи державної влади	Профспілки	Громадські організації
Організаційне забезпечення			
<ul style="list-style-type: none"> - система управління; - надання широким повноважень працівникам; - дотримання законодавства; 	<ul style="list-style-type: none"> - створення робочих комісій; - проведення конференцій, круглих столів і семінарів; - дотримання законодавчих норм; - становлення контролю за 	<ul style="list-style-type: none"> - система управління; - організація роботи профспілок на підприємствах; - участь у Наглядовій Раді 	<ul style="list-style-type: none"> - адміністрування проєктів громадських організацій та ініціативних груп; - структура організації; - розподіл повноважень; - створення Ради організації;
Дотримання прав людини			
<ul style="list-style-type: none"> - надання працівникам гарантій щодо соціального пакету; - підписання колективних договорів; - дотримання законодавства 	<ul style="list-style-type: none"> - регіональні договори; - встановлення державного контролю за своєчасною виплатою зарплатної платні; - поглиблення правових знань; - захист прав споживачів; 	<ul style="list-style-type: none"> - надання юридичної допомоги; - контроль за дотриманням прав людини на підприємствах; - поширення правових знань; - контроль за реалізацією регіональних договорів тощо 	<ul style="list-style-type: none"> - моніторингові програми; - проведення просвітницьких та інформаційних заходів з прав людини; - підтримка організацій, які працюють у цьому напрямку; - дотримання законодавства про працю;
Екологічні питання			
<ul style="list-style-type: none"> - запровадження новітніх технологій, що забезпечують чистоту екології; - використання екологічної 	<ul style="list-style-type: none"> - регіональні угоди; - аналіз діяльності підприємств, висвітлення цих питань у засобах масової інформації; 	<ul style="list-style-type: none"> - регіональні угоди; - екобезпечні технології; - підготовка звернень до ВРУ; - проведення круглих столів, участь в 	<ul style="list-style-type: none"> - запровадження системи «Зелений офіс»; - проведення конкурсів міні-грантів; - реалізація просвітницьких програм;
Практика чесного ведення бізнесу			
<ul style="list-style-type: none"> - запровадження політики чесної конкуренції, обов'язкової сплати всіх податків, боротьби з 	<ul style="list-style-type: none"> - підтримка малого підприємництва; - проведення семінарських занять серед підприємців програми соціального 	<ul style="list-style-type: none"> - підписання і дотримання принципів Меморандуму соціальної відповідальності бізнесу. 	<ul style="list-style-type: none"> - співпраця з бізнес-структурами, які працюють відкрито; - проведення просвітницьких програм.
Питання споживачів			
<ul style="list-style-type: none"> - встановлення контролю над якістю продукції та послуг, якістю обслуговування споживачів і на основі 	<ul style="list-style-type: none"> - регіональні угоди; - встановлення контролю за якістю товарів; - захист прав споживачів; 	<ul style="list-style-type: none"> - реалізація програм із захисту прав споживачів; - встановлення діалогу з органами влади; - участь в роботі обласної 	<ul style="list-style-type: none"> - проведення моніторингу компаній та якістю наданих ними послуг.
Трудові практики, соціальне залучення і соціальний розвиток			
<ul style="list-style-type: none"> - запровадження великого пакета соціальних пільг і гарантій працівникам; - стимулювання працівників за якісне виконання обов'язків. 	<ul style="list-style-type: none"> - укладання регіональних угод; - перерахування у місцевих бюджетах видатків на місцеві програми соціального забезпечення; 	<ul style="list-style-type: none"> - укладання колективних договорів та регіональних угод 	<ul style="list-style-type: none"> - проведення конкурсу міні-грантів; - реалізація соціальних проєктів і акцій.

Рис. 1.1. Суб'єкти і компоненти соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність структурується в залежності від суб'єктів на чотирьох рівнях – макроекономічному (соціальна відповідальність держави), мезоекономічному (соціальна відповідальність інститутів громадянського суспільства), мікроекономічному (корпоративна соціальна відповідальність, або соціальна відповідальність бізнесу) та особистісному (соціальна відповідальність людини, працівника) (табл. 1.2) [21].

Таблиця 1.2.

Суб'єкти соціальної відповідальності на різних рівнях

1 рівень - соціальна відповідальність держави	3 рівень - соціальна відповідальність людини, працівника відповідальність людини,
<ul style="list-style-type: none"> – гарант законності та додержання прав людини; – відповідальний представник народу; – гарант прозорих економічних і політичних відносин; – відповідальний роботодавець; 	<ul style="list-style-type: none"> – відповідальний працівник; – відповідальний та законослухняний громадянин; – відповідальний учасник соціальних груп; – відповідальний споживач.
2 рівень - соціальна відповідальність інститутів громадянського суспільства	4 рівень - соціальна відповідальність бізнесу
<ul style="list-style-type: none"> – відповідальні учасники соціальних відносин; – посередники між владою і громадськістю; – захисники інтересів соціальних груп; – контролери додержання режиму законності; – координатори суспільного діалогу; – координатори гармонізації відносин державних інститутів і суспільства. 	<ul style="list-style-type: none"> – відповідальний виробник; – відповідальний роботодавець; – відповідальний учасник соціальних відносин; – відповідальний діловий партнер; – відповідальний учасник економічних і політичних відносин з державою.

До об'єктів соціальної відповідальності відносять: працівників підприємства; власників, інвесторів та кредиторів бізнесу; споживачів продукції та послуг підприємства; місцеву громаду та органи місцевого самоврядування; інших громадян, які потребують особливої уваги з боку суспільства, – діти, інваліди, сироти, вагітні жінки, пенсіонери, студенти (учні) тощо; соціальну інфраструктуру – житлово-комунальне господарство, транспорт, заклади освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, екологічні споруди тощо.

Основними формами соціальної відповідальності є юридична, моральна, політична, громадянська, професійна, екологічна та ін. Найбільш давня серед них – моральна відповідальність. Політична і юридична форми виникають з розвитком держави, коли вона формує політичні і правові норми.

Наголосимо, що соціальна відповідальність обумовлює не тільки розуміння і прийняття соціально-значущих інтересів суспільства, але й готовність, вміння не спричинити збитків соціуму своєю діяльністю, враховувати інтереси інших, не нанести їм шкоди (табл. 1.3) [22].

Отже, розглядаючи концепцію соціальної відповідальності в теоретико-методологічному контексті і проблеми, пов'язані з її реалізацією в сучасних умовах ведення бізнесу, особливо важливо відзначити такі її особливості:

– головною метою суспільного прогресу стає людина, а основною умовою для стійкого і довгострокового розвитку – відтворення людських ресурсів;

– в сучасній еволюції соціально-трудова відносин має місце інтеграція «економічного» і «соціального»;

– оптимальне поєднання очікувань найманих працівників і власників, прагнення реалізувати їх шляхом ефективного використання своїх потенційних можливостей формують фундаментальні засади взаємної зацікавленості (і найманої праці, і приватного бізнесу) в досягненні соціального консенсусу;

– переоцінка цінностей цивілізаційного розвитку, розуміння того, що в постіндустріальному суспільстві природні або навіть фінансові ресурси не можуть грати визначальну роль в сучасній конкуренції, а вирішальним фактором у стабільному та довгостроковому розвитку стають людські ресурси.

Таблиця 1.3.

Соціальна відповідальність та інтереси її головних суб'єктів

Людина	Робітники	Органи місцевої державної влади	Суспільство
Основні інтереси суб'єктів системи соціальної відповідальності			
<ul style="list-style-type: none"> – гідні умови та оплата праці; – захист та охорона здоров'я, – покращення морального клімату в колективі, формування корпоративної культури; – повага прав людини. – підтримка творчих прагнень, самореалізація; – можливість споживання продукції відповідної якості та асортименту. 	<ul style="list-style-type: none"> – покращення іміджу підприємства; – підвищення попиту на продукцію; – вихід до міжнародних ринків збуту; – «суспільна ліцензія» на господарську діяльність; – корпоративна культура та зацікавленість робітників у кінцевих результатах роботи підприємства; – зростання інвестиційної привабливості підприємства. 	<ul style="list-style-type: none"> – стимулювання рішень соціальних проблем; – отримання додаткових засобів контролю над ситуацією у соціальної сфері регіону; – отримання позитивної оцінки вищих органів влади та суспільства. 	<ul style="list-style-type: none"> – якісний розвиток соціальної сфери (наука, освіта, охорона здоров'я); – зняття соціальної напруги; – зменшення негативного впливу на природу, покращення екологічного стану регіону, країни; – створення нових робочих місць.
Результати реалізації концепції соціальної відповідальності			
<p>Впевненість, задоволеність, підвищення показників якості життя, здоров'я</p>	<p>Стабільність функціонування, отримання та зростання прибутку, інвестиційної привабливості</p>	<p>Стабільне суспільно-економічне зростання регіону, країни, позитивна суспільна оцінка діяльності</p>	<p>Якість життя, добробут у суспільстві</p>

Гармонійний розвиток бізнесу та соціальної сфери передбачає як розумне регулювання економічної сфери з боку держави, так і відповідальне ставлення та активну участь бізнесу в житті суспільства. Це дозволяє створити в суспільстві умови соціальної стабільності, інноваційної активності, зростання рівня життя населення та сталого соціально-економічного зростання

3. Зміст концепції сталого розвитку

Ще в 40-х роках нашого століття академік В.І. Вернадський звернув увагу на глибокі якісні зміни, що відбуваються на Землі під впливом людського розуму і виробничої діяльності людства, на глобальний характер інтелектуальних, інформаційних, екологічних і соціально-економічних процесів, пізнання яких і розумне управління якими вимагає тісної співпраці фахівців різних галузей науки і народного господарства. Через двадцять років після того розгорнув активну діяльність Римський клуб (творче об'єднання вчених різних країн під керівництвом Авреліо Печчеї), який поставив собі за мету вивчення глобальних взаємопов'язаних соціальних, економічних, технічних, демографічних і політичних явищ, і зокрема таких, як неконтрольований ріст населення Землі, безробіття, голод, виснаження природних ресурсів, енергетична криза, деградація природного довкілля, занепад моральних цінностей і віри. Протягом 1984-1986 рр. ефективно працювала Міжнародна комісія з навколишнього середовища і розвитку під керівництвом прем'єр-міністра Норвегії Г.Х. Брунтланд. Її завданням було запропонувати довготермінові стратегії, способи і засоби забезпечення збалансованого розвитку економіки, використання природних ресурсів, росту народонаселення та охорони довкілля. Саме ця Комісія спричинилася до безпрецедентної події в історії людства - Конференції Організації Об'єднаних націй (зустрічі на найвищому рівні керівників 179 держав) з найактуальніших загально планетних питань - довкілля і сталого розвитку. Вона відбулася в червні 1992 р. в Ріо-де-Жанейро.

За визначенням Центру "За наше спільне майбутнє", який від 1988 р. працює в Женеві, і Конференції в Ріо-де-Жанейро, під сталим розвитком (sustainable development) розуміється такий розвиток, який "задовольняє теперішні потреби, але не ставить під загрозу можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби", чи який забезпечує "високу якість довкілля і здорову економіку всіх народів світу". За підсумками роботи комісії Генеральна Асамблея ООН прийняла резолюцію "Екологічна перспектива до 2000 року і далі" (1987), згідно з якою сталий розвиток визначався керівним принципом діяльності ООН, урядів, приватних та неурядових організацій.

У широкому сенсі термін "*сталий розвиток*" означає збалансований, самодостатній розвиток, що покращує якість життя і підтримує ефективне відтворення навколишнього середовища. На всесвітньому саміті "Планета Земля" в Ріо-де-Жанейро (1992) концепція сталого розвитку була проголошена стратегією виживання цивілізації у XXI ст. Наступні саміти Ріо+5 та Ріо+10 не тільки актуалізували потребу у розробці практичних рекомендацій щодо реалізації даної стратегії, а й виявили необхідність у науковому аналізі та теоретичному обґрунтуванні проблеми [23, с. 61].

Наукова розробка проблематики сталого розвитку розпочалася з моменту проголошення 1995 р. спільної заяви 11 вчених-економістів та екологів під назвою "Економічне зростання, екологічний потенціал та довкілля", в якій істотними характеристиками сучасного стану розвитку світового господарства, що обмежують можливості економічного зростання було названо обмеженість ресурсної бази та екологічного потенціалу планети [24]. Разом з тим, була

проголошена ідея про необхідність формування нової парадигми суспільного розвитку, оскільки економічне зростання саме по собі не забезпечує покращення якості життя та довкілля.

Подальша концептуалізація проблеми знайшла відображення у роботі **Г.Дейлі "Поza зростанням. Економічна теорія сталого розвитку"**. Спираючись на визначення Комісії ООН Г.Дейлі трактує сталий розвиток як гармонійний, збалансований, безконфліктний прогрес всієї цивілізації, в ході якого одночасно оптимально вирішується комплекс питань щодо збереження довкілля, ліквідації бідності та дискримінації як кожної окремо взятої людини, так і цілих народів чи груп населення. Як базові для побудови такої стратегії було названо концепції корпоративного громадянства (*англ.* – corporate citizenship), екологічної ефективності (*англ.* – eco-efficiency) та корпоративної соціальної відповідальності (*англ.* – corporate social responsibility). Останній відводиться роль фундаментального підходу (за визначенням одного із провідних теоретиків корпоративної соціальної відповідальності А.Керола – теоретичного "ядра" у побудові стратегії сталого розвитку[25, с. 62].

Як справедливо зазначає О. Сохацька, тривалий час концепція сталого розвитку, або SD-парадигма, мала лише концептуальний вигляд, жодного практичного застосування цієї теорії не було [26, с. 88]. Разом з тим слід зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) як важлива стратегія розвитку підприємництва та практичний механізм нівелювання соціально-економічних проблем суспільства отримала поширення у світовій бізнес практиці з середини ХХ ст. **Еволюція підходів до проблеми соціальної відповідальності бізнесу** може бути представлена такими основними етапами розвитку КСВ-стратегій у міжнародній практиці:

I етап (60-ті – середина 70-х рр. ХХ ст.) – активне запровадження благодійницьких та меценатських ініціатив, що виступають елементом рекламних та PR-стратегій бізнесу за умови розмежування підприємницької та соціальної діяльності компаній;

II етап (середина 70-х – початок 80-х рр. ХХ ст.) – становлення стратегічної філантропії, орієнтованої на превентивне подолання та профілактику соціальних проблем;

III етап (з кінця 80-х рр. ХХ ст. і до сьогодні) – розвиток політики соціальних інвестицій на основі взаємодії підприємницького та суспільного секторів у вирішенні актуальних соціальних проблем суспільства.

Сучасне розуміння стабільного, збалансованого і цілісного розвитку передбачає взаємну обумовленість його економічних, соціальних та екологічних параметрів. Це знайшло відображення у поєднанні концепції корпоративної соціальної відповідальності [23] і концепції сталого розвитку, що було проголошено у 1997 р. у доповіді «Наше спільне майбутнє» Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку (МКНСР). Згідно з цією доповіддю сталий розвиток визначався керівним принципом діяльності ООН, урядів, приватних та неурядових організацій.

При цьому слід конкретизувати зміст складових сталого розвитку.

Економічна складова сталого розвитку передбачає, що економічний розвиток, здобуття прибутку здійснюється не за будь-яку ціну, а шляхом задоволення розумних матеріальних і духовних потреб споживачів, працівників і суспільства у цілому. Це означає скорочення марнотратного надспоживання і оптимальне використання обмежених ресурсів шляхом застосування природо-, енерго- і матеріалозберігаючих технологій.

Соціальна складова сталого розвитку орієнтована на затвердження суспільної злагоди, розвиток людського та соціального капіталу шляхом впровадження соціальної відповідальності держави, бізнесу і громадянського суспільства, розвитку політичної та економічної демократії, соціального партнерства.

Екологічна складова сталого розвитку передбачає охорону природи і ресурсозбереження шляхом економного використання природних ресурсів, запобігання забрудненню навколишнього середовища, організації екологічно безпечного виробництва.

Відповідно, з організаційного погляду сталий розвиток економічної системи повинен задовольняти **три головні умови**, тобто бути:

- економічно доцільним (viable) – покривати своє функціонування;
- екологічно сталим (sustainable) – підтримувати довгострокову життєздатність своїх екосистем;
- соціально сприятливим (desirable) – однаковою мірою задовольняти культурні, матеріальні та духовні потреби суспільства.

Системне узгодження та баланс цих трьох компонентів є завданням величезної складності. Зокрема, взаємний зв'язок соціального та екологічного компонентів спричинює необхідність збереження однакових прав нинішніх і майбутніх поколінь на використання природних ресурсів. Взаємодія соціального та економічного компонентів вимагає досягнення справедливості при розподілі матеріальних благ між людьми й надання цілеспрямованої допомоги бідним прошаркам суспільства. Взаємозв'язок екологічної та економічної складових потребує вартісної оцінки техногенних впливів на навколишнє середовище та переоцінювання вартості природних умов і ресурсів, зростання ролі природного капіталу як такого.

Головним завданням сталого розвитку багато авторів [23, с.62] вважають задоволення людських потреб і прагнень в природному сенсі. Важливо зазначити, що сталий розвиток потребує задоволення найбільш важливіших для життя потреб усіх людей і надання їм можливості задовольняти свої прагнення до кращого життя в рівній мірі.

Концепція сталого розвитку ґрунтується на п'яти головних принципах:

1. Людство може надати розвитку сталого і довготривалого характеру, сприяти тому щоб він відповідав потребам людей, які живуть зараз, не втрачаючи при цьому можливості майбутнім поколінням задовольняти свої потреби.

2. Обмеження, які існують в галузі експлуатації природних ресурсів, відносні. Вони пов'язані з сучасним рівнем техніки і соціальної організації, а також зі здатністю біосфери до самовідновлення.

3. Необхідно задовольнити елементарні потреби всіх людей і всім надати можливість реалізувати свої надії на краще життя. Без цього сталий і довготривалий розвиток просто неможливий. Одна з головних причин виникнення екологічних та інших катастроф - злидні, які стали у світі звичайним явищем.

4. Необхідно скорегувати рівень життя тих, хто користується надмірними засобами (грошовими і матеріальними), з екологічними можливостями планети, зокрема відносно використання енергії.

5. Розміри і темпи росту населення повинні бути погоджені з виробничим потенціалом глобальної екосистеми Землі, що змінюється.

Стратегія сталого розвитку в кожній країні повинна передбачати такі масштаби економічного росту, які супроводжувались би зменшенням витрат енергії і сировини, скороченням відходів і збалансуванням структур споживання відповідно до природних можливостей. Важливим параметром має стати регулювання темпів росту населення, планування розміру родин, забезпечення працею, житлом, освітою, харчуванням, медичним обслуговуванням. Добрий стан здоров'я залежить від соціального, економічного і духовного розвитку суспільства, чистого довкілля, якості харчів і води, рівня медичних знань, медичної опіки, забезпечення медикаментами. Важливим є подолання таких важких захворювань, як поліомієліт, туберкульоз, СНІД і зменшення смертності дітей.

Реалізація програми сталого розвитку має базуватися на нових методиках збору інформації, передовсім комплексного моніторингу, стилі планування та керування, на нових законодавчих актах, що ґрунтуються на розумних економічних, соціальних і природоохоронних принципах, продуманих цінах на природні ресурси, розумній податковій та економічній політиці тощо.

4. Реалізація концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності

Особливості сучасного етапу розвитку економіки, що проявляються, з одного боку, у формуванні загально планетарної економічної системи, з іншого, у відсутності дієвої процедури збалансування економічного розвитку її складових елементів, порушенні історично сформованих зв'язків у трикутнику «громадянин – підприємство – держава» і, як наслідок, зміні розуміння ролі підприємства як суспільного інституту вимагає формування нових підходів та внесення змін до діючої практики ведення бізнесу.

Економічною наукою доведено і підтверджується практикою, що для забезпечення сталого розвитку соціальна відповідальність має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проектів інноваційного розвитку.

При цьому слід відзначити, що у тісному зв'язку з моделлю сталого розвитку, яка є соціально орієнтованою, знаходиться, перш за все, соціальна відповідальність держави. Її значення для забезпечення сталого розвитку полягає в гармонізації продуктивних сил, забезпеченні задоволення необхідних потреб усіх членів суспільства за умови збереження й поетапного відтворення цілісності

природного середовища, створення можливостей для рівноваги між його потенціалом і вимогами людей усіх поколінь.

Ще раз слід нагадати, що практика формування соціально відповідальної поведінки була започаткована у США в 1950-х рр. XX ст., коли законодавці навмисно залишили прогалини у державній політиці, які необхідно було заповнити недержавними формами соціального забезпечення (наприклад, шляхом введення податкових пільг для роботодавців з метою забезпечення зайнятості та медичної страховки).

У сучасний період країни Європейського союзу, особливо Великобританія, є лідерами у сфері проведення державної політики із формування соціально відповідальної поведінки. На рівні держав-членів Європейського союзу актуальними питаннями, за якими вчені здійснюють дослідження, є такі:

- концептуальний аналіз загальних, управлінських та організаційних аспектів взаємовідносин держави і бізнесу;
- аналіз політики із корпоративної соціальної відповідальності, що характеризує широкий спектр політичних ініціатив однієї або кількох країн;
- Case-дослідження державних ініціатив або діяльності міжнародних організацій (ООН, ОЕСР) у сфері формування соціально відповідальної поведінки.

Цілями реалізації концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності є:

- суспільна злагода;
- сталі теми соціально-економічного зростання;
- розвиток соціальних чинників виробництва - людського і соціального капіталу і посилення їх дії на економічну діяльність.

Таким чином, концепція сталого розвитку зумовлює необхідність більш ефективної інтеграції соціальних, екологічних та економічних аспектів розвитку і залучення до співпраці держави, організацій громадянського суспільства та бізнесу. Сукупність правових, економічних та інформаційних державних інструментів для ефективного запровадження яких необхідно застосовувати похідні інструменти – партнерство та змішані інструменти - відповідно до концепції сталого розвитку забезпечує реалізацію біоцентричного (антропоцентричного) варіанту забезпечення життєвих потреб суспільства із активним та рівномірним використанням факторів економічного розвитку. Це передбачає впровадження механізму державного регулювання у сфері соціальної відповідальності та застосування сукупності інструментів, які мають організувати та стимулювати соціально відповідальну діяльність різних суб'єктів господарювання у різних секторах та видах економічної діяльності.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть та прокоментуйте найбільш відомі визначення категорії «соціальна відповідальність».
2. Коли вперше було введено в обіг термін «соціальна відповідальність бізнесу»?
3. В чому суть поняття «відповідальність»?

4. Перелічте суб'єктів і об'єктів соціальної відповідальності
5. Які компоненти соціальної відповідальності слід відокремлювати?
6. Охарактеризуйте зміст інтересів основних суб'єктів соціальної відповідальності.
7. Як Ви розумієте зміст поняття «сталий розвиток».
8. За якими етапами відбувалась еволюція підходів до проблем соціальної відповідальності бізнесу у міжнародній практиці?
9. Розкрийте зміст основних складових сталого розвитку.
10. На яких головних принципах ґрунтується концепція сталого розвитку?
11. Назвіть цілі концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності.

Список використаних джерел :

1. Грیشнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грیشнова // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 7. – С. 3 – 8.
2. Беленька О. Реалізація соціальної відповідальності бізнесу в Україні / http://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section5/belenka/
3. Амоша А.И. Ответственность отечественных корпораций в развитии малого бизнеса в контексте стратегии модернизации промышленных городов / А.И. Амоша, Е.В.Котов, В.И. Ляшенко // Вісник Донецького державного університету управління «Менеджер». – 2013. – № 3(65). – С. 9–20.
4. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С. 21–25.
5. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика. / И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая, Е.В. Черных. – НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти, Донец. ун-т экономики и права. – Донецк: ДонУЭП, 2008. – 136 с.
6. Бутко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні / М. Бутко, М. Мурашко // Фінанси України. – 2010. – №8. – С. 74–84.
7. Гоголя О.П Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гоголя. – К.: Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2008 – 79 с.
8. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку / А.Г.Зінченко. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010 – 56 с.
9. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів/ А. Колот // Економічна теорія. – 2013. - № 4 – С. 5–27
10. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грیشнова та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. Наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501с.
11. Лебедев І. Корпоративна соціальна відповідальність: концепція і модель для України / І. Лебедев // Україна: аспекти праці. – 2014. – №5. – С.13–19.
12. Сохацька О.М. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі // Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – С. 75–97.
13. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку/ Н.А. Супрун // Економічна практика. – 2013. - № 4 – С. 61 – 74
14. Онищенко В. Соціальна відповідальність бізнесу в системі забезпечення стабільності розвитку суспільства / В. Онищенко // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півнякя ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 – С. 38-45.
15. Руководство по социальной ответственности. Международный стандарт. ISOMB/WCSR №113, 2007, ISO/WD 2600.

16. Смирнов Г.Л. Демократия, свобода и ответственность личности - М.,1968, с.30.
17. Стижов А. Формирование и развитие системы корпоративной социальной ответственности в современной экономике России. / Автор. диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. М., 2007. – с.31.
18. Андрущенко А.І. Соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект аналізу / А.І. Андрущенко, І.М. Рябець// Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна. – Харків : Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна. - Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Вип.23 . – 2009 . – С.133-135.
19. Українська радянська енциклопедія: У 12 т. 2-е вид. – К.: Головна редакція Української радянської енциклопедії, 1974.
20. Философский энциклопедический словарь / Е.Ф. Губский, Г.В. Кораблева, В. А. Лутченко. - М.: Инфра-М, 1997. - 576 с.
21. Смутчак З. Теоретико-методичні засади дослідження соціальної відповідальності роботодавців і найманих працівників / З. Смутчак // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 – С. 417-424
22. Демченко Н. Конкуренентоспроможність підприємства в дзеркалі соціальної відповідальності / Н. Демченко// Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 – С. 102-110
23. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / Под ред. и с послесл. С.А.Евтеева и Р.А.Перелета. – М. : Прогресс, 1989. – 376 с.
24. Arrow K. et al. Economic Growth, Carrying Capacity and the Environment // Science, 28 April, 1995.
25. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку/ Н.А. Супрун // Економічна практика. – 2013. - № 4 – С. 61 – 74
26. Сохацька О.М. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі // Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – С. 75–97.
27. Кузьмін О. Інструменти державної політики із формування соціально відповідальної поведінки в контексті моделі сталого розвитку / О. Кузьмін, О. Пирог // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 – С. 189-197.

ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ, ДЕРЖАВИ ТА СУСПІЛЬСТВА

1. Соціальна відповідальність людини як основа соціальної відповідальності бізнесу, держави і суспільства

2. Поняття, ознаки і соціальна відповідальність громадянського суспільства

3. Соціальна роль держави у сучасній економіці

4. Принципи, інструменти та напрями та державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу, і суспільства

1. Соціальна відповідальність людини як основа соціальної відповідальності бізнесу, держави і суспільства

Проблема соціальної відповідальності людини як відповідальності за свої дії перед суспільством і собою, відповідальності, що асоціюється з багатством внутрішньої культури, давно перебуває в полі зору вчених різних галузей знань - філософії, економіки, соціології, політології тощо. Наголосимо, що ця проблема має комплексний, складний характер, оскільки пов'язана з дослідженням самої природи людини, її духовно-моральних цінностей та форм їх вияву. На межі двох тисячоліть спостерігається підвищений інтерес до наукових і прикладних аспектів відповідальності в цілому і соціальної відповідальності зокрема, як і до багатьох споріднених, близьких за природою норм і суспільних явищ. Це пов'язано з багатьма причинами, і серед них чи не найголовніша - поглиблення невідповідності між потребою підвищення морально-духовного потенціалу соціуму, з одного боку, і реальним перебігом подій, а саме небажаними змінами у структурі цінностей та соціальних норм поведінки членів суспільства та його інститутів - з другого [1, с. 3].

Справді, суперечливий вплив процесів глобалізації на суспільне буття, наростання загроз у різноманітних формах, загострення проблеми збереження людства як такого - ці та низка інших обставин актуалізують значення морально-духовної компоненти в сукупному потенціалі соціуму. Натомість характерною особливістю сьогодення є зниження ролі багатьох підвалин, на які протягом століть спиралися члени суспільства, - соціальних і культурних традицій, родинних зв'язків, віри, авторитету старшого покоління, відповідальності в найширшому її розумінні. Отже, йдеться про глибокі зміни у структурі традиційних цінностей членів суспільства, деградацію або втрату багатьох із них. Проте потенціал цих цінностей не вичерпано, і його необхідно відновлювати та нарощувати задля забезпечення стійкого розвитку суспільства.

Небажані зміни у структурі, ієрархії соціальних норм обумовлюють формування такого становища, коли життєвий шлях індивіда можна розглядати як окремо взятий часовий сегмент, котрий майже не пов'язаний зі спадковістю поколінь. За так званої перервної моделі життєдіяльності індивід утрачає традиційні в минулому зовнішні підвалини, а нові створюються вкрай повільно. У результаті соціальні системи втрачають стійкість.

Незадовільним залишається наукове забезпечення становлення та розвитку соціально відповідальної поведінки. На відміну від концепції «людини економічної», концепція «людини соціальної», зокрема «людини соціально відповідальної», не має всебічного наукового опрацювання. Слід зауважити, що в науковій літературі бракує більш-менш узгоджених формулювань категорій «відповідальність», «соціальна відповідальність», як і інших, що з ними пов'язані. Деякі науковці взагалі не вбачають у цьому проблеми і ведуть пошук ефективних форм соціально відповідальної поведінки, не з'ясувавши попередньо природи цього феномена. Тому не випадковими є зміщення акцентів, плутання причин і наслідків, підміна понять.

У різних науках, зокрема філософії, соціології, економічній теорії, політології, юриспруденції, соціальній психології, знаходимо різнопланові теоретико-методологічні підходи щодо формування поняття «відповідальність» та похідного від нього — «соціальна відповідальність». Перші пояснення феномена відповідальності містяться у працях античних філософів Платона й Аристотеля.

Насамперед, у працях Платона, було чітко сформульовано питання про те, якою мірою людина свідомо й добровільно є творцем своїх вчинків і, отже, якою мірою вона за них відповідальна. Платон визнає за людиною можливість вільного вибору і тим самим відповідальність за свої вчинки. Проблему відповідальності розробляв також Аристотель, зокрема його вчення про довільні і мимовільні дії, які зазвичай інтерпретують у традиціях діалектики свободи і відповідальності. У «Нікомаховій етиці» Аристотель характеризує етику й політику як науки про діяльність, пов'язані з вільним вибором, як здійснює відповідальна за свої вчинки людина. [2, с. 44]. У зв'язку з цим Ф. Кессіді справедливо підкреслює, що Аристотель «зробив людину відповідальною за свою долю і добробут» [3, с. 20].

На певній стадії розвитку теорії і соціальної практики стало зрозуміло, що людина є безпосередньою причиною вчинку. Але спроба пояснити причину саме такої поведінки, одного, а не іншого вчинку, наштовхувалася на необхідність з'ясувати співвідношення добровільного і вимушеного, свідомого і несвідомого, об'єктивного і суб'єктивного, вільного і необхідного, тобто з'ясувати, якою мірою сама людина свідомо і добровільно стала творцем (причиною) вчинку.

Урешті-решт, у західній філософії XVI–XIX століть, зокрема у публікаціях Т. Гоббса, Дж. Локка, М. Монтеня, Д. Юма, А. Шопенгауера стало аксіомою положення, що відповідальність і свобода - взаємозв'язані й взаємообумовлені явища і поняття. Там, де немає свободи, - немає і відповідальності. Але очевидно, що сам факт зв'язку відповідальності зі свободою не вичерпує суті відповідальності.

Значущість моральних, етичних якостей людини, її соціально виваженої поведінки та відповідальності перед соціумом широко висвітлювали класики економічної теорії. У. Петті з цього приводу, зокрема, писав: «...немає ідеї більш небезпечної, аніж невіра у безсмертя душі, оскільки вона перетворює людину в тварину; вона позбавляє її сумління та страху перед здійсненням будь-якої злої справи, якщо вона тільки в змозі уникнути покарання з боку людських

законів,... ця ідея робить людей поживою дурних помислів і бажань, які не можуть бути відомі іншим людям» [4].

Велику увагу проблематиці соціальної відповідальності людини, її місії як землянина приділяли і нині приділяють релігії світу та духовні вчення.

Сьогодні спостерігається посилення інтересу до проблеми соціальної відповідальності, але більшість дослідників розглядають проблему відповідальності окремо на кожному рівні. Крім того, в більшості публікацій на цю тему домінує розгляд теоретико-прикладних аспектів соціальної відповідальності бізнесу. При цьому соціальна відповідальність персоніфікується з діяльністю вузького кола менеджерів вищої ланки, тобто тих, хто відповідає за підготовку і прийняття стратегічних рішень.

Значно рідше, але зустрічаються публікації, в яких у ролі суб'єкта соціально відповідальної поведінки розглядається держава.

Водночас не приділяється належної уваги проблематиці соціальної відповідальності тих суб'єктів, котрі за природою є первинними носіями соціальних якостей і з котрих формуються інші інститути соціально відповідальної поведінки, - родина, трудовий колектив, бізнесова структура, громада тощо. «Соціальну відповідальність, — як справедливо зазначає О. Грیشнова, — мають усі люди — члени суспільства, як учасники соціально-трудоких відносин, як споживачі, як громадяни, як родичі, як земляни ... перед іншими людьми, перед природою, перед самими собою» [5].

Як справедливо вважає А. Колот, розгляд теоретико-методологічних засад соціальної відповідальності слід розпочинати саме з усвідомлення природи соціально відповідальної поведінки людини.

Відповідальність як феномен людського буття має як біологічний, природний, так і набутий у процесі життєдіяльності характер. Так, інстинкт самозбереження, продовження роду є природженою відповідальністю людини, що звернена на саму себе. У міру становлення особистості, формування її світогляду з'являється набута відповідальність як усвідомлені, діяльністю оформлені відносини та дії, що стосуються як самої людини, так і інших людей, природи тощо. На відміну від природжених інстинктів, які лише віддалено нагадують відповідальність, остання у достеменному її розумінні є результатом розвитку свідомості, мислення і діяльності людини.

Соціальна відповідальність як складова феномена особистої соціально відповідальної поведінки не існує поза діяльністю. Вона формується, виявляється і розвивається лише в процесі діяльності людини. Бездіяльність не містить соціальної відповідальності.

Отже, ***теоретична конструкція сутності соціальної відповідальності людини має бути відображенням:***

- а) органічного зв'язку людини із суспільством і природою;
- б) поєднання в людині трьох основ — біологічної, соціальної і духовної;
- в) соціальної діяльності людини та її соціально відповідальної поведінки.

Соціальна відповідальність є елементом суспільного буття, вона має безпосередньо суспільний характер та виникає разом із зародженням людського суспільства. Від появи цього феномена на нього покладено важливу суспільну

функцію - регулювання поведінки людей. На розвиток цієї функції, її значущість визначальний вплив справляє поглиблення поділу праці та зростання усупільнення виробництва. Зв'язки та відносини між членами суспільства, що розвиваються з поглибленням суспільного поділу праці, є об'єктивним підґрунтям взаємозалежності людей і потребують соціально відповідальної поведінки, оскільки зростає взаємозалежність людини і суспільства.

Соціальна відповідальність особи виникає лише за умов соціальних взаємодій, а отже, вона є активною, актуалізованою складовою життєдіяльності людини. Не можна бути соціально відповідальним поза активною діяльністю. Остання має структурований характер, а тому й соціальна відповідальність особи підлягає структуризації.

Інтереси розв'язання широкого кола завдань науково-прикладного характеру потребують виокремлення таких **ступенів соціальної відповідальності особи**:

- відповідальність особи стосовно самої себе;
- відповідальність особи стосовно іншої людини;
- відповідальність особи стосовно своїх батьків, дітей і близьких;
- відповідальність особи стосовно соціальної групи;
- відповідальність особи стосовно громади;
- відповідальність особи перед суспільством;
- відповідальність особи перед людством.

Феномен соціальної відповідальності конкретної людини має свою особливу (специфічну) структуру та ієрархію ціннісних настанов. Така ж особлива (специфічна) структура та своєрідна ієрархія ціннісних настанов притаманна й іншим носіям феномена соціальної відповідальності — родині, групам людей, трудовим колективам, громадам, суспільству в цілому.

Маємо звернути увагу на його двоїстість та діалектичну єдність суперечностей. Справді, соціальна відповідальність, з одного боку, є внутрішньою мотивацією, природженими і набутими здібностями, які надають нашим вчинкам соціально виваженого, суспільно значущого, духовно-морального характеру. З другого боку, соціальна відповідальність постає як інституція, що передбачає санкції за суспільно неприйнятні дії або за бездіяльність.

Наголошуємо на тому, що настанови зовнішнього характеру, зовнішні інститути-норми здатні вплинути на формування соціально відповідальної поведінки людини за умови, що вони нею сприйняті і вона (людина) є діяльною, прагне зазначеної раніше поведінки. Реальна (внутрішня) соціальна відповідальність особистості є первинною, провідною компонентою цього феномена. Це обумовлено тим, що в основі соціально відповідальної поведінки перебуває внутрішнє «Я», внутрішні настанови на добро, які розвиваються під впливом зовнішніх (суспільних) параметрів відповідальності. Переконані, що лише реальна соціальна відповідальність як явище світоглядного характеру, в основі котрого - високі морально-духовні якості, може забезпечити соціальну стабільність. Поширення конформізму, егоїзму, інших виявів соціально безвідповідальності - свідчення девальвації цінностей і настанов, що визначають вектор соціально відповідальної поведінки. Отже, сутність феномена, що

розглядається, - це поєднання мотивації, норм, настанов внутрішнього походження (як природжених, так і набутих), доповнених зовнішніми (суспільними) настановами, сприйнятими особистістю.

Соціальна відповідальність виникає вже внаслідок того, що людина живе в суспільстві і має виконувати вимоги, що їх висуває до неї суспільство. Суспільство і особистість у своєму розвитку перебувають у діалектичній єдності, справляють взаємний вплив, складовою їх взаємодій є взаємна відповідальність.

Важливим є усвідомлення того, що соціальна відповідальність є не тільки регулятором, а й життєутворювальним елементом діяльності особи. У будь-якій ситуації людина вибирає свою позицію, спосіб поведінки з кількох можливих. Цей вибір детермінований її потребами, інтересами, внутрішніми настановами, зокрема морально-духовного характеру. При цьому, відповідальність виявляється як міра свободи. І якщо свобода передбачає можливість вибору, то відповідальність - це оцінка вибору, вчинків, рішень, оцінка їхньої користі чи шкоди для соціуму. Під впливом доміантних у суспільстві норм буття, світогляду, морально-етичних якостей, внутрішніх переконань у людини формується власна оцінка вчинків, думок, дій, тобто формується власне бачення відповідальності.

Водночас наголосимо, що відповідальність як суб'єктивно оцінювана категорія формується не тільки під впливом особистісних характеристик, внутрішнього «Я». Відповідальність опосередкована й обумовлена також наявними соціальними зв'язками між людьми, реальними суспільними відносинами, соціальними умовами життєдіяльності.

Правомірним є твердження, що *відповідальність* - це єдність об'єктивних і суб'єктивних її аспектів, це одночасно взаємодія:

- вимог суспільства до особистості, її соціальних якостей;
- світоглядних характеристик людини, її морально-духовних настанов, індивідуального сприйняття характеру суспільних вимог;
- практичної реалізації особистістю суспільних вимог, оцінки діяльності з позиції її відповідності інтересам соціуму.

Комплексна характеристика надзвичайно складного суспільного явища, яким є соціальна відповідальність, потребує її класифікації за низкою критеріїв та дослідження складових (видів), виокремлених за певним критерієм.

За критерієм джерела вияву соціальної відповідальності остання поділяється на внутрішню і зовнішню. Справді, соціальна відповідальність має діяльнісний характер. Оскільки діяльність людини завжди мотивована, то відчуття відповідальності не може виникнути з нічого. Факторами-мотиваторами можуть бути як потреби, інтереси, ціннісні орієнтації та настанови особи, так і зовнішні умови її життєдіяльності. Свої вчинки людина оцінює з позицій совісті, обов'язку, інших доміантних у суспільстві норм суспільного буття, які сприйняті особою та є складовою власного «Я» і внутрішнім суддею.

Внутрішня соціальна відповідальність є елементом системи управління людиною самою собою, тоді як зовнішня відповідальність — це фактор управління цією людиною з боку колективу, інститутів держави, суспільства.

Зазначимо, що психологи поділяють людей на інтерналів - схильних брати на себе відповідальність за події, що відбуваються в їхньому житті та навколишньому світі, та екстерналів - схильних покладати відповідальність за все, що відбувається, на зовнішні інститути.

Отже, відповідальність може бути як внутрішньою, так і зовнішньою. Вибираючи той чи інший варіант поведінки під впливом внутрішньої відповідальності, особа керується цінностями, які вона сповідує. Зовнішня відповідальність з'являється, коли на діяльність індивіда впливають інститути - норми права, вимоги статуту підприємства, колективного договору, контракту тощо.

Діяльність людини, що регулюється зовнішніми факторами і породжує зовнішню відповідальність, передбачає обмеження свободи вибору. Отже, **зовнішня форма соціальної відповідальності** постає як міра несвободи. Вона регламентує поведінку людей, обмежує їхню свободу, однак надає вчинкам вектора, за якого не утискаються інтереси соціуму або це утискання мінімізується.

Настанови людини на зовнішню форму відповідальності можуть бути позитивні, негативні або нейтральні. Позитивна настанова особи на наявну зовнішню форму відповідальності — це свідчення того, що потреби, інтереси, цінності індивіда і вимоги суспільства в царині відповідальності суттєво не відрізняються. Сприйняття індивідом зовнішньої форми відповідальності означає усвідомлене обмеження свободи і своїх вимог до соціуму.

Негативна настанова на зовнішню форму соціальної відповідальності — це результат протиставлення індивідуальних інтересів інтересам інших членів соціуму. За такої настанови інститути держави та суспільства вимушені застосовувати до індивіда норми, що мають коригувати його поведінку, надавати їй соціально відповідального характеру за примусом.

Для індивіда та суспільства ідеальною є ситуація, коли внутрішня і зовнішня форма соціальної відповідальності мають однакову спрямованість та їхні «вектори» збігаються. У цьому разі зовнішня соціальна відповідальність сприймається не як нав'язування норм поведінки, зовнішній примус, а як нагадування про суспільно схвалений «вектор» соціальної поведінки.

Система соціальної відповідальності охоплює низку підсистем, і серед них чільне місце належить моральній відповідальності. Остання пов'язана з усвідомленням особистістю морально-духовних вимог, здатністю і готовністю передбачити результати своєї діяльності.

Моральна відповідальність - це відповідальність особи за дотримання моральних принципів і норм, що їх сповідує спільнота, до якої ця особа належить. Моральна відповідальність - це не стільки зовнішня, скільки внутрішня відповідальність людини перед собою, її настанова на те, щоб моральні норми і принципи, яких дотримується особистість і спільнота, що її оточує, збігалися.

Однією з підсистем соціальної відповідальності є її правова (юридична) відповідальність. **Юридична відповідальність** - це зовнішній ретроспективний різновид соціальної відповідальності, це реакція соціуму на дії або бездіяльність особистості, наслідком яких є утискання інтересів окремих

суб'єктів чи інститутів суспільства. Вона виявляється в примушуванні з боку держави чи інших суб'єктів громадянського суспільства до виконання (дотримання) особою певних соціальних норм та вимог через накладання обмежень особистого, морального або матеріального характеру.

З огляду на те, що соціальна відповідальність людини є складним явищем, котре містить і об'єктивну, і суб'єктивну компоненти, явищем, у котрому переплетені суспільні, соціальні норми і морально-духовні якості та настанови людини; явищем, пов'язаним із прагненням людини дотримуватися домінуючих у суспільстві соціальних норм, виконувати свої обов'язки та відповідати за власні дії, сформулювати єдине визначення сутності цього суспільного феномена вельми непросто.

Далі наведемо кілька визначень **поняття «соціальна відповідальність людини»**, які в комплексі відбивають сутність цього феномена.

1. Соціальна відповідальність людини є ні що інше, як факт наявності у структурі її особистісного потенціалу таких цінностей (аксіологічних настанов), як совість, довіра, толерантність, чесність, співучасть, обов'язковість, співчуття, почуття справедливості, правдивість, любов до ближнього, доброта.

2. Соціальна відповідальність людини — це актуалізація особистістю соціально відповідальної поведінки, її постійне відтворення; це вміння її здійснювати, демонструвати на практиці, втілювати у повсякденному житті.

3. Соціальна відповідальність - це одночасно і стан людини (морально-духовний), і процес формування цілісної особистості; водночас це поведінка, що насичена високою духовністю і моральністю, вектором якої є не тільки сама людина, а й інші суб'єкти громадянського суспільства.

4. Соціальна відповідальність людини - це форма вияву її духовно-моральних цінностей та настанов.

5. Соціальна відповідальність людини - це позитивна реакція її людського духу (духовно-моральних якостей) на виклики як власного «Я», так і зовнішнього середовища.

Соціальну відповідальність членів соціуму правомірно розглядати як показник якості трудового потенціалу, чинник набуття конкурентних переваг та забезпечення стійкої соціальної динаміки. Прагнення до здорового способу життя, підтримування та поліпшення фізичного і духовного стану, прирощення людського і соціального капіталу та набуття конкурентоспроможності, пріоритет цінностей, пов'язаних з родиною, з вихованням дітей, особистий внесок у розвиток організації, громади, професійної спільноти та суспільства в цілому, дотримання етичних норм і звичаїв, які визнаються безумовними у соціумі, виявлення активної життєвої позиції, добродійність і допомога нужденним, турбота про гідні умови життя близьких, внесок у збереження та поліпшення стану довкілля - ось далеко не повний перелік конкретних форм соціально відповідальної поведінки людини. Задіяння потенціалу цих форм «працює» на досягнення як особистих цілей членів суспільства, так і на загальний добробут.

Водночас соціально безвідповідальна поведінка врешті-решт обертається проти самої особи. Нездоровий спосіб життя, несформовані особистісні та

професійні компетенції, інертність і пасивність, небажання виявити наявні здібності; нехтування родинними обов'язками, недоброчливе ставлення до оточення, низький авторитет, недотримання норм трудової етики, байдуже ставлення до оточення та збереження довкілля — усе це, як і інші небажані вияви безвідповідальної поведінки, унеможлиблює набуття конкурентних переваг та розширення можливостей особи. Тобто людина сама закриває собі шлях до забезпечення високої якості життя, самореалізації та самоідентифікації людини як працівника, суб'єкта соціально-трудових відносин, члена родини, громади, суспільства.

Повертаючись до українських реалій, маємо визнати, що соціальна відповідальність у нашому суспільстві й досі не стала домінантою та надійним регулятором суспільного життя, не набула статусу життєво значимої норми. Для сучасного етапу соціально-економічного розвитку характерна парадоксальна ситуація: на тлі проголошеного курсу на розширення економічних свобод та підприємництва, ініціативності тощо спостерігаємо намагання чимраз більшої кількості громадян брати на себе відповідальність лише за власні дії. Водночас наростає прагнення перекласти відповідальність за зміну соціальних умов життєдіяльності на інститути держави та суспільства. Ознакою зниження соціальної відповідальності є ерозія «культури солідарності» як феномена сьогодення. Є всі підстави стверджувати, що в суспільстві набирає сили тенденція, в основі якої - індивідуалізація в найширшому її розумінні. Формами її вияву є намагання членів суспільства розв'язувати свої проблеми самотужки, масові настрої десолідарності, зниження соціальної згуртованості, формування суспільства «індивідів», яке сповідує споживацькі інтереси та мотиви поведінки. За нашою оцінкою, у суспільстві збільшується частка людей, не схильних виявляти жаль, співчуття, допомагати слабким і бідним.

Усе перелічене є свідченням глибокої кризи в системі цінностей, великомасштабних виявів егоцентризму. За такого стану соціальних відносин та тенденцій їх розвитку відбувається реальне звуження відповідальності. Остання і на рівні підсвідомості, і в реальному вимірі дедалі більше сприймається як відповідальність за наслідки дій, котрі суперечать узвичаєним правилам і нормам поведінки, втрачаючи своє морально-духовне, соціальне при- значення. Вкрай повільно зростає усвідомлення, що відповідальність — це не тільки і не стільки обмежувальний чинник поведінки людини, скільки чинник, котрий продукує, утворює, розвиває діяльність людей, цивілізовану їхню взаємодію всередині соціуму.

2. Поняття, ознаки і соціальна відповідальність громадянського суспільства

Громадянське суспільство є одним з найбільш важливих ціннісних і культурологічних феноменів сучасного суспільства. В загальноприйнятому розумінні громадянське суспільство, виступає як сукупність соціальних утворень (груп, колективів), об'єднаних специфічними інтересами (економічними, етнічними, культурними і так далі), що реалізовані поза сферою діяльності держави і дозволяють, в умовах демократичної системи облаштування

суспільного життя, контролювати дії держави. Держава, яка позбавлена внутрішньої свободи громадських відносин, не підтримує демократичний режим соціального життя, і не розвиває цінності законності, свободи та демократії не має привілей розвиватися на базі добродійних ініціатив, новацій, і енергії громадянського суспільства. Тому що в умовах тоталітаризму, чи навіть обмеженої демократії громадянське суспільство якщо й можливо, то скоріше в контексті елемента опору – сукупності нелегальних соціальних течій.

Громадянське суспільство – поняття, що позначає сукупність не політичних відносин в суспільстві: економічних, соціальних, моральних, релігійних, національних та інших. При цьому, громадянське суспільство – це також сфера самореалізації вільних громадян і добровільно сформованих асоціацій та організацій, огорожених відповідними законами від прямого втручання та довільної регламентації діяльності цих громадян і організацій з боку державної влади.

Виокремлення і, відповідно, дослідження поняття «громадянське суспільство» було започатковано в епоху Платона та Аристотеля і призвело в подальшому до появи цілісного вчення про суспільство, державу та людину. Вчені та мислителі епохи Відродження та Нового часу приділили значну увагу дослідженню проблем громадянськості та взаємовідносин людини з владою. Значний внесок у вирішення цих проблем зробили: Т. Гоббс, Дж. Локк, Н. Макіавеллі, Т. Мор, Е. Роттердамський, А. Сен-Сімон.

Т. Гоббс писав що, первісне положення людини «за межами громадянського суспільства, яке можна назвати природнім станом, не може бути нічим іншим, як війною всіх проти всіх (*bellum omnium contra omnes*)» [6]

Г. В. Ф. Гегель звернув увагу на той факт, що природним станом є стан некультурності, насилля та несправедливості. Саме тому, обов'язковим є вступ людей у громадянське суспільство, оскільки лише у ньому правове відношення володіє дійсністю [7]

Гегель говорив про громадянське суспільство, визначаючи його як антагоністичне, яке роздирають протилежні інтереси, «війна всіх проти всіх». Він виділив три основні шари громадянського суспільства:

Три прошарки у громадянському суспільстві:

- a) субстанціальний (до якого належать землероби — дворяни та селяни);
- b) промисловий (фабриканти, торговці, ремісники);
- c) загальний (до якого належать чиновники).

Основна ідея цих двох філософів полягала у визнанні того факту, що «правильна» та «мудра» держава має бути громадянською, тобто людиною, а не звірячою.

Таке, автоматично призводило до певної ідеалізації держави. Це стало поштовхом для розвитку ідеї про те, що справжнім громадянським суспільством може бути лише антидержавна опозиція. Красномовними прикладами «історичної живучості» цієї ідеї, є, по-перше, ідеї перших соціалістів-утопістів Т. Кампанелли, Т. Мора, Т. Мюнцера, які мріяли побудувати ідеальне суспільство з назвою «Місто сонця», ізолювавши його від злого світу на далекому острові

«Утопія»; по-друге, ідеї «комуністичного раю» на землі, що поширилися у 30–40 рр. XIX ст.

Представники цієї течії по-різному бачили шляхи реалізації зазначеної мети. Так, виходячи з позицій християнської моралі, В. Вейтлінг пропагував «християнський комунізм». Е. Кабе заперечував насильницькі методи, відстоюючи значимість так званого «мирного комунізму». На противагу їм, інші філософи розповсюджували ідеї народного повстання (Т. Дезамі, Л. Бланкі та інші).

Ідея розмежування громадянського суспільства і держави, виникнувши наприкінці XVIII ст. в Європі, у XIX ст. почала активно розроблятися науковцями на теоретичному рівні. Результатом цього стала еволюція сутності поняття «громадянське суспільство». Традиційне застосування цього терміну на позначення мирного політичного устрою, що управляється на основі закону (*societas civilis*), поступилося місцем його застосуванню на позначення окремої інституціональної сфери життя, яка не відповідала існуючим на відповідній стадії суспільного розвитку інститутам державної влади.

В період з 1750 р. по 1850 р., зазначене поняття стало предметом наукових досліджень та дискусій.

Проблематика громадянського суспільства, наприкінці 80–х років XX ст. набула змісту «соціалістичного громадянського суспільства». Це відбулося внаслідок розпаду Радянського Союзу та процесу дезінтеграції колишніх його суб'єктів. За таких умов на громадські організації покладалося завдання допомогти «символічно скріпити державу, яка розвалювалася, і забезпечити атомізованих індивідів життєво необхідними послугами». Створювані на той час неурядові організації виконували переважно соціальні та культурні функції, компенсуючи тим самим недостатність державної присутності у цих сферах.

У сучасних поглядах на громадянське суспільство можна виділити такі аспекти:

- по-перше, воно характеризується тим, що у ньому є місце як для консервативних, так і для радикальних сил, які виступають його необхідними компонентами;
- по-друге, відносним соціальним консенсусом за системою базових соціальних цінностей (права людини, демократія, плюралізм, правова держава, верховенство закону, власність, соціальна захищеність тощо);
- по-третє, діалогом різних політичних сил, спрямованих на підтримку, постійне відновлення, відтворення соціального консенсусу згідно із соціальними умовами, які змінюються.

Одна із задач громадянського суспільства полягає в регулюванні горизонтальних зв'язків, що повинно робитися з позиції доцільності. [8]

Відповідно, концепція громадянського суспільства заснована на наступних постулатах:

- це суспільство з розвиненими економічними, політичними, правовими та культурними відносинами між людьми, яке не залежить від держави, але взаємодіє з нею;

- це суспільство людей високого соціального, культурного, морального економічного статусу, які створюють разом з державою розвинуті правові відносини;
- має складну структуру, яка включає в себе: господарські, економічні, етнічні, релігійні та правові відносини (табл. 2.1). Громадянські зв'язки представляють собою відносини конкуренції і солідарності між юридично рівноправними партнерами;
- умовою виникнення громадянського суспільства є поява у всіх громадян суспільства економічної самостійності на базі приватної власності;
- важливою характеристикою громадянського суспільства є досягнення високого рівня самоорганізації та саморегуляції суспільства;
- громадянське суспільство організується після поділу сфер впливу між державою і громадянином. Звуження тотальної влади держави здійснюється через введення невід'ємних прав людини за певними неполітичними категоріями. Категоріями невід'ємних прав вважаються право на працю (економіка), на національні культурні цінності (культура), на виконання релігійних обрядів, на свободу обміну інформацією, свободу самореалізації. Всі спірні питання між громадянами вирішуються незалежним судом.

Структура громадянського суспільства наведена в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Структура громадянського суспільства

Економічна система	Політична система	Соціальна система	Інформаційна система	Духовно-культурна система
Сукупність економічних інститутів та відносин, які становлять матеріальну основу життя суспільства	Сукупність інститутів та відносин, у рамках яких проходить політичне життя та здійснюється державна влада	Сукупність класів, соціальних груп та відносин між ними	Сукупність інформації, засобів масової інформації, підприємств, громадян, організацій, які здійснюють інформаційну діяльність	Сукупність нематеріальних, духовно-культурних благ, відносин з приводу них, інститутів, через які реалізуються ці відносини

Таким чином, **громадянське суспільство** — це історичний тип у розвитку людського суспільства, його конкретна якісна характеристика; це сфера самовиявлення і реалізації потреб та інтересів вільних індивідів через систему відносин (економічних, соціальних, релігійних, національних, духовних, культурних). Структурними елементами цієї системи є організації (політичні партії, громадські об'єднання, асоціації) та різні об'єднання (професійні, творчі, спортивні, конфесійні тощо), що охоплюють всі сфери суспільного життя і є своєрідним регулятором свободи людини

Характерні ознаки громадянського суспільства:

- опосередкування потреби та задоволення одиничного за допомогою його праці та за допомогою праці та задоволення потреб усіх останніх, систему потреб;

- дійсність того, що міститься у цьому загальному свободи, захисту власності за допомогою правосуддя;

- піклування про запобігання того, що залишилося в цих системах випадковості, та увага до особливого інтересу як до загального за допомогою правоохоронних органів та Корпорація|корпорації.

- розмежування компетенції держави і суспільства, незалежність інститутів громадянського суспільства від держави в рамках своєї компетенції;

- демократія і плюралізм в політичній сфері;

- ринкова економіка, основу якої складають недержавні підприємства;

- середній клас як соціальна основа громадянського суспільства;

- правова держава, пріоритет прав і свобод індивіда перед інтересами держави;

- ідеологічний і політичний плюралізм;

- свобода слова і засобів масової інформації.

Умови життєздатності громадянського суспільства:

- володіння кожним його членом конкретною власністю чи участь його у володінні власністю, право використовувати її, розпоряджатися нею на свій розсуд;

- автономія особи, доволі високий рівень її соціального, інтелектуального, психологічного розвитку, її внутрішня свобода і здатність до повної самостійності при активній участі в роботі того чи іншого інституту громадянського суспільства;

- наявність права, яке закріплює та охороняє цю автономію;

- структурованість суспільства, суспільних відносин, які відображають багатство і різноплановість інтересів представників різних груп та прошарків.

- забезпечення свободи особи та особистої ініціативи;

- відповідальність за наслідки власної дії;

- здатність індивідів до громадського співробітництва заради індивідуальної і спільної вигоди та громадянського миру.

Основний атрибут громадянського суспільства – співпраця всіх громадян, плюс – висока самооцінка кожного громадянина. А результат цього – окрім самоуправління, також саморозвиток і самовдосконалення.

Принципи громадянського суспільства:

- економічний і політичний плюралізм,

- особиста свобода,

- публічність і загальна поінформованість,

- справедливість і суворе дотримання законів. [8]

- верховенство права в усіх сферах суспільного життя; відповідальність перед законом як державних органів, так і громадських організацій та громадян;

- підзаконність державної влади, обмеженість сфери її діяльності, невтручання держави у справи громадянського суспільства;

- охорона державою невід'ємних природних прав людини та громадянських свобод, що з них випливають; визнання пріоритетності прав та інтересів особи, непорушності її честі та гідності, гарантування умов для їх захисту;

- рівність закону для всіх і рівність усіх перед законом;

- взаємна відповідальність держави і особи, правова відповідальність офіційних осіб за дії, які вони чинять від імені держави;
- поділ влади на законодавчу, виконавчу і судову, їх взаємна урівноваженість і відкритість;
- незалежність судів і суддів, наявність ефективної системи захисту;
- наявність ефективних форм контролю за дотриманням законів та інших нормативно-юридичних актів. [9]

Функції є втіленням основних напрямів діяльності інститутів громадянського суспільства, їх впливу на суспільне життя та соціальної відповідальності. Найголовніші з них – наступні:

По-перше, громадянське суспільство є засобом самовираження індивідів, їх самоорганізації та самостійної реалізації ними власних інтересів. Значну частину суспільно важливих питань громадські спілки та об'єднання розв'язують самотужки або на рівні місцевого самоврядування. Тим самим вони полегшують виконання державою її функцій, бо зменшують “тягар проблем”, які їй доводиться розв'язувати.

По-друге, інститути громадянського суспільства виступають гарантом непорушності особистих прав громадян, дають їм впевненість у своїх силах, служать опорою у їх можливому протистоянні з державою, формують «соціальний капітал» – ті невід'ємні риси особистості, завдяки яким вона стає здатною до кооперації та ефективних солідарних дій.

По-третє, інститути громадянського суспільства систематизують, впорядковують, надають урегульованості протестам і вимогам людей, які в іншому випадку могли б мати руйнівний характер і в такий спосіб створюють сприятливі умови для функціонування демократичної влади.

По-четверте, ці інститути виконують функцію захисту інтересів певної групи в її протиборстві з іншими групами інтересів. Завдяки їм кожна група отримує шанс “бути почутою на горі” владної піраміди.

Але громадянське суспільство не зможе повноцінно виконувати названі функції, якщо в відсутній бодай один з найголовніших його атрибутів, до яких слід віднести: наявність публічного простору, засобів і центрів комунікації, наслідком чого є формування сфери громадського (цивільного) життя і громадської думки; організоване громадське (публічне) життя вільних і рівних індивідів, чії права захищені конституцією та законами; незалежні від держави, добровільні асоціації, автономність яких усвідомлена на індивідуальному і колективному рівні; зорієнтована на громадські інтереси та публічну політику діяльність, наслідком якої є кооперація та солідарність між людьми, спілкування на засадах взаємної довіри та співробітництва.

Громадянське суспільство на українських теренах має глибоке історичне коріння та етнонаціональну традицію, що сягають сивої давнини та створюють його унікальну та неповторну специфіку, зумовлюють формування притаманного лише Україні типу громадянськості.

Відбуваються докорінні зміни у соціальній структурі суспільства, проте при всій соціальній розгалуженості, стан громадянського суспільства у цій сфері

характеризується на сьогодні суттєвим соціальним розшаруванням та нерозвиненим середнім класом, який становить 12% населення країни.

Накопичено досвід громадянської самоорганізації та самореалізації, що знайшли свій активний прояв через формування громадських організацій та рухів, політичні партії, засоби масової інформації, а також – вибори, референдуми, коаліцію, опозицію, лобізм, групи тиску, місцеве самоврядування тощо. Тобто, маємо досить потужний організаційно-структурний потенціал, який би давав можливість громадянам реалізовувати власну владну волю – брати участь у процесі прийняття рішень з життєво важливих питань і здійснювати контроль за їх реалізацією. Проте реальний вплив цих структур незначний, а їх можливості обмежені.

Формування засад громадянської культури забезпечується перш за все якісною за змістом і формою системою освіти, яка реформується сьогодні з урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвіду. Трансформаційні перетворення національної освітньо-виховної системи передбачають формування соціально-активної самодостатньої особистості з гуманістичними цінностями, громадянською свідомістю та цілісною системою знань шляхом пізнання і самопізнання, розвитку і саморозвитку, творення і самотворення, визначення і самовизначення, реалізації і самореалізації.

Зовнішньополітичний вибір України – це орієнтація на базові цінності західної культури – парламентаризм, права людини, права національних меншин, лібералізація, свобода пересування, свобода отримання освіти будь-якого рівня тощо. Все це є невід’ємні атрибути громадянського суспільства.

При всій різноманітності цього процесу Україна йде до громадянського суспільства через націотворення, національне самоусвідомлення та саморозуміння, морально-етичний підйом нації, формуванням модерних політичної нації та української національної еліти, а вже звідси – до розуміння громадянського суспільства як загальнолюдської цінності.

На відміну від Західної Європи, де громадянське суспільство формувалося внаслідок тривалої перманентної еволюції і знаходиться в процесі модернізації сьогодні, в Україні на різних етапах історичного розвитку існували лише його окремі елементи, які так і не стали завершеною системною структурою. Цим зумовлюється ще одна особливість становлення громадянського суспільства в сучасній Україні – першорядна роль держави та ініціювання цього процесу, як правило, революційним шляхом зверху.

На рис. 2.1 відображено специфіку громадянського суспільства в Україні.

Українське суспільство



Рис. 2.1. Специфіка громадянського суспільства в Україні.

Проблеми українського суспільства, без подолання яких не можна розраховувати не тільки на ідеальну, а й на більш-менш оптимальну модель розвитку громадянського суспільства і його соціальної відповідальності:

- високий рівень бідності - новий середній клас складає 10-12%, бідний середній клас – 25-30%, бідні люди – більшу частину;
- роз'єднаність – в етнокультурному, політичному, соціальному сенсі, за ідентичністю тощо;
- тотальна недовіра – не тільки державі та різним соціальним інститутам, українці не довіряють один одному;
- феномен останніх років - розчароване суспільство;
- безвідповідальність – громадяни не хочуть брати відповідальність за ті проблеми, які існують у соціумі;
- амбівалентність - люди хочуть одночасно протилежних речей: демократії та сильної руки, бути в Європейському Союзі та союзі з Росією, ми позитивно ставимося до розвитку приватного підприємства, але категорично проти приватизації земель і великих підприємств тощо.

Відносини і взаємовплив громадянського суспільства і держави є визначальним у забезпеченні демократичного розвитку країни. З одного боку, відстоюючи матеріальну та духовну незалежність людини від держави, домагаючись правової гарантії такої незалежності, захисту приватних і суспільних інтересів людей, громадянське суспільство активно сприяє процесам демократизації держави, набуття нею ознак правової держави. З іншого боку, громадянське суспільство саме залежить від держави і не може набути розвинених форм в умовах політичного насильства та тиранії. Тому зворотний зв'язок у стосунках громадянського суспільства і держави повинен обов'язково діяти.

Рівновага між громадянським суспільством і державою є найважливішим фактором стабільного демократичного розвитку, а її порушення веде до гіпертрофії владних структур, відчуженості і політичного безсилля народу.

Без правової держави немає громадянського суспільства і без громадянського суспільства немає правової держави.

Згідно з міжнародними оцінками, громадянське суспільство в Україні залишається неконсолідованим та значно відстає у своєму розвитку від громадянського суспільства європейських країн в цілому та постсоціалістичних країн Центральної та Східної Європи зокрема.

Поряд із таким внутрішніми факторами як низький рівень громадянської активності та організаційної спроможності організацій громадянського суспільства, зовнішнім обмеженням для розвитку громадянського суспільства є недостатньо сприятливе законодавче середовище.

Наприклад, Україна має ряд міжнародних зобов'язань щодо забезпечення права на свободу об'єднання, свободу мирних зібрань та доступу до інформації й інші як основи розвитку громадянського суспільства.

Основні законодавчі перешкоди діяльності громадських та благодійних організацій в Україні:

1). Право бути засновниками як громадських, так і благодійних організацій надано законодавством виключно фізичним особам. Відсутність у юридичних осіб права створювати громадські організації значно гальмує розвиток неприбуткових представницьких бізнесових асоціацій, які в розвинених демократичних державах є вагомим сегментом громадянського суспільства;

2). Територія діяльності громадських та благодійних організацій обмежена на законодавчому рівні існуванням територіальних статусів. Наявність територіального статусу фактично означає, що громадська організація не може проводити заходи або приймати у члени осіб, що мешкають поза місцевістю, де зареєстрована організація;

3). У реєстрації об'єднанню громадян може бути відмовлено, якщо його назва, статутний або інші документи, подані для реєстрації, суперечать вимогам законодавства. Це дає можливість органами легалізації надто широко тлумачити підстави для відмов.

Вимоги до законодавства в контексті розвитку громадянського суспільства які слід реалізувати в Україні:

- прості процедури реєстрації організацій громадянського суспільства;
- податкові стимули для діяльності організацій громадянського суспільства та їх підтримки з боку індивідуальних та корпоративних донорів;
- правові можливості забезпечити існування організації через її господарську діяльність;
- прозорі процедури державної фінансової підтримки громадських організацій;
- правові гарантії вільного доступу організацій громадянського суспільства до надання соціальних послуг за рахунок бюджетних коштів;
- процедури залучення організацій громадянського суспільства до формування та реалізації державної політики.

Так, в Україні на 10 тис. населення зареєстровано лише 14 громадських організацій. В той же час, в Угорщині на 10 тис. населення діють 46 організацій, у Хорватії – 85, а в Естонії – 201. Частка громадських організацій у ВВП України становить 0,24%, тоді як у Росії цей показник дорівнює 0,5%, у Бельгії – 5%, у Канаді – 7,9%.

Рівень благодійності в Україні має відносно низький рівень розвитку. Наприклад, станом на 2013 рік Україна посідала лише 150 місце у світовому рейтингу благодійності серед 153 держав і, відповідно, останнє місце з 26 держав у регіоні Центральної та Східної Європи.

За даними Всесвітньої служби Геллапа, у 2011 році 5% українців надавали благодійні пожертви, 19% українців допомагали незнайомим людям – менше допомагали лише мешканці Мадагаскару і Камбоджі. [10]

3. Соціальна роль держави у сучасній економіці

В сучасній ринковій економіці держава повинна забезпечувати принципи соціальної справедливості, соціальні компенсації, не допускати соціальних конфліктів чи обмежень правового, соціального чи культурного характеру для окремих соціальних груп.

Головними соціальними функціями держави виступають: розробка та затвердження правових норм; створення однакових шансів для усіх громадян в отриманні освіти, розвитку особистості, можливостей займатись бізнесом; підтримання ринкових механізмів і захист конкурентного середовища; соціальна підтримка населення; перерозподіл доходів і ресурсів; моніторинг і контроль соціальних ефектів, які виникають при визначенні та реалізації соціальних цілей та пріоритетів різних суб'єктів соціалізації.

Соціальна держава формує новий тип соціальних зв'язків між людьми, що спираються на принципи соціальної справедливості, соціального миру і солідарності. Отже, функції соціальної держави не обмежуються захистом слабких. Вона бере на себе обов'язок підтримки стабільного соціально-економічного становища членів суспільства, соціального миру, соціальної безпеки. Соціальною є держава, яка гарантує всім людям реалізацію їхніх прав і свобод, рівні умови вільного розвитку і розвиток окремої особистості, соціальний захист нужденним, досягнення соціальної і політичної стабільності мирними засобами й в інтересах усіх членів суспільства.

Отже, соціальна відповідальність як специфічна функція держави повинна бути спрямованою на мобілізацію та використання ресурсів для гарантування соціальної безпеки суспільства й узгодження соціально-економічних інтересів суспільства. *Механізм реалізації функції соціальної відповідальності держави зображений на рис. 1* [11, с. 29].

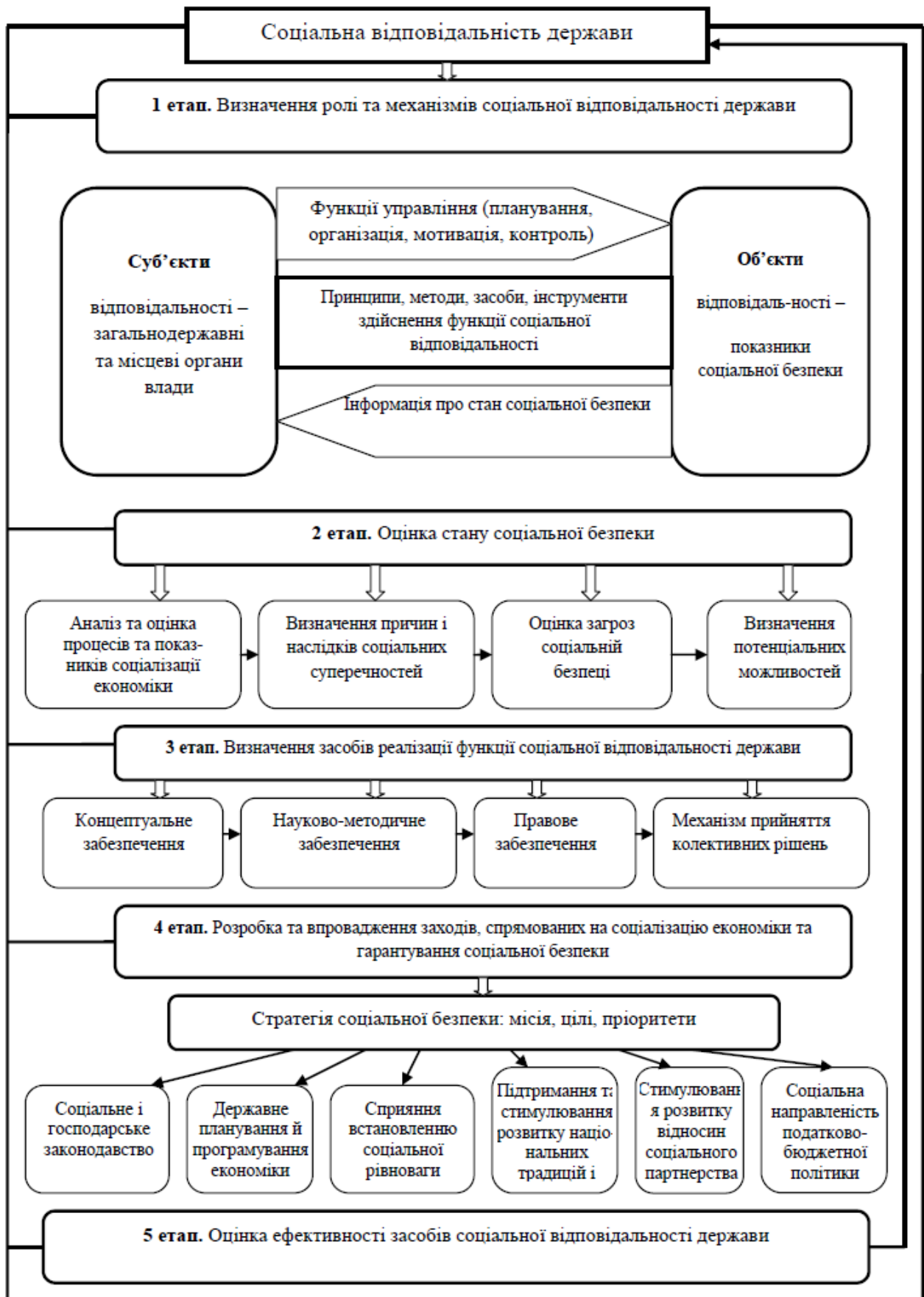


Рис. 2.2. Механізм реалізації функції соціальної відповідальності держави

Він передбачає декілька етапів.

1 етап. Визначення ролі та механізмів впливу держави на процеси соціалізації економіки. Держава, перш за все, здійснює управлінські функції планування, організації, мотивації та контролю щодо дотримання умов соціальної безпеки. Рушійними силами соціальної відповідальності держави виступають суспільні та безпосередньо державні потреби, інтереси та цілі. Держава, вибираючи принципи, методи, засоби, інструменти здійснення функції соціальної відповідальності, орієнтується на зниження соціального ризику й попередження загроз соціальній безпеці. Функції державного управління – планування, організація, мотивація і контроль – включають сукупність заходів соціального спрямування, важливих для підвищення рівня добробуту суспільства, встановлення соціальної рівноваги, гарантування принципів соціальної справедливості, подолання проблеми бідності, безробіття, усунення причин соціальних конфліктів тощо.

У ході становлення ринкових економічних відносин суттєво змінюються і роль, і механізми соціальної відповідальності держави. Особливою характеристикою соціальних функцій сучасного державного менеджменту виступає впровадження ринково орієнтованих механізмів управління суспільним розвитком, зміщення уваги зі структури та процесу управління на його результат. В умовах глобалізації держава змінює свою традиційну роль опікуна та монополіста у наданні публічних послуг на ролі менеджера, медіатора та каталізатора активності недержавних акторів на всіх рівнях, завдяки чому посилюється її спроможність впливати на суспільні процеси для гарантування соціальних цінностей та якості життя. «При цьому акценти зміщуються з розміру бюрократичного апарату та обсягу державного втручання на якість інституційного комплексу, розвиток когерентної взаємодії з агентами недержавного сектора, ефективність виконання покладених на державу завдань та ступінь задоволення потреб населення» [12, с. 10].

Об'єктом управління виступають суспільні відносини та соціальні процеси, які сприяють добробуту суспільства, забезпечують відновлення соціальної рівноваги, гарантують дотримання у суспільстві принципів соціальної справедливості, не допускаючи загрозливого стану диференціації суспільства, соціальних суперечностей і конфліктів. Основними видами соціальної відповідальності, які може нести держава як окремий суб'єкт, є моральна, правова, політична, професійна, громадянська, екологічна відповідальність.

2 етап. Оцінка стану соціальної безпеки, яка передбачає: 1) аналіз системи показників (матеріальний добробут населення; умови проживання населення; соціальне середовище; стан і охорона здоров'я; рівень освіти, правового забезпечення тощо); 2) вивчення причин та наслідків соціальних суперечностей; 3) оцінку загроз соціальній безпеці; 4) визначення потенціальних можливостей її підтримання. Методика оцінки передбачає використання статистичних даних, даних соціологічних опитувань, результатів самооцінки населенням свого становища тощо. Методи стратегічного аналізу (SWOT-, PEST-) дозволяють дати оцінку стану соціальної безпеки, виявити суперечності, узагальнити сильні та слабкі сторони, загрози та можливості підтримання соціальної безпеки.

3 етап. Визначення засобів реалізації функції соціальної відповідальності держави (концептуальне, науково-методичне, правове забезпечення та механізм прийняття колективних рішень).

На цьому етапі формується законодавче та нормативно-правове забезпечення в сфері соціальної безпеки та державного соціального управління. Необхідно розробити принципи та складові стратегії соціальної безпеки, обґрунтувавши такі елементи стратегічного планування як соціальні стандарти, норми та нормативи, критичні порогові значення соціальних показників. Визначаються необхідність та масштаби державного замовлення; розміри державних дотацій, субсидій, обґрунтувати податкові пільги, а також можливості територіальних громад та органів місцевого самоврядування самостійно та відповідально вирішувати питання соціально-економічного розвитку.

Дуже важливо чітко визначити основну концепцію й перспектив соціального розвитку та соціальної відповідальності держави й інших суб'єктів соціалізації. На її основі мають бути розроблені науково-методичні та правові основи реалізації цієї концепції, а також механізми прийняття колективних рішень.

Виходячи з аналізу рушійних сил соціального розвитку та враховуючи багатозначність поняття і процесів соціалізації, необхідно встановити головні *елементи соціальної відповідальності держави*. На наш погляд, до них належать: 1) законодавча діяльність, спрямована на захист прав власності, спостереження за дотриманням контрактних відносин, захист ринкової конкуренції, антимонопольна політика, розробка соціальних стандартів тощо; 2) державне планування й програмування економічних процесів, що із соціального погляду має значення для визначення соціальних пріоритетів економічного розвитку та їхньої реалізації. Такі загальнодержавні заходи стосуються визначення й виробництва суспільних благ, структури й умов зайнятості, обсягів виробництва та споживання різних видів продукції, умов зростання факторних доходів та ін.; 3) формування та використання на соціальні потреби коштів державного бюджету: а) визначення масштабів та механізму стягування різних видів податків, що впливає на розміри використовуваного доходу та стимули до виробничої діяльності; б) розробка механізму формування та використання позабюджетних фондів; в) встановлення обсягів та структури соціальних видатків; г) визначення масштабів і напрямків перерозподілу національного доходу; 4) підтримання громадського порядку, сприяння встановленню соціальної рівноваги та належних умов соціального розвитку регіонів; 5) стимулювання розвитку відносин соціального партнерства, розвитку людського фактора виробництва, соціальної відповідальності бізнесу та громадянського суспільства, формування соціального капіталу; 6) підтримання та стимулювання розвитку національних традицій і звичаїв, відносин солідарності та субсидіарності при розв'язанні соціальних проблем; 7) боротьба з корупцією, захист інтересів представників різних соціальних груп, установлення принципів соціальної справедливості в розподілі, гарантування соціальної безпеки, захист національних інтересів у міжнародних стосунках тощо.

4 етап. Розробка та впровадження заходів, спрямованих на соціалізацію економіки та гарантування соціальної безпеки, в основі яких лежить формування стратегії соціального розвитку (місії, цілей, пріоритетів економічної системи).

Механізм забезпечення соціальної безпеки передбачає існування стратегічного, тактичного та оперативного рівнів її реалізації. Стратегічний рівень полягає в розробці принципів стратегії соціальної безпеки, розробці механізмів розв'язання соціальних суперечностей, принципів встановлення соціальної справедливості та забезпечення соціальної рівноваги. Він характеризується розробкою основ соціального й господарського законодавства, державних програм соціального розвитку, соціальної спрямованості податково-бюджетної політики, підтримання та стимулювання розвитку національних традицій і звичаїв, стимулювання розвитку відносин соціального партнерства тощо.

Тактичний рівень полягає у розробці заходів, важливих для забезпечення й підтримання умов соціальної безпеки. Оперативний пов'язаний з попередженням або ліквідацією наслідків загроз і негативних впливів, відшкодуванні завданих збитків. Цей рівень містить у собі комплекс оперативних заходів забезпечення безпеки соціальної сфери.

При розробці стратегії соціальної безпеки має формуватися механізм її забезпечення як система організаційно-економічних і правових заходів із запобігання соціально-економічним загрозам, який повинен містити такі елементи: об'єктивний і всебічний моніторинг економіки й суспільства з метою виявлення та прогнозування внутрішніх і зовнішніх загроз соціальній сфері; вироблення гранично допустимих значень соціально-економічних показників; діяльність держави щодо виявлення та запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам у соціальній сфері; розвиток соціальної відповідальності бізнесу і громадянського суспільства.

Оскільки соціальна безпека – це відновлювана система відносин, механізм її забезпечення може бути ефективним за умови дотримання таких принципів функціонування системи: комплексність, тобто врахування всіх напрямів і форм прояву відносин, що впливають на стан соціальної безпеки; врахування впливу як внутрішніх взаємозв'язків і взаємозалежностей, так і зовнішніх чинників соціальної безпеки; варіантність стратегій соціально-економічного розвитку; безумовний пріоритет здійснення заходів, спрямованих на збереження здоров'я та життя людини, підтримку нормальних умов її існування; прийнятний ризик, тобто реалізація доступних заходів, спрямованих на захист людини в ринковому середовищі та недопущення подолання граничних ситуацій.

5 етап. Оцінка ефективності засобів соціальної відповідальності держави. Цю оцінку не можна замінювати показниками добробуту й усестороннього розвитку людської особистості. Держава повинна відповідати за гарантії національної безпеки суспільства, забезпечення соціальної рівноваги, відновлення умов існування та збереження національної самобутності, матеріальних і моральних цінностей, культурних традицій, звичаїв тощо – за задоволення потреб суспільства в цілому, за досягнення поставлених цілей. Діяльність держави з виявлення та усунення внутрішніх і зовнішніх загроз для соціальної сфери передбачає: виявлення випадків, коли фактичні або прогнози параметри

економічного розвитку відхиляються від граничних значень соціальної безпеки; розробку комплексних державних заходів щодо виходу країни із зони небезпеки; організацію роботи з реалізації комплексу заходів задля подолання або недопущення виникнення загроз у соціальній сфері; експертизу рішень, що приймаються з фінансових і господарських питань, із позиції соціальної безпеки; організацію системи контролю за виконанням заходів щодо усунення загроз у соціальній сфері [13].

Крім ефективності господарського законодавства та результатів впливу на перерозподіл доходів, міра соціальної відповідальності держави визначається якістю розробки соціальної стратегії суспільства, її спрямованістю на підтримання соціальної рівноваги, на максимальне використання потенційних можливостей суспільства, на перетворення цих можливостей у конкурентні переваги країни на глобальному рівні. Значна роль належить громадянському суспільству. «Виконання соціальних зобов'язань держави потребує: трансформації існуючих міжбюджетних відносин задля фінансового забезпечення делегованих місцевим органам самоврядування соціальних повноважень; долучення суб'єктів громадянського суспільства до прийняття рішень, їх виконання та контролю; сприяння публічно-приватному партнерству на всіх рівнях. Контроль за виконанням розроблених стратегій соціального розвитку має на лежати громадянському суспільству» [14, с. 182].

Державна роль не повинна лише декларуватися. Необхідно удосконалювати засоби її здійснення на основі врахування або усунення тих механізмів організаційної структури сучасного суспільства, які спотворюють зміст задекларованих соціальних пріоритетів. Перш за все, це розробка та реалізація заходів боротьби з корупцією; посилення взаємодії органів державної влади й громадянського суспільства у розв'язанні соціальних проблем; запровадження сучасних стандартів правового регулювання та професійної етики представників державної служби, розмежування їх політичних і адміністративних функцій.

Отже, *соціальна стратегія держави* – це цілісна система дій, спрямованих на забезпечення та підтримання умов соціальної безпеки шляхом об'єднання суспільства навколо ідеї соціального прогресу, розвитку людського капіталу, зростання конкурентоспроможності національної економіки. Сучасні соціальні пріоритети держави в Україні пов'язуються з розв'язанням нагальних соціальних проблем, а засобами їх вирішення виступають: кардинальне реформування системи первинного перерозподілу доходів; трансформація інститутів соціальної підтримки; встановлення та забезпечення соціальних стандартів і державних гарантій; здійснення інвестицій у людський розвиток; забезпечення якості і доступності освіти, медичних послуг; підтримання фінансової спроможності системи обов'язкового соціального страхування; трансформація існуючих міжбюджетних відносин задля фінансового забезпечення делегованих місцевим органам самоврядування соціальних повноважень; регулювання соціально-трудова відносин тощо [14, с. 185-196].

Підкреслюючи важливість визначених кроків, варто все ж зауважити, що вони традиційно ґрунтуються на необхідності розв'язання першочергових соціальних проблем, не маючи при цьому гарантій їх здійснення. Із замкнутого

кола дефіциту ресурсів на розв'язання соціальних проблем необхідно виходити, принципово змінюючи механізми вирішення соціальних проблем, не забуваючи про тісний взаємний зв'язок багатьох чинників, які зумовлюють соціалізаційні процеси та функції соціальної відповідальності різних суб'єктів.

Нова соціальна роль держави в сучасній економіці полягає у реалізації нею таких потреб та інтересів суспільства, які сприяють спрямованості його розвитку на досягнення соціальної справедливості, рівності шансів і можливостей для всіх членів суспільства, врахуванню національної самоідентичності, підтриманню соціальної безпеки, зростанню добробуту, розв'язанню соціальних проблем, пов'язаних із глобалізацією. Акцент має ставитися саме на кінцевому результаті і продуктивності соціальної політики. Сучасна держава має визначати загальнонаціональні пріоритети, відповідати за їх реалізацію й виступати як соціальним інвестором, який розраховує на отримання соціальної вигоди у вигляді підвищення статусу і конкурентоспроможності країни у міжнародних відносинах, поліпшення показників добробуту й гарантування соціальної безпеки, удосконалення якості організаційної структури та організаційної культури суспільства, поліпшення якості соціальних стосунків, нагромадження соціального капіталу.

На даний час державні механізми розв'язання соціальних проблем та перспективи розвитку соціалізованої економіки бачаться у підвищенні ролі держави як суб'єкта соціалізації, який спрямовує зусилля та інвестує кошти в розвиток національної ідеї, яка сприятиме зростанню національної самосвідомості, підтриманню принципів справедливості, гарантуванню соціальної безпеки, збереженню національних традицій тощо.

4. Принципи, інструменти та напрями та державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу, і суспільства

Реформування економіки на ринкових засадах та формування громадянського суспільства в Україні обумовили необхідність трансформації і взаємовідносин, в тому числі, соціальної відповідальності держави, суспільства, громадян та бізнесу.

Функція держави, яка полягає у сприянні становленню сфери бізнесу, виконується неефективно і не забезпечує формування сприятливого організаційного та економічного середовища, що визначає правила функціонування бізнесу. Держава досі не сформувала чітких орієнтирів, визнаних у суспільстві, якими повинен керуватися бізнес, здійснюючи свою діяльність і вступаючи в соціально-економічні відносини з народом і владою.

В результаті, бізнес, суспільство і влада поки-що не здатні спільними зусиллями кардинально поліпшити соціально-економічне становище в країні.

В умовах становлення ринкової економіки в Україні взаємини людини, суспільства, бізнесу і держави потребують удосконалення. Встановлення стратегічного альянсу між державою і бізнесом відкриває нові можливості для розвитку суспільства. Перешкодою для розвитку бізнесу є низька якість підприємницького середовища, що формується державою, особливо в сфері законодавства та фінансово-економічного середовища, бізнесу вкрай важливі

визначені державою основні напрями розвитку промислової політики та економічні, соціальні і технологічні параметри її реалізації. Його цікавлять перспективи реалізації механізмів приватно-державного партнерства та розвитку ринку знань в інноваційній сфері, взаємодії з державою в реалізації спільних проектів в наукомістких галузях, а також спільного управління конкурентоспроможністю наукомісткої продукції. Причина існування цих проблем полягає у відсутності дієвих інструментів цілеспрямованого впливу на об'єкти управління, здатних змінити ситуацію в потрібному напрямі.

Без відповідного іміджу соціально відповідальної поведінки важко отримати взаємовигідні інвестиції і вибудувувати довгострокову політику співпраці, як на рівні галузі, так і в системі взаємодії «державна – бізнес – суспільство». Благополуччя всередині країни, конкурентоспроможність держави стали прямо залежати від масштабу корпоративної соціальної відповідальності, систему якої належить створити на базі взаємодії бізнесу і влади та спробувати на практиці.

Тенденція розвитку бізнесу пов'язана з тим, що в його діяльності економічна результативність пов'язується з соціальною практикою, його співучастю в суспільно значущих проектах. Це обумовлює зміну характеру взаємовідносин між бізнес-структурами, державою і суспільством: по-перше, соціальна діяльність бізнесу сприяє зняттю напруженості у взаєминах, формуванню більшої довіри до нього з боку держави і суспільства; по-друге, вона створює передумови для підвищення якості життя людей, що формує потенціал для зниження конфліктності у суспільстві.

Внесок бізнес-структур у вирішення соціальних проблем суспільства повинен здійснюватися не тільки у вигляді спонсорської чи благодійної допомоги, спрямованої на покращення іміджу компанії, а у вигляді цілісних, системних корпоративних соціальних програм.

Ці програми передбачають взаємодію бізнесу як з державою в цілому, так і з місцевими громадами та обов'язкову участь бізнесу у прийнятті рішень та їх реалізації, як на рівні окремих соціальних програм, так і на рівні національних проектів [15, с. 102].

Узгодження інтересів і об'єднання зусиль усіх сторін у цій сфері здійснюється через регулювання, яке народжується в результаті складного консенсусу держави, бізнесу і суспільства, необхідного для забезпечення підвищення якості життя громадян. Органи влади повинні активно працювати у визначенні стратегій стосовно бізнесу та громадян. Вони мають великий набір засобів для досягнення цілей їхньої політики – законодавчі, економічні інструменти, інформація, освітні програми, ініціативи добровольців, соціальні стандарти тощо. Кожен з них передбачає взаємодію влади, бізнесу і суспільства на різних рівнях і кожен має свої переваги і недоліки. Необхідно отримувати вигоду від комплексного використання всіх цих інструментів і знайти правильне співвідношення засобів і визначених цілей.

Механізм взаємодії людини, держави, бізнесу й суспільства базується на оптимальному використанні таких системних принципів:

1) досягненні консенсусності інтересів влади, бізнесу й суспільства під час суспільної дискусії з ідентифікації основних напрямів економічної й соціальної стратегії держави;

2) інституціоналізації взаємовідносин підприємницьких структур, суспільства й органів влади через зміцнення ролі інститутів громадських рад, саморегулюючих організацій підприємців, реалізацію соціальних і добродійних програм;

3) участі бюджетоутворюючих і крупних фірм у соціально-економічному житті місцевої громади через інститут державно-приватного партнерства та інші моделі партнерства;

4) транспарентності відносин держави й бізнесу;

5) демократизації процесів ухвалення стратегічних рішень;

6) диверсифікації соціальної відповідальності бізнесу і влади [16-18].

Вирішення проблеми взаємодії суспільства, бізнесу та держави потребує визначення чітких правил їх партнерства, враховуючи інтереси зацікавлених сторін. Цивілізований розвиток суспільства передбачає необхідність визначення довгострокової і відповідальної державної політики у взаєминах влади, бізнесу і суспільства. Основи такої співпраці закладено у Законі України «Про державно-приватне партнерство» та в Указі Президента України «Про заходи щодо визначення і реалізації проектів із пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку» [19-20].

Державна політика із формування соціально відповідальної поведінки проявляється, зокрема, у таких відносинах: 1) соціальна відповідальність у державному адмініструванні; 2) соціальна відповідальність у державно-приватних відносинах; 3) соціальна відповідальність у державно-громадянських відносинах, якій й утворюють сферу соціальної відповідальності

На рис. 2.3 відображено взаємозв'язок та взаємодія між державою, бізнесом та громадянським суспільством у контексті моделі сталого розвитку [21, с. 189].

Тісний зв'язок між корпоративною соціальною відповідальністю та впливом зацікавлених сторін свідчить про те, що корпоративна соціальна відповідальність не носить саморегуляторний характер, оскільки передбачає дотримання спеціально розроблених регуляторних норм, здійснення системного моніторингу діяльності та впровадження правил бізнесом. Це залишає обмаль можливостей як для суспільства так й для державного впливу на підприємства (фірми, компанії) щодо формування соціально відповідальної поведінки.

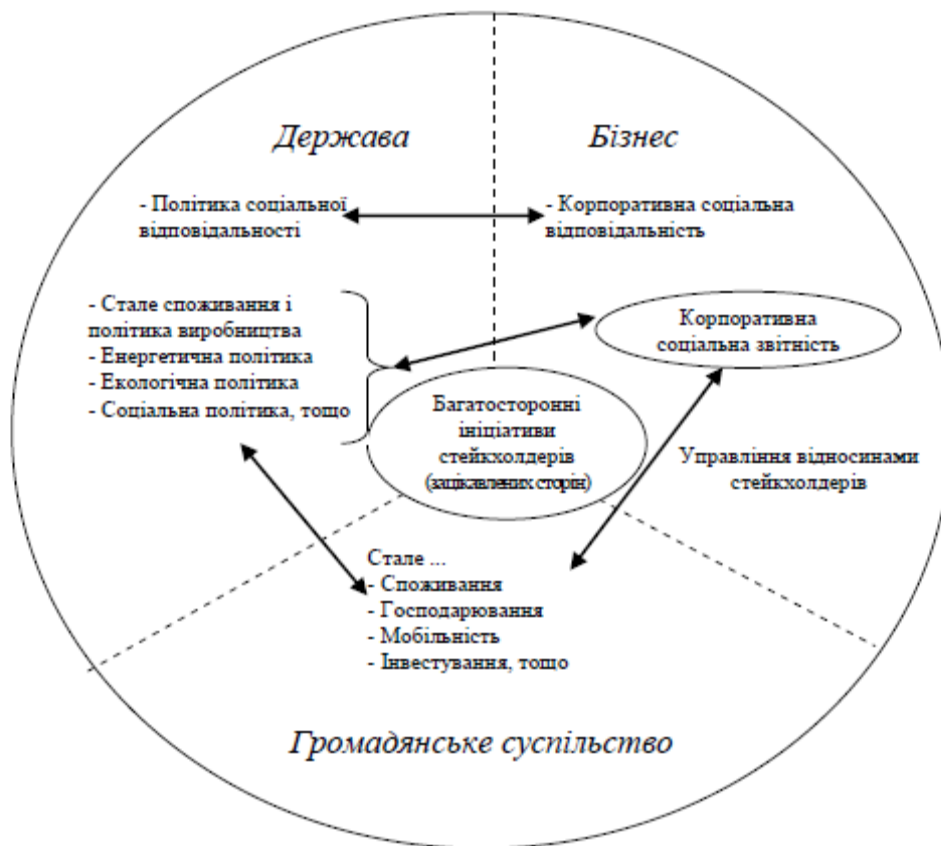


Рис. 2.3. Взаємозв'язок та взаємодія між державою, бізнесом та громадянським суспільством у контексті моделі сталого розвитку

Державна політика з формування соціально відповідальної поведінки передбачає використання широкий набір інструментів, який складається з інформаційних, економічних і правових інструментів:

– інформаційні інструменти («sermons»), які засновані на ресурсі знань та обґрунтуванням яких є переконання. Ці інструменти, як правило, обмежується параметрами освіченості населення і можливими наслідками. До цих інструментів належать конференції, тренінги або web-сайти;

– економічні інструменти («carrots»), які засновані на фінансових ресурсах та фіскальних заходах й обґрунтуванням яких є вплив на поведінку фінансових стимулів і ринкових сил. До цих інструментів належать податки, податкові пільги, субсидії і економічні вигоди.

– правові інструменти («sticks»), які визначають засоби та шляхи використання законодавчої, виконавчої та судової влади й обґрунтуванням яких виступають державна ієрархія і влада. До цих інструментів належать законодавчі та нормативно-правові документи, інструкції тощо.

Три види інструментів є базовими державними інструментами. Однак, при проведенні державної політики із формування соціально відповідальної поведінки виникає необхідність використання ще й похідних інструментів:

– партнерство («ties») як інструмент дає змогу побудувати мережу із різних суб'єктів, зацікавлених у спільній роботі для досягнення спільних цілей. Враховуючи добровільний характер корпоративної соціальної відповідальності,

той політика із формування соціально відповідальної поведінки широко використовує механізм державно-приватного партнерства, через укладання угод та проведення форумів;

– змішані інструменти («adhesives»), сутність яких полягає в організаційному забезпеченні процесу реалізації численних державних ініціатив із формування соціально відповідальної поведінки. До цих інструментів належать центри, платформи, контактні центри та програми зі соціальної відповідальності.

Можна узагальнити процес застосування інструментів із формування соціально відповідальної поведінки: держава здійснює управління у сфері соціальної відповідальності шляхом запровадження інформаційних, економічних та правових інструментів через механізм партнерства, що дає змогу досягти синергетичного ефекту.

Слід зазначити, що аналіз державної політики підтримки соціальної відповідальності бізнесу в різних країнах показав, що є відмінності по місії, стратегії, цілям, пріоритетам і механізмам реалізації (структурам державних установ, зайнятих реалізацією соціально відповідального поводження бізнесу, центрам відповідальності (на рівні центральної влади, регіонів, місцевих влади), зайнятим суспільним інститутам (табл. 2.2).

. Таблиця 2.2.

Моделі державних політик по реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європейському Союзі [22, с. 328]

Модель	Характеристика	Країни
Партнерська	Стратегія партнерства, що розділяється всіма секторами у відповідь на соціальні проблеми, у т.ч. в галузі зайнятості	Данія, Фінляндія, Нідерланди, Швеція
Бізнес у суспільстві	Політика м'якого втручання з метою стимулювати компанії до участі в рішенні державних проблем (підприємництво й добровільні послуги)	Ірландія, Великобританія
Стійкість та громадянство	Удосконалена версія існуючого соціального договору з акцентом на стратегію стійкого розвитку	Германія, Австрія, Бельгія, Люксембург, Франція
Агога (місце зборів)	З метою досягнення суспільного консенсусу по системі суспільної безпеки, створення для обговорення груп, які відображають інтереси основних учасників діалогу.	Італія, Іспанія, Греція, Португалія.

Таким чином, кожна держава бере участь у стимулюванні соціально відповідального поводження компаній виходячи з національних традицій, рівня розвитку інститутів, а також балансу сил учасників міжсекторного діалогу, що беруть участь у реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Державна політика із формування соціально відповідальної поведінки повинна реалізуватись за чотирма напрямками:

1) підвищення інформованості та формування потенціалу в сфері соціальної відповідальності. Враховуючи добровільний характер корпоративної соціальної відповідальності, корпоративна управлінська діяльність залежать від як соціальні

та екологічні проблеми сприймаються компанією та зацікавленими сторонами (стейкхолдерами);

2) підвищення відкритості та прозорості. Достовірна інформація щодо економічної, соціальної та екологічної корпоративної діяльності є необхідною вимогою із корпоративної соціальної відповідальності для інвесторів, співробітників, постачальників, клієнтів та державних органів влади – регуляторів. Держава може відігравати провідну роль у підвищенні якості та поширенні відповідних звітів із корпоративної соціальної відповідальності;

3) сприяння соціально відповідальним інвестиціям. Розглядаючи економічні, соціальні, екологічні та / або інші етичні критерії при прийнятті інвестиційних рішень, соціально відповідальні інвестиції поєднують інтереси стейкхолдерів (зацікавлених сторін) з інтересами акціонерів;

4) вивчення досвіду («walk the talk») із впровадження інструментів соціальної відповідальності у сферах: державних закупівлях, здійсненні соціально відповідальних інвестицій та впровадженні систем управління із соціальної відповідальності.

За дослідженими інструментами та напрямками здійснення державної політики із формування соціально відповідальної політики була сформована матриця «Напрями та інструменти державної політики із формування соціально відповідальної політики» (табл.2.3) [21]. Дана матриця містить приклади державної політики із формування соціально відповідальної політики країн Європейського союзу.

Існують певні **проблеми, які потребують вирішення у зв'язку з тим, що вони перешкоджають підвищенню результативності виконання державою, бізнесом, громадянами своїх повноважень та обов'язків**, зокрема:

– соціальної відповідальності влади (на центральному та місцевому рівнях) перед громадянами, для яких вона виступає в якості найбільшого в країні роботодавця (незважаючи на те, метою що «бізнесової діяльності» в бюджетній та муніципальній сферах не завжди є прибуток);

– соціальної відповідальності влади (на центральному та місцевому рівнях) перед бізнесом з точки зору визначення чітких «правил гри» в сфері соціальної відповідальності для кожного виду бізнесової діяльності;

– форм та обсягів соціальної відповідальності бізнесу (без урахування благодійності, яка здійснюється у вигляді «політичного» (перед черговими, або позачерговими виборами) або «примусового» (за наполяганням органів влади, або тиском громадських та політичних організацій чи фізичних осіб) хабара) не залежно від форм здійснення бізнесової діяльності та розмірів бізнесу;

– соціальної відповідальності громадян перед бізнесом («ми в одному човні та в нас спільна мета») та перед владою («ми законослухняні та відповідальні»);

– механізмів контролю виконання кожною стороною своєї частки соціальної відповідальності та порядку його здійснення;

– критеріїв оцінювання рівня соціальної відповідальності та наслідків для кожної зі сторін за умови не дотримання встановлених меж відповідальності [23, с. 157].

Таблиця 2.3.

Напрями та інструменти державної політики із формування соціально відповідальної поведінки

Інструменти	Напрямки			
	1. Підвищення інформованості та формування потенціалу в сфері соціальної відповідальності (СВ)	2. Підвищення відкритості та прозорості	3. Сприяння соціально відповідальним інвестиціям (СВІ)	4. Вивчення досвіду із впровадження інструментів: – у державних закупівлях; – застосування СВІ; – управління із
Правові	– Законодавчі / конституційні акти, які визначають зобов'язання в сфері сталого розвитку і / або СВ.	– Нормативно-правові акти щодо звітності з СВ; – Нормативно-правові акти щодо розкриття інформації для	– Нормативно-правові акти, що забороняють певні інвестиції; – Нормативно-правові акти щодо СВІ у	– Закони, що дозволяють сталі / «зелені» державні закупівлі; – Закони щодо СВІ в державних фондах (державному бюджеті).
Економічні	– Субсидії / гранти / експортні кредити, пов'язані з діяльністю СВ; – Податкові пільги для корпоративної благодійності	– Відзнаки для звітів з СВ.	– Податкові стимули для вкладників та інвесторів; – Субсидії.	Більшість ініціатив у цій сфері створює економічні стимули для СВ.
Інформаційні	– Дослідницька діяльність та освіта (конференції, семінари, тренінги); – Інформаційні ресурси (брошури, веб-сайти та дослідницькі звіти); – Інструкції та етичні кодекси.	– Інструкції зі звітування щодо СВ; – Інформація щодо звітності з СВ.	– Інформація щодо СВІ (брошури і веб-сайти); – Інструкції та стандарти з СВІ.	– Надання інформації щодо СВІ або сталих державних закупівель державним органам (інструкції, брошури та веб-сайти); – Публікація звітів з соціальної відповідальності
Партнерство	– Партнерство і співробітництво (стратегічне або благодійне); – Волонтерські	– Контактні центри з СВ; – Форум стейкхолдерів.	– Партнерство і співробітництво щодо СВІ.	Мережа державних закупівельних організацій.
Змішані	– Центри, платформи, контактні центри та програми з СВ (інформаційні інструменти та партнерство)	– Товарні марки або бренди (інформаційні та економічні інструменти)	– Пенсійні фонди, які залучають та сприяють СВІ (партнерство, інформаційні та економічні інструменти).	– Оперативні плани щодо сталих (SPP) / «зелених» (GPP) державних закупівлях; – Оперативні плани з СВ та інші документи (за ініціативи стейкхолдерів, у тому числі (співрозвиток управління або стандартів звітності (EMAS, ISO 26000, GRI) (партнерство, інформаційні та / або економічні інструменти); – Відзнаки з СВ та опублікування «чорних» списків
	– Координація політики із СВ (державних стратегій і оперативних планів).			

У теперішній час в передових країнах світу держава активно спрямовує свої зусилля на з'ясування пріоритетів розвитку економіки та внутрішньої політики у напрямі підвищення соціальних інвестицій та покращення умов розвитку людського потенціалу. Проте реалії України такі, що соціальна сфера розглядається, як певний резерв для економії державного бюджету, а кошти виділені у даному напрямку перенаправляються в інші сфери [24, с. 129]

Основна частина соціальних інвестицій з боку держави в своїй основі несе формальний характер та не має на меті покращення соціального клімату в країні. Для забезпечення відновлення людського потенціалу потрібна реалізація заходів, що здатні забезпечити розвиток людини на всіх етапах життєвого циклу. А також створення максимально сприятливих умов розвитку підприємств та прояву їх ініціативи у напрямі соціальної відповідальності. Така позиція уряду дасть можливість розвиватися приватним фірмам, покращить їх інвестиційну привабливість.

Відбуваються зміни традиційних ролей держави та бізнесу, що пояснюється поступовими трансформаціями у формах власності підприємств. Разом з цим простежується взаємопроникнення функцій держави та бізнесу. Великі компанії є новим центром влади, від якого суспільство очікує такого виконання соціальних функцій, яке можна було б порівняти з обсягом його ресурсів [25, с. 25].

Однією з вагомих причин необхідності активізації соціальної відповідальності підприємств є те, що потужні організації за розмахом своєї діяльності мають не менш вагомий вплив на суспільство, ніж держава, а відповідно до цього стають практично рівноправними партнерами соціального розвитку. Від успіху взаємодії та об'єднання зусиль організації із місцевими органами влади, щодо підвищення та стабілізації соціального розвитку, буде залежати формування більш вищого рівня соціального прошарку населення, а відповідно з цим зросте платоспроможність покупців.

Соціальна відповідальність бізнесу у деяких випадках розглядається підприємствами, як відповідь на тиск держави, що здатна спричинити негативні наслідки у їх діяльності. Відповідно з цим соціальна відповідальність може бути представлена у вигляді спроби зменшити негативні прояви зовнішніх факторів на господарську діяльність та «відбілювання» репутації компанії.

За експертними оцінками Україну відносять до десяти лідируючих країн по рейтингу найскладніших податкових систем. Згідно наведених даних Світовим Банком, податковий тиск в Україні наблизився до позначки 55,9%. Натомість для порівняння у країнах Східної Європи та Центральної Азії податкове навантаження коливається на позначці 38,7%, а у високорозвинутих країнах на рівні 41,3%. Більш детально податкове навантаження наведено в табл. 2.4.

У випадку відмови підприємств взяти частину відповідальності на себе, за вирішення певного кола зростаючих проблем у соціальному житті суспільстві, реакцією держави може бути пошук додаткових надходжень коштів через підвищення ставок оподаткування.

Таблиця 2.4.

Резюме податкових ставок та адміністративного тягаря в Україні [25]

Показники	Україна	Східна Європа та Центральна Азія	такорозвинуті країни
Кількість платежів на рік	28	26	12
Час, годин на рік	390	246	175
Податок на прибуток, %	11,2	9,0	16,1
Податки та внески, %	43,1	22,6	23,1
Інші податки, %	0,7	7,0	2,0
Загальна податкова ставка, % від прибутку	55,9	38,7	41,3

В даному ракурсі можна розглядати впровадження соціальної відповідальності підприємств, як добровільне оподаткування на користь потенційних споживачів. При тому виділені ресурси отримують цільове направлення, а отже підприємство може бути впевненим у достовірності використання своїх коштів. Другим позитивним моментом є відсутність необхідності проходження бюрократичної тяганини, а отже ефект від соціальної діяльності наступить значно скоріше.

Ретроспективне сприйняття відповідальності спрямоване на уникнення санкцій за невірну поведінку. При цьому достатнім вважається «нормальна» поведінка, яка не допускає порушень законодавства. Але передбачаючи зміни та ускладнення соціально-економічних відносин у майбутньому, така стратегія діяльності не гарантує уникнення негативних наслідків у майбутньому. Таким чином, фірма яка планує свою діяльність на далеку перспективу, вимушена відслідковувати та передбачати можливі негативні ефекти поведінки, яка на даний момент вважається стандартною або оптимальною. При цьому підприємству необхідно чітко дотримуватися визначеної стратегії, а цілі, які переслідуються, повинні бути досяжними. Стратегія соціальної досяжності повинна спрямовуватися на вирішення тих проблем, де активність підприємства буде найбільш ефектною [25 с. 30].

На думку О. Грішної дотримання бізнесом встановлених правил, закріплених в межах національного господарства, 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 підприємця про своїх працівників, споживачів, територіальну громаду й довкілля понад встановлені законами норми, на думку О. Грішної, 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 орієнтиром соціальної відповідальності в контексті мети не просто здобути позитивний імідж, а покращити своєю діяльністю життя суспільства [27 с. 45].

Як видно з рис. 2.3 найвагомішою проблемою є обмежений доступ до фінансів, що посідає перше місце та складає 16,7% від загального обсягу. Проте вдале впровадження соціальної відповідальності дає можливість подолати або зменшити прояв таких факторів як: негативний вплив державної бюрократії, злочинність і крадіжки, низький рівень охорони здоров'я, погана професійна етика працівників, корупція, розмір податків, нерозвинена інфраструктура та недостатня освіченість працівників. В сукупності названі проблемні фактори ведення бізнесу становлять 44,5% від їхньої загальної кількості.

З сторони держави є важливим донести соціальну відповідальність до підприємцям із позиції частини підприємницької діяльності, що направлені на соціальні інвестиції. Такі інвестиції виступають не витратами, а стратегічним кроком у веденні бізнесу націленого на стійкий розвиток компанії у довгостроковому періоді. Важливим є розуміння того, що у довгострокових перспективах такі інвестиції здатні принести суттєвий прибуток своїм інвесторам. Соціальними інвестиціями можуть бути, як різноманітні ресурси компанії, так і її фінанси, що спрямовані на подолання соціальних труднощів внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін.



Рис 2.3. Найбільш проблемні фактори ведення бізнесу в Україні за 2013 – 2014 р у % [28]

При всьому бажанні бізнесу проявляти себе у соціальній відповідальності спостерігається їх обмеженість у створенні робочих місць, наявних матеріальних цінностей та вимушеній адаптації до тиску зовнішнього середовища. Соціальна відповідальність проявляється через усвідомлення необхідності надання суспільству благ отриманих при використанні, як природних так і людських ресурсів.

Специфіка Української держави, а також сучасна економічна нестабільність породжують цілий комплекс явищ, які негативно впливають на реалізацію соціальної відповідальності:

– на сьогоднішній день підсилюються наслідки нещодавньої соціально-економічної кризи новими зовнішніми агресивними факторами направленими на дестабілізацію нашої держави;

– значний розрив між багатими та бідними в країні, та практична відсутність середнього прошарку населення;

– переслідування виключно мети власного збагачення керівниками підприємств у короткостроковому періоді без перспективних поглядів у майбутнє;

– різні погляди на впровадження соціальної відповідальності керівників підприємств та чиновників та переслідування ними різних інтересів;

– процвітання «тіньової» економіки в Україні.

Згадані вище специфічні особливості нашої держави засвідчують про проблемність розвитку та складність партнерських відносин між державою, бізнесом та суспільством. Це нашо вхує на пошук оптимальної специфічної моделі соціальної відповідальності в Україні.

Однак спостерігається прямий інтерес у стимулюванні соціальної відповідальності бізнесу, що не завжди добре відображається на веденні самого бізнесу, так як окупність від таких соціальних інвестицій передбачається виключно у довгостроковому періоді.

Отже, на етапі формування та становлення соціальної відповідальності ще не склались стійкі причинно-наслідкові зв'язки між факторами, причинами і мотивами розвитку соціальної відповідальності як у суспільстві в цілому, так і диференційовано по окремих його суб'єктах. Будь-які пропозиції є цінними, коли вони мають адресний та конструктивний характер. Щодо соціальної відповідальності це зробити нелегко, бо вона ще не стала цільовим орієнтиром життя та діяльності ні людини, ні суспільства, ні представників бізнесу, ні представників державного управління. Але за наявності діагностики стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні, які базуються на узагальненні результатів експертного опитування, наукових напрацюваннях вітчизняних та зарубіжних фахівців, а також на оцінці діяльності у сфері соціальної відповідальності бізнесу, визначено адресатів реалізації соціальної політики та їх обов'язки, які забезпечать становлення й розвиток соціальної відповідальності в Україні взагалі та конкретно щодо людини, суспільства, бізнесу і держави. Ці пропозиції окреслюють лише мінімальний перелік завдань для різних органів та структур управління, які доцільно розширити, поглибити та конкретизувати до компетенції обов'язків і повноважень. Однак це буде підставою ініціювання та активізації діяльності щодо становлення та розвитку соціальної відповідальності в Україні як дієвого інструменту забезпечення ефективності соціальної політики.

Як відомо, для того, щоб виконувати свої політичні й економічні функції, спрямовані на задоволення суспільних інтересів, держава має бути сильною. Тільки тоді вона буде володіти реальними можливостями ставити бізнес у режим

соціально-відповідальної діяльності. Українські ж реалії свідчать про слабкість держави, оскільки наприкінці 90-х рр. ХХ ст. процес розбудови економічної моделі в Україні завершився формуванням її сімейно-кланового варіанта і системи олігархічної влади, яка фактично взяла на себе функції державного управління. На сьогодні, як відзначають багато вітчизняних дослідників і міжнародних експертів, інтереси української олігархії дуже глибоко інтегровано в процес прийняття політичних рішень. Національна економіка перетворилася на своєрідне акціонерне товариство, у якому свої інтереси можуть лобіювати тільки «великі акціонери» – кілька фінансово-промислових груп, для яких соціальна відповідальність не є пріоритетною метою [29, с. 267].

Поряд із зростанням політичного та економічного потенціалу вітчизняних ФПГ, збільшується їх автономність, незалежність від суспільства, а отже, й неможливість професійної репрезентації суспільних інтересів. Як наслідок, з'являється залежне судочинство, корумповані податкові служби, міліція, а також монополія на ідеологію через майже на 100 % приватні ЗМІ. Останні за відсутності дієвої загальнодержавної ідеології пропагують аморальні й асоціальні цінності, стандарти демонстративного споживання і, тим самим, намагаються сприяти духовно-культурному схваленню появи й розвитку олігархії.

Громадянське суспільство в Україні сьогодні є силою, яка вступає у протидію з владою і не бачить в ній партнера. Як наслідок, середовище, в якому поширюється цинічне ставлення до влади та відбувається систематичне порушення закону у ході «боротьби за справедливість», не сприяє гармонізації інтересів суспільства. У ситуації, коли громадяни, як правило, вважають всю владу і бізнес корумпованими, багато людей скептично сприймає ідею, що громадянське суспільство може стати тим простором, де люди, об'єднані спільною ідеєю, можуть переслідувати суспільний інтерес.

Відтак, багато у чому ефективність взаємодії людини, держави, бізнесу та громадянського суспільства в Україні у вирішенні соціальних проблем залежить від якості подальших інституційних змін, від здатності суспільства сформувати внутрішні ціннісні орієнтації діяльності широкого загалу суспільства, зміну способів суспільного та індивідуального мислення та поведінки. Такі реформи повинні, в першу чергу, спрямовуватися на підвищення якості освіти й виховання в людині потреби в саморозвитку та постійному підвищенні культурного та інтелектуального рівнів, ідеологічно налаштовувати на соціальну взаємодію і добровільну згуртованість навколо соціальних цілей.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте передумови формування та особливості соціальної відповідальності людини.
2. Назвіть ступені і види соціальної відповідальності особистості.
3. Дайте визначення поняттю громадянського суспільства, які принципи і умови його існування Ви знаєте?
4. Назвіть основні проблеми громадянського суспільства в Україні.
5. Окресліть можливості розвитку громадянського суспільства в Україні.
6. Які соціальні функції держави Ви знаєте?

7. Охарактеризуйте механізм реалізації функції соціальної відповідальності держави
8. Як Ви розумієте поняття соціальна стратегія держави?
9. Розкрийте основні системні принципи механізму взаємодії людини, держави, бізнесу й суспільства.
10. Які моделі державних політик по реалізації соціальної відповідальності бізнесу сформувались в Європейському Союзі?
11. Наведіть і проаналізуйте склад інструментів і напрямів державної політики із формування соціально відповідальної поведінки
12. Які головні проблем потребують вирішення у зв'язку з тим, що вони перешкоджають підвищенню результативності виконання державою, бізнесом, громадянами своїх повноважень та обов'язків?
13. Чим обумовлена необхідність активізації соціальної відповідальності бізнес-структур?
14. Охарактеризуйте тенденції, які негативно впливають на реалізацію соціальної відповідальності в Україні.

Список використаних джерел :

1. Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади / А. Колот // Україна: аспекти праці. - 2011. - № 3. - С. 3-9.
2. Аристотель.
3. Кессиди Ф.Х. От мифа к логосу. М., 1972.
4. Петти У. Экономические и статистические работы / У. Петти. — М., 1940. — С. 57
5. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. дора екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2010. — С. 192
6. Гоббс Т. Избранные произведения: В 2-х т. – М., 1989. – Т. 1. – С. 280.]
7. Гегель Г. В. Ф. Работы разных лет: В 2-х т. – М., 1971. –Т. 2. – С. 51.]
8. Резнік О. Особистість і громадянське суспільство: досвід теоретичного осмислення // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. 0 № 3. – С. 68-79.
9. Політологія. Друге видання, перероблене та доповнене" за науковою редакцією А. Колодій, К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003
10. Правові умови розвитку громадянського суспільства в Україні. Що потрібно зробити? / М. В. Лациба, А. О. Красносільська [та ін.]; Укр. незалеж. центр політ. дослідж. – К.: Агентство «Україна», 2011. – 132 с.
11. Галушка З.І. Соціальна роль держави у сучасній економіці / З. І. Галушка // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 27-35
12. Радзівський І.А. Трансформація системних характеристик державного управління в умовах глобалізації : автореф. дис. канд. наук з держ. управління: 25.00.01 / І.А. Радзівський. – К., 2007. – 18 с.
13. Соловійов В. Критицизм нового державного менеджменту / В. Соловійов / Віче : Теоретичний і громадсько-політичний журнал. – 2010. – № 15. – С. 50–53.
14. Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с.
15. Пасхавер О. Й. Великий український капітал: взаємовідносини з владою і суспільством / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агеєва // Центр економічного розвитку. – К. : Дух і літера, 2007– 130 с.

16. Варнавский В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. – М. : Наука, 2005. – 178 с.
17. Санникова Т. Public-private partnership [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.opes.ru/comment_doc.asp?d_no=46833.
18. Якунин В. И. Партнерство в механизме государственного управления / В. И. Якунин // Социологические исследования. – 2007. – № 2. С. 24-32.
19. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1.07.2010 р. № 2404/2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua>.
20. Про заходи щодо визначення і реалізації проектів із пріоритетних напрямів соціально-економічного та культурного розвитку: Указ Президента України від 8.09.2010 р. № 895/2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
21. Кузьмін О. Інструменти державної політики із формування соціально відповідальної поведінки в контексті моделі сталого розвитку / О. Кузьмін, О. Пирог // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 – С. 189-197.
22. Цибульська Є.І. Взаємодія держави та бізнесу в реалізації соціальної відповідальності: світовий досвід / Є. І. Цибульська // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 – С. 322-328.
23. Мороз О.С. Узгодження соціальної відповідальності влади, бізнесу, громадян / О.С. Мороз // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1. - С. 152- 158
24. Ковч В.В. Вплив держави на формування соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах економічної нестабільності / В.В. Ковч // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2. - С. 129-134.
25. Петрушенко Ю.Н. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності / Ю.Н. Петрушенко, О.В. Дудкін. / Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – Выпуск 37-3. 2009. – С. 25-30.
26. Doing Business 2014 Economy Profile: Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/~media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/UKR.pdf>.
27. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова/ Демографія та соціальна економіка, ф1 (19), 2011. – С. 39-41.
28. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013-2014 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>.
29. Пилипенко Ю.І. Взаємодія влади і бізнесу у виконанні соціальних функцій / Ю.І. Пилипенко, Г.М. // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2. - С. 267-271

ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

- 1. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес–стратегія: еволюція концепції, поняття, моделі**
- 2. Система управління корпоративної соціальної відповідальності**
- 3. Політика управління корпоративною соціальною відповідальністю та внутрішній контроль за її реалізацією.**
- 4. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні**

1. Соціальна відповідальність корпорації як бізнес–стратегія: еволюція концепції, поняття, моделі

У сучасних економічних умовах компанії починають розуміти, що найкращий спосіб забезпечити свій сталий розвиток - це забезпечення розвитку довкілля (громадських інститутів). До того ж, усе більш очевидним стає той факт, що підприємствам в умовах жорсткої конкуренції і обмежених ресурсів необхідно шукати нові стратегії підвищення своєї ефективності. Серед основних причин, що спонукають компанії приділяти особливу увагу питанням соціальної відповідальності слід відмітити такі: глобалізація та пов'язане з нею загострення конкуренції; зростаючі розміри та вплив компаній; посилення механізмів державного регулювання; «війна за талант» - конкуренція компаній за персонал; підвищення громадянської активності; зростаюча роль нематеріальних активів (репутація, бренд).

Тому соціальна відповідальність для підприємств - це раціоналізм у створенні найкращих умов для розвитку власного бізнесу і правильна ефективна організація роботи компанії, спосіб покращити результати роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах.

Відповідно, корпоративна соціальна відповідальність набуває сьогодні ознак найбільш перспективної бізнес-стратегії і стає одним із пріоритетів реорганізації діяльності компаній, відображає рівень партнерства між останніми, урядовими структурами та громадянським суспільством щодо вирішення соціальних та економічних проблем, прискорення розвитку суспільства.

Слід зазначити, що концепція соціальної відповідальності зародилась наприкінці ХІХ - на початку ХХ ст. серед американських інженерів, набула популярності у 1950-ті рр. та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими. Аж до того, як в останні десятиріччя вона стала частиною щоденного словника, особливо у Північній Америці та Західній Європі.

Еволюція у часі й історія соціальної відповідальності бізнесу – це, передусім, історія концепцій щодо неї:

- концепція економічної відповідальності – спочатку соціальну відповідальність бізнесу розуміли як економічну відповідальність фірми за здійснення ділових операцій та підтримування рентабельності, у той час, коли

знаменита "невидима рука" ринку автоматично перетворює особисті інтереси у спільні;

- концепція базової бізнес-стратегії – передбачає, що бізнес не може процвітати, якщо суспільство, в якому він ведеться, функціонує невдало; корпоративна відповідальність стосується заходів, які здійснюють підприємства для підтримання та розширення цього симбіотичного взаємозв'язку;

- концепція обов'язків – корпорація повинна виконувати наступні обов'язки: економічний (заробляти достатній прибуток на власний акціонерний капітал для задоволення акціонерів, надавати продукцію, що варта сплачених за неї грошей, для задоволення покупців, створювати нові робочі місця та нові матеріальні цінності для свого бізнесу, заохочувати інновації); правовий (дотримуватися закону); етичний (бути моральною, чесною, справедливою, поважати права людей, уникати шкоди чи соціально кривди, запобігати завданню шкоди іншими); філантропічний (вести корисну діяльність для суспільства);

- концепція «стейкхолдерів» – висвітлює наявність у організації корпоративної свідомості, яка передбачає постійне розуміння керівництвом відповідальності даної установи по відношенню до громадянського суспільства;

- концепція корпоративної підзвітності – підкреслює, що компанії у певний спосіб несуть відповідальність за наслідки своїх дій і повинні ставати більш підзвітними перед суспільством;

- добровільна концепція – зобов'язання фірми на добровільній основі прагнути досягнення довгострокових цілей, які є корисними для суспільства;

- концепція проактивності – передбачає «проактивний» (стратегічний) підхід до ведення ділової діяльності, який систематично розширює можливості врядування задля сталого розвитку.

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Аннан звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи – Глобального договору – в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля. Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору у співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки

Єдиного визначення соціальної відповідальності бізнесу немає і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми.

За визначенням авторів [1, 2, 3], **відповідальний бізнес** - це ведення бізнесу з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство. Це довгострокова стратегія компанії та стиль її ділової активності, побудовані на значущостях, які збігаються з корпоративною місією фірми. За версією Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, **відповідальний бізнес** - це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно

покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства в цілому.

За визначенням Європейської Комісії ("Зелена книга з корпоративної соціальної відповідальності", 2001 р.), **корпоративна соціальна відповідальність** – це «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі» (надзвичайно важливе значення за концепцією «потрійного критерію», тобто розширення звітності організацій доданням соціальних і екологічних аспектів до фінансових показників діяльності).

Цікавим є визначення В.Я. Нусінова, за яким **соціальна відповідальність бізнесу в найбільш загальному тлумаченні** – це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю соціальна відповідальність бізнесу – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому [4].

За визначенням Дубницького В., **корпоративна соціальна відповідальність** – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Вона заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності [5].

Узагальнене трактування поняття корпоративної соціальної відповідальності охоплює: корпоративну етику; корпоративну соціальну політику стосовно суспільства; корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища; принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки (на засадах корпоративної культури); умови, можливості, гарантії дотримання прав людини (у тому числі рівні можливості для жінок і чоловіків, осіб, які мають особливі соціальні потреби, для різних вікових груп) у відносинах з партнерами, постачальниками, споживачами, персоналом.

Широке розгалуження напрямів соціально відповідального бізнесу визначено у моделях:

американська модель – характеризується добровільними ініціативами, фінансуванням різноманітних проектів та програм, благодійністю, меценатством, спонсорською підтримкою; дана діяльність заохочується суспільством та державою (а саме, компанії, які приймають активну участь у реалізації соціальних програм, звільнюються від ряду податків, що закріплено законодавчо);

європейська модель – відрізняється від американської тим, що соціальна активність бізнесу регулюється державою; внаслідок чого її визнають прихованою формою корпоративної соціальної відповідальності;

британська модель – це поєднання американської та європейської моделей; а саме, як і в американській моделі тут наявна значна активність компаній у

реалізації власних соціальних програм; ознаки європейської моделі проявляються в активній державній підтримці бізнесу;

японська модель – більш орієнтована на внутрішнє середовище підприємства і базується на системі «довічного найму» та відповідних умовах керування персоналом (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Стратегічні цілі та інструменти реалізації зарубіжних моделей соціальної відповідальності бізнесу

Країна	Модель СВБ	Стратегічні цілі	Інструменти реалізації СВБ
США	Американська	-покращення стану оточуючого середовища; -розвиток суспільства; -розвиток персоналу; -покращення стану економіки	-соціальні інвестиції; -соціальне партнерство; -корпоративні комунікації
Країни Євросоюзу	Європейська	-розвиток суспільства; -покращення стану оточуючого середовища; -розвиток персоналу; -покращення стану економіки	-соціальні інвестиції; -соціальне партнерство; -корпоративні комунікації
Країни Азії	азійська	-розвиток персоналу; -розвиток суспільства; -покращення стану навколишнього середовища	-соціальні інвестиції; -соціальне партнерство; -корпоративні комунікації
Росія	Національна	-розвиток суспільства; -розвиток персоналу; -оздоровлення економіки	-соціальні інвестиції; -соціальне партнерство; -корпоративні комунікації

Порівняльний аналіз соціальної відповідальності бізнесу в різних країнах довів наявність значних відмінностей між вітчизняною практикою соціальної відповідальності й зарубіжним досвідом у цій сфері. Загальною тенденцією в розвинених країнах є підтримка соціальної відповідальності бізнесу з боку держави, розробка національних програм, стандартів і критеріїв оцінки соціальної відповідальності компаній, наявність різних форм інституціоналізації соціальної відповідальності бізнесу. Досвід розвинених країн показує, що активна роль держави в питанні заохочення підприємців здійснювати соціально відповідальну діяльність сприятиме розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

На відміну від розвинених країн в Україні слабо розвинене інституційне середовище, відсутні спеціальні регулятивні закони щодо соціальної відповідальності бізнесу, податкових пільг, загальнонаціональної стратегії. Це свідчить про необхідність адаптації зарубіжного досвіду до умов діяльності українських підприємств.

Згідно стандарту ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» соціальна відповідальність уособлює в собі відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозора і етична поведінка яка сприяє сталому розвитку включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає вживаному законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки і інтегровано в

діяльність всієї організації і застосовується в її взаєминах.

Відмінності участі українських і європейських інститутів влади в розвитку КСВ представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2.

Порівняння української та європейської практики КСВ

Ознака	Європейський союз	Україна
Предмет КСВ	Визначений, часто характеризується громадським консенсусом, в кожній сфері виділені свої акценти, обговорюється в ЗМІ.	Ситуаційний, визначається компанією або місцевою владою, мінімальний вплив ЗМІ та стейкхолдерів.
Мінімальний рівень КСВ	Як правило, заданий директивами ЄС, конкретизований національними урядами законодавчо і програмно.	Ситуаційний, законодавчий мінімум у сфері відповідальності бізнесу має прогалини.
Логіка КСВ	Системність і раціональність вкладу, в тому числі завдяки високій стандартизації; добровільність вибору вкладу розвиток суспільства в рамках заданого владою і суспільством «коридору».	Високий відсоток щодо авральних дій. КСВ як додаток до бізнесу, що вне зачіпає виробництво; сильна прив'язка до доходів і філантропії.
Масштаб та направлення КСВ	Відповідність практики КСВ масштабам компанії. Екологічна, соціальна та економічна сфери.	Невідповідність КСВ масштабам компанії (в обидві сторони). Пріоритет – соціальна сфера, стабільність.
Участь стейкхолдерів	Стейкхолдери залучаються до вироблення корпоративної політики, розвинений принцип соціального партнерства.	Невисокий рівень залучення стейкхолдерів, за інерцією може компенсуватися укладанням колективних договорів.
Нефінансова звітність	Розвинена як результат запитів стейкхолдерів, наявності експертизи, аудиту, державного стимулювання.	Підстави розвивати формуються повільно. Описує переважно соціальну сферу.
Комунікаційна політика	Переважно відкрита (прагнення до прозорості і не декларативності дій, професійне просування).	Переважно закрита

Як видно з табл. 3.2, на сьогодні результати участі інститутів влади в Україні в розвитку КСВ незначні. При збереженні нинішнього стану справ практика КСВ в Україні, ймовірно, залишиться долею невеликого числа представників найбільшого бізнесу

Взагалі, *серед особливостей національної моделі корпоративного управління, визначальними є такі:*

- значна частка держави в акціонерному капіталі та її переважне право на управління, в тому числі некорпоративними методами;

- недостатня розвиненість вартісного мислення у керуючих та у акціонерів;

- специфічна мотивація інсайдерів на використання грошових потоків і факторів виробництва для особистого забезпечення всупереч інтересам акціонерів;

- інформаційна закритість корпорацій;

- неповне охоплення акціонерних товариств корпоративним управлінням;

- значна кількість підприємств використовує відповідні процедури формально.

Зазначене суперечить базовим принципам програми Європейського Союзу стосовно соціальної відповідальності бізнесу, а саме:

– соціальна відповідальність бізнесу повинна залишатися добровільною ініціативою;

– практики реалізації соціальної відповідальності бізнесу повинні бути прозорими і надійними;

– власна стратегія співтовариства у питаннях соціальної відповідальності бізнесу має бути зосереджена у тих сферах, де її реалізація може принести найбільшу додану вартість;

– дана стратегія повинна слідувати збалансованому та всеосяжного підходу до соціальної відповідальності бізнесу, включаючи не тільки інтереси споживачів, а й економічні, соціальні та природоохоронні питання;

– стратегія повинна приділяти особливу увагу сприянню малим і середнім підприємствам; а також підтримувати міжнародні правові зобов'язання (такі, як угоди про охорону навколишнього середовища, основні права людини, закони про працю і т.д.)

Зазначимо, що **соціальна відповідальність носить багаторівневий характер:**

1. Базовий (законодавчий) рівень припускає формування наступних зобов'язань: своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць (розширення робочого штату).

2. Другий рівень соціальної відповідальності бізнесу припускає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Такий тип відповідальності був умовно названий «корпоративною відповідальністю».

3. Третій, вищий рівень відповідальності, припускає добродійну діяльність.

В цілому ж, КСВ розподіляється на **зовнішню і внутрішню** (табл. 3.3).

Внутрішня соціально відповідальна діяльність включає: професійний розвиток і навчання персоналу; залучення та утримання талановитих працівників; турбота про соціальну захищеність; безпека, охорона та гігієна праці; реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; мотивація праці та стабільність зарплати; створення умов відпочинку та дозвілля; підтримка внутрішніх комунікацій; участь працівників у прийнятті управлінських рішень тощо.

До напрямів та ініціатив зовнішньої КСВ відносяться: корпоративна філантропія у формі підтримки соціально важливих подій / об'єктів; гранти на благодійні цілі; фінансова і матеріальна допомога; стипендіальні програми/освітні програми; робота в асоціаціях з законодавчими ініціативами; партнерські соціальні проекти з владою; волонтерська діяльність (добровільні безоплатні роботи силами працівників компаній); етичні підходи до взаємодії із зовнішнім світом – ЗМІ; соціально відповідальний підхід до інвестування - вибір об'єктів інвестування виходячи з ділових, економічних, інноваційних, екологічних, етичних засад діяльності.

Напрями КСВ

Напрями внутрішньої корпоративної відповідальності бізнесу	Напрями зовнішньої корпоративної відповідальності бізнесу
Забезпечення стабільності заробітної плати	Спонсорство, меценатство і корпоративна доброчинність
Гарантування безпеки праці	Сприяння охороні навколишнього середовища
Надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях	Взаємодія з місцевою громадою і місцевою владою
Надання додаткового медичного і соціального страхування працівникам	Готовність брати участь у вирішенні і ліквідації наслідків критичних ситуацій
Сприяння розвитку людських ресурсів через реалізацію навчальних програм, програм підготовки кадрів	Відповідальне ставлення до споживачів товарів і послуг (тобто випуск якісної продукції)
Підтримка соціально необхідного рівня заробітної плати	Корпоративна доброчинність у організації та реалізації значних для території соціальних програм і проєктів

Отже, поле соціальної відповідальності підприємства охоплює майже усіх суб'єктів економічних відносин підприємства (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Поле соціальної відповідальності підприємства

До речі, однією з перших робіт, в якій зроблено спробу ув'язати корпоративну соціальну відповідальність зі стратегією розвитку компанії, що вже згодом стало мейнстримом дискусії щодо сучасної природи та джерел розвитку соціальної відповідальності на рівні компанії стали роботи А. Колота, О. Грішної [6]. В ній наводяться аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності.

Таблиця 3.4.

Аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності

Аргументи за	Аргументи проти
Довгострокова заінтересованість бізнесу в суспільному процвітанні	Відмова від всемірної максимізації прибутку
Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній	Втрати від соціальної активності
Підтримка життєздатності бізнесу як системи	Брак навичок вирішення соціальних завдань
Послаблення державного регулювання бізнесу	Розмивання основних цілей бізнесу
Відповідність бізнесу соціокультурним нормам	Послаблення міжнародного платіжного балансу
Зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля	Надмірна концентрація влади в руках бізнесу
Нові шляхи вирішення соціальних проблем (дайте бізнесу шанс!)	Слабкість суспільного контролю
Наявність у бізнесу необхідних ресурсів	Брак широкої суспільної підтримки
Можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес	
Профілактика соціальних проблем ліпша за лікування	

Хілл Д. у своїх дослідженнях приділив увагу дослідженню політики в межах корпоративної соціальної відповідальності з позиції зменшення конфліктності між корпораціями та суспільством. Запропонований ним список вигід від соціальної відповідальності фірм ґрунтується на наступних позиціях:

- зниження ризиків пов'язаних із підприємницькою діяльністю;
- зменшення рівнів відходів;
- покращення позиції у стосунках з державними контролюючими органами;
- покращення іміджу брэнда фірми;
- покращення результативності праці найманих працівників;
- зменшення вартості капіталу [7].

Потенційний зиск (користь), який може мати компанія, корпорація, ФПГ, великі промислові підприємства від імплементації КСВ у свою бізнес-практику, полягає у такому: покращенні репутаційного менеджменту; розширенні можливостей для залучення, утримання, мотивації співробітників компанії, корпорації; покращенні доступу до капіталів та лояльність інвесторів; налагодженні та побудові дієвих соціально-економічних відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями; поліпшенні фінансових та економічних показників діяльності; лояльності клієнтів, яка досягається через формування позитивного іміджу компанії, корпорації, ФПГ, їх продукції. Впровадження систем корпоративної соціальної відповідальності впливає також на розвиток і збереження інтелектуального капіталу і управління

ризиками компанії, корпорації, ФПГ за рахунок діалогу з зацікавленими сторонами і своєчасного виявлення і вирішення виникаючих проблем.

Забезпечення реалізації названих заходів розкривають усвідомлення суспільної потреби у розвитку корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу

Впровадження соціальної відповідальності призводить до спроби підприємства передбачити очікування споживачів та налагодити під них випуск нової продукції чи надання нових послуг, що одночасно призводить до підвищення суспільних стандартів. Послідовність таких дій призводить до створення сприятливих умов у задоволенні потреб суспільства, а також у підвищенні рівня життя в Україні.

Виходячи із сказаного доцільним є наголосити, що сучасні потужні підприємства сміливо переймають на себе частину зобов'язань держави у рамках економічного зростання, прискорення соціального прогресу та виведення якості життя населення на якісно новий рівень. Саме соціальна відповідальність бізнесу та масштабні соціальні інвестування створюють передумови до виникнення потужних конкурентоздатних підприємств та утримання позицій на світовій арені.

Лідуючі позиції у соціальній відповідальності бізнесу на Україні займають потужніші компанії. Керівництво таких компаній за довгий час ринкових перетворень та адаптація до нових змін, не тільки змогли зберегти соціальний захист своїх працівників, але і навчилися поєднувати цілі розвитку підприємства з цілями соціального захисту. Таким організаціям доводиться реалізовувати довгострокові, а відповідно з цим і ризиковані проекти, та приділяти увагу розвитку підрозділів, що відповідають за соціальну політику. Саме найпотужніші компанії в своїй практичній діяльності почали реалізовувати соціальне проектування, спрямувавши таким чином свої зусилля на залучення місцевих спілок до соціальної діяльності. У табл. 3.5 представлений рейтинг соціально відповідальних компаній України.

В цілому, для великих промислових підприємств (корпорації, ФПГ, холдинги) корпоративна соціальна відповідальність є новим різновидом взаємодії та діяльності, що потребує проведення довгострокового аналізу й оцінювання: врахування особливостей менталітету оцінки стану та прогнозування розвитку соціально-економіко-екологічних та суспільно-політичних умов, вивчення і адекватне застосування зарубіжного досвіду, можливості відповідати міжнародним стандартам. Передові підприємства та компанії України активно проводять модернізацію виробництв і управлінських процесів, не лише підвищуючи економічну ефективність, але й скорочуючи використання природних ресурсів. Сертифікація ISO 14001, зростання ринку тренінгових компаній та компаній, що надають послуги у сфері управління людськими ресурсами, розроблення Принципів Корпоративного Управління України, Кодексу честі добропорядного виробника України (добровільні зобов'язання перед споживачами і суспільством) Української Асоціації Якості,- усе це ознаки зародження ефективного підходу до питання відповідальності компаній.

Таблиця 3.5.

Рейтинг соціально-відповідальних компаній, корпорацій, ФПГ України

Компанія, корпорація, ФПГ	Вид діяльності	Загальний бал
СКМ	Різні види діяльності	83,25
Київстар	Мобільний зв'язок	76,50
ДТЕК	Різні види промислової діяльності	74,80
Метро Кеш енд Керрі	Торгівля	72,25
Оболонь	Виробництво пива, безалкогольних напоїв	72,00
МТС	Мобільний зв'язок	70,13
Славутич, Carlsberg Group	Виробництво пива	70,00
Кока-кола Беверідж	Виробництво безалкогольних напоїв	68,00
Інтерпайп	Різні види промислової діяльності	68,00
Сіменс Україна	Системна інтеграція	67,00
Прикарпаття обленерго	Енергетика	65,88
Астеліт (ТМ «life»)	Мобільний зв'язок	65,00
Індустріальний союз Донбасу	Промислова діяльність	59,15
ПУМБ	Банківська діяльність	56,18
МАКО	Сфера будівництва	54,45

За даними: «Global Compact Network Ukraine». Огляд 2006-2012

Для компаній, залучених до цих або інших програм, наступним логічним кроком має стати розроблення власної стратегії соціальної відповідальності.

Розширюючи сферу застосування соціальної відповідальності, компанії мають перетворити корпоративну соціальну відповідальність на корпоративну соціальну вигоду. При цьому, здійснення соціальних проектів розширює і партнерські зв'язки:

- в бізнес-середовищі (постачальники, страхові компанії, рекламні агенти, банківські службовці);
- з органами державного управління (відповідні спрямування програм міністерств та місцевих адміністрацій);
- з недержавними організаціями, що здійснюють аналогічні соціальні проекти та виконують програми компанії.

Для забезпечення стійкого розвитку як економіки країни в цілому, так окремих бізнес-одиниць, зокрема, КСВ має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проектів інноваційного розвитку. На сьогодні така теза є доведеною не лише науково, а й підтверджується практикою.

2. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю

Розрізняють *три підходи до розуміння проблем управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ)*:

Традиційний (вузько-економічний) – сформульований М. Фрідменом: оскільки ділові організації повинні служити інтересам своїх власників і тому що менеджери є всього лише найманими службовцями, то їх першорядне завдання полягає в тому, щоб вести бізнес відповідно до бажань власників. Звідси потреба, щоб роль бізнесу полягала «у використанні його енергії й ресурсів у діяльності, спрямованій на збільшення прибутку за умови, що він дотримується правил гри... і бере участь у відкритій конкурентній боротьбі, не прибігаючи до шахрайства й нечесності». Таким чином, вважається, що організація несе соціальну відповідальність, дотримуючись законів і запропонованих правил ведення бізнесу.

Етичний підхід (з т. з. зацікавлених осіб) – сформульований П. Друкером. Сутність цього підходу полягає у визнанні того, що організація в цілому має зобов'язання етичного характеру перед певними групами зацікавлених осіб – стейкхолдерами. У число стейкхолдерів, як правило, включають засновників, менеджерів, акціонерів (власників), постачальників, кредиторів, клієнтів, місцеві співтовариства, профспілки, державні органи регулювання, професійні асоціації й співробітників. Це багатозарове суспільне середовище здатне істотно впливати на досягнення організацією її цілей, тому керівництву організації доводиться врівноважувати внутрішні чисто економічні цілі із соціальними, етичними й економічними інтересами стейкхолдерів. На практиці цей підхід є найпоширенішим (на розвинених ринках). Наповнення терміна «stakeholder», або «зацікавлені особи» змінювалося протягом часу. А, отже, змінювалося і коло суб'єктів, які підпадають під вплив економічної та соціальної діяльності компанії за даною теорією. Спочатку це були групи, без підтримки яких організація припинила б своє існування, які включали акціонерів, робітників і службовців, покупців, постачальників, кредиторів і суспільство. Сьогодні ж прийнято вважати, що до «зацікавлених осіб» відносяться будь-які група або особа, які піддаються ідентифікації і які можуть вплинути на досягнення цілей організації або на які може вплинути досягнення організацією своїх цілей. В цьому розумінні «зацікавленими особами» є об'єднані спільними інтересами суспільні групи, урядові організації, профспілки, конкуренти, союзи, а також робітники і службовці, групи покупців, власники акцій та ін. Суть «теорії зацікавлених осіб» полягає у необхідності встановлення цілей організації шляхом збалансування суперечливих запитів різних «зацікавлених осіб» в даній організації.

Соціально-етичний (стверджувальний підхід) – сформувався під впливом філософсько-етичних поглядів ряду теоретиків: Курта Левина, Едгара Шайна, Генрі Минцберга та ін. Відповідно до цього підходу менеджери й співробітники організації відповідають за збалансування відповідності компанії спільним інтересам: економічним інтересам організації, інтересам стейкхолдерів і глобальним суспільним інтересам. Цей підхід затверджує, що організації повинні нести добровільні зобов'язання перед суспільством і

направляти частину своїх ресурсів на його вдосконалювання.

Одним з гострих питань стосовно управління КСВ є питання окупності програм соціальної відповідальності. Зрозуміло, що теорія соціальної відповідальності бізнесу сама по собі передбачає отримання прибутку відповідальними підприємствами. Компанія не може вважатися відповідальною, приносячи збитки своїм власникам. Проте, коли саме принесуть прибуток вкладені ресурси, які компанії роблять у програми, розроблені в рамках стратегії соціальної відповідальності бізнесу?

Для того, щоб ефективно визначити програми соціальної відповідальності бізнесу, слід не лише знати про традиції доброчинності, потрібно також зважати на особливості національного середовища. Деякі з таких особливостей щодо України: розвинена система соціального захисту – радянська система економіки залишила у спадок великим підприємствам розвинену соціальну інфраструктуру (дитячі садочки, будинки відпочинку тощо). Крім того, населення звикло до безкоштовної медицини та освіти належного рівня. Також українська економіка значним чином залежить від важких галузей, таких, як гірничо - металургійна промисловість. Розвиток і важливість соціальної відповідальності значно залежить від позиції компаній, які працюють у цих галузях економіки. Вищезгадані особливості здатні помітно вплинути на стратегію і систему управління КСВ.

Опрацювання надбань в сфері становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу може і повинне стати запорукою розробки та впровадження сучасних корпоративних проектів з активізації соціальної відповідальності, які пронизані духом морально-духовних цінностей, корпоративного громадянства і водночас - працюють на нарощення соціальних ресурсів, стійкий розвиток бізнес-організацій

Отже, КСВ формується відповідно до політичних, релігійних, культурних пріоритетів, які панують у суспільстві на певний момент часу. Сьогодні основними соціальними пріоритетами для сучасних підприємств мають стати: впевненість у корисності своєї праці як для себе, так і для суспільства; віра в чесний бізнес; ставлення до підприємницької діяльності як до мистецтва; прагнення до чесної праці з партнерами і конкурентами; прагнення до інновацій; декларування гуманістичних цінностей в ринковому середовищі; добра воля на чесне підприємництво [7, с. 125-126].

Система управління КСВ представляється у вигляді механізму оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності, порядку і форм взаємодії між органами управління, що входять до її складу, і працюючими в них персоналом. Однак, слід наголосити на тому, що в Україні питанням дослідження формування організаційно-економічних механізмів управління КСВ присвячено зовсім мало наукових та прикладних досліджень.

При розробці складових організаційно-економічного механізму корпоративної методологічною основою стали фундаментальні положення теорій соціально-орієнтованої ринкової економіки, корпоративного управління та концепції сталого розвитку. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу виступає складним економічним явищем, яке проявляється, на наш погляд, в

першу чергу через процес соціального інвестування та вкладення капіталу у розвиток соціального діалогу із зацікавленими особами [8, с. 65-66].

Ключовими поняттями структур управління є елементи, зв'язки (відношення), рівні і повноваження. Елементами організаційної структури управління можуть бути як окремі робітники (керівники, фахівці, що служать), так і служби або органи апарату управління. Є два напрямки спеціалізації елементів організаційної структури управління:

а) в залежності від складу структурних підрозділів організації виокремлюються ланки структури управління, які здійснюють маркетинг, менеджмент виробництва, науково-технічного прогресу і т.п.;

б) виходячи з характеру загальних функцій, що виконуються в процесі управління, формуються органи, що займаються плануванням, що організують виробництво, працю і управління, контролюючи всі процеси в організації [9].

Оптимальне поєднання елементів організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю дозволяє реалізувати стратегію КСВ, сприяє ефективним комунікаціям із заінтересованими особами, а також протидіє впливу негативних факторів та оптимізації ризиків у зазначеній сфері [8, с. 66].

Збільшення кількості елементів і рівнів в ОСУ неминуче призводить до багатократного зростання числа і складності зв'язків, що виникають в процесі прийняття управлінських рішень; слідством цього нерідко є уповільнення процесу управління, що в сучасних умовах тотожно погіршенню якості функціонування менеджменту організацій [9].

Організаційно-економічний механізм управління корпоративної соціальної відповідальності включає в себе елементи, не лише предметні, але й функціональні. До складу предметної складової в практиці менеджменту прийнято відносити суб'єкти управління, зацікавлені особи, рівні відповідальності. До функціональної основи механізму, як правило, відносять функції, принципи, ціннісні орієнтири та інструменти управління. На формування механізму управління КСВ впливають внутрішні та зовнішні фактори, які носять як економічний, так і інституціональний характер та мають прямий або опосередкований вплив. Структура системи управління соціальною відповідальністю залежить від масштабу бізнесу, спеціалізації, видів економічної діяльності та інституційного забезпечення [8, с. 67].

Процес управління соціальною відповідальністю включає в себе такі елементи, як прийняття рішень, затвердження відповідних стратегій, планів та бюджетів, розробка та затвердження відповідних процедур, які складають зміст управління. Процес управління повинен носити продуктивний характер.

Отже, організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу має за мету реалізацію певної стратегії. Зокрема, **метою стратегії корпоративної соціальної відповідальності** є підвищення ефективності бізнесу за рахунок оптимізації взаємостосунків із зацікавленими особами. Стратегія соціальною відповідальністю повинна бути частиною загальної корпоративної (основної) бізнес-стратегії підприємства і являтися інструментом корпоративного управління. Управління соціальною

відповідальністю може стосуватися умов праці, охорони навколишнього середовища, співпраці із територіальними громадами, реалізацією програм соціального інвестування та концепції соціального маркетингу.

Формування системи управління корпоративною соціальною відповідальністю передбачає проведення корпоративної реструктуризації, яка пов'язана із змінами і перетвореннями, побудовою нової системи внутрішніх комунікацій на підприємстві, чіткого розподілу функцій та обов'язків між різними рівнями корпоративної структури [8, с. 69].

Окрема увага повинна приділятися формуванню науково обґрунтованої методики стимулювання менеджменту підприємств до соціально відповідального управління немає. З метою подолання цього недоліку увагу привертає наступний механізм стимулювання менеджменту підприємства до реалізації принципів соціальної відповідальності, що включає в себе 7 етапів (табл. 3.6) [10].

Таблиця 3.6.

Етапи механізму стимулювання соціально-відповідального управління

Етап	Зміст	Результат
Етап 1.	Визначення мети розробки механізму стимулювання менеджменту підприємства	Бажаний результат, який підприємство планує отримати в ході своєї соціально відповідальної поведінки
Етап 2.	Проведення внутрішнього аналізу соціальної спрямованості підприємства	-своєчасне виявлення соціальних ризиків та розробка заходів щодо їх усунення або зниження їх негативного впливу на діяльність підприємства; -виявлення випадків порушення законодавства щодо соціально-трудових відносин та впровадження запобіжних заходів для недопущення їх прояву в майбутньому; -сприяння формуванню репутації соціально відповідального бізнесу; -діагностика, аналіз і контроль ефективності соціально-відповідального менеджменту в системі управління тощо
Етап 3.	Вибір напрямів соціально відповідальної поведінки підприємства	Конкретизація пріоритетних напрямів соціально відповідальної поведінки підприємства до представників окремих цільових груп персоналу, споживачів, ділових партнерів, суспільства, або перед всіма цільовими групами
Етап 4.	Визначення вагомості впливу кожної цільової групи на кінцевий результат	Прогноз кінцевих результатів від дотримання принципів соціальної відповідальності щодо обраних цільових груп
Етап 5.	Визначення потреб та мотиваційних факторів кожної цільової групи	Комплекс матеріальних та нематеріальних факторів стимулювання менеджменту підприємства, реалізація яких сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства серед представників цільових груп
Етап 6.	Впровадження механізму стимулювання менеджменту підприємства	Реалізація механізму стимулювання менеджменту підприємства відповідно до основних фаз життєвого циклу підприємства сфери послуг: народження, дитинство та юність, зрілість, спад
Етап 7.	Оцінка й аналіз ефективності реалізації механізму стимулювання менеджменту підприємства	Визначення економічного ефекту на основі розрахунку показників, що характеризують ефективність дотримання підприємствами принципів соціальної відповідальності перед працівниками, споживачами, інвесторами та діловими партнерами, суспільством в цілому

Підприємство повинно постійно удосконалювати систему управління соціальною відповідальністю з метою отримання в кінцевому результаті ефекту. Управління соціальною відповідальністю на підприємстві являє собою систему за допомогою якої приймаються та реалізуються рішення. Мету та цілі соціальної відповідальності визначаються власниками, членами трудового колективу та іншими довіреними особами. Система управління соціальною відповідальністю орієнтована на досягнення цілей організаційної ефективності [8, с. 67].

Процес управління соціальною відповідальністю повинен враховувати ризики, які пов'язані із очікуваннями суспільства та заінтересованих осіб. Процес прийняття рішень і його структура повинні бути гнучкими з метою підвищення ефективності у сфері соціальної відповідальності, а саме: враховувати інтереси заінтересованих осіб, ефективно використовувати фінансові, природні та людські ресурси, делегування повноважень пропорційно обсягу соціальної відповідальності підприємства (організації).

3. Політика управління соціальною відповідальністю та внутрішній контроль за її реалізацією

Політика управління соціальною відповідальністю включає в себе реалізацію декілька етапів:

- розробку загальних положень (місії, бачень, цілей та завдань) у сфері соціальної відповідальності;
- інтеграція соціальної відповідальності у функції структурних підрозділів підприємства;
- підвищення довіри персоналу до соціальної відповідальності;
- аналіз і вдосконалення діяльності та практики організації соціальної відповідальності;
- ініціювання проектів соціального інвестування;
- контролінг реалізації соціальних програм;
- навчання персоналу у сфері КСВ.

Розробка загальних положень системи корпоративної соціальної відповідальності розпочинається з вибору стратегії КСВ.

Стратегію компанії можна визначити в більш широкому розумінні як сукупність механізмів, принципів та конкретних заходів по впровадженню КСВ. Можна розглядати стратегію і як корпоративний документ, в якому визначаються цінності та стандарти, згідно з яким здійснюється діяльність компанії.

Для розробки стратегії КСВ необхідно:

- мати сталу підтримку вищого менеджменту та власників, найкращих працівників компанії;
- здійснити аналіз наявного світового досвіду та реалій певної конкретної країни;
- визначитися із набором програм, що здійснюються;
- визначитися із набором можливих партнерів, заходів, ресурсів;
- сформулювати ключові напрями соціальної відповідальності на рівні самої компанії та у взаємозв'язках із зовнішнім середовищем.

Реалізація стратегії КСВ здійснюється через впровадження програми дій на довготривалу перспективу, націленої на вирішення важливих для компанії завдань. Стратегія повинна враховувати як специфіку зовнішнього бізнес-середовища, так і особливості внутрішніх аспектів діяльності.

Фахівці в галузі корпоративного управління та КСВ виділяють чотири основні типи стратегій:

- 1) соціально-відповідальний відбір проектів,
- 2) захист інтересів акціонерів,
- 3) інвестиції, що створюють вигоди для співтовариства,
- 4) вкладення в соціальні проекти [12].

Досвід країн з розвиненою економікою підказує, що рентабельність і акціонерна вартість бізнесу зростають завдяки правильно вибудованій і реалізованій стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Тому інвестиції в КСВ не повинні розцінюватися як витрати [12].

Однак при цьому можна виділити три основні показники оцінки вигід для бізнесу, пов'язаних з участю компанії в соціальних програмах:

1. показник окупності інвестицій, спрямованих на соціальні програми (return on investment);
2. показник ефективності благодійної допомоги та інших соціальних програм у порівнянні з ефективністю реклами, стимулювання продажу тощо (efficiency measurement);
3. показник процесу реалізації соціальних програм (process measurement) [13, с. 213-214].

Управління соціальною відповідальністю здійснюється шляхом аналізу, планування та контролю виконання програм КСВ. Управління можна представити у вигляді бізнес-процесу: створення - підтримка та розширення соціального діалогу із цільовими заінтересованими особами. Ефективне функціонування бізнес-процесу забезпечується наявністю ресурсів та відповідної інформаційної системи [8, с 68].

Формування системи КСВ – складний процес, який потребує багато часу та цілеспрямованих зусиль з боку компанії. Формування системи КСВ можна представити як чергування низки послідовних етапів (рівнів) КСВ (рис. 3.2).

Деякі експерти першою виділяють стадію оборони, коли компанія не визнає своєї відповідальності та заперечує провину за негативний вплив на стан навколишнього середовища та суспільство [14].

На наступних етапах проходить поступове розширення соціальної відповідальності за рахунок реалізації добровільних ініціатив, які спрямовані на вирішення проблем соціально-економічного характеру, покращення екологічної ситуації, підвищення якості продукції та послуг, просування інновацій тощо. Коли система корпоративної соціальної відповідальності тільки починає розвиватись, такі ініціативи є одиничними та не пов'язані з досягненням стратегічних цілей компанії. Це так звана функціональна стадія розвитку КСВ. Але поступово система КСВ пронизує всю діяльність компанії та включається до довгострокової стратегії підприємства. В результаті цього КСВ переходить на стратегічну стадію розвитку.

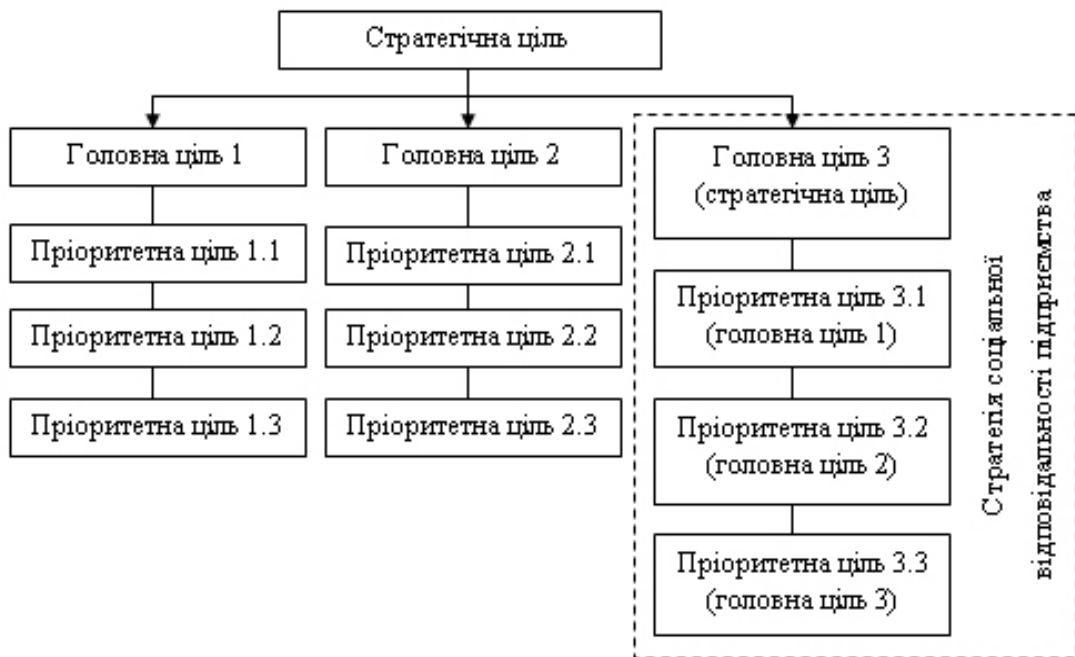


Рис 3.2. Рівні застосування КСВ

Остання стадія, громадянська, є найбільш прогресивною. Вона передбачає активні дії компанії, що спрямовані на просування принципів КСВ в діловому суспільстві, в тому числі серед ділових партнерів, постачальників, професійних товариств, колег по бізнесу. В результаті компанія стає провайдером ідей соціальної відповідальності, формуючи сприятливе середовище для подальших колективних дій для досягнення позитивних змін.

При здійсненні компанією соціальних програм постає питання балансу ефективності для суспільства і вигоди для компанії. Говорячи про економічні вигоди КСВ для бізнесу, можна відзначити той факт, що ці вигоди найбільш яскраво виявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг, страхування і управління персоналом. Окрім того, слід відзначити цінність заходів КСВ у галузі управління ризиками. **Запровадження КСВ дає іншим підприємствам і, зокрема, страховим компаніям, наступні переваги:**

1) формується висока репутація в очах клієнтів (підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);

2) вдосконалюється процес управління, насамперед завдяки запобіганню ризикам різних видів;

3) з'являється можливість підвищити доходи, насамперед через вирішення проблем з державними органами та органами контролю, налагодження дієвих відносин з ними; економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;

4) стандартизація (відповідно до міжнародних стандартів) дає змогу вийти на нові ринки;

5) збільшення обсягу продажу та частки ринку; своєчасний доступ до актуальної інформації з компетентних джерел забезпечує швидкість реакції на критичні проблеми в регіоні та більш ефективне управління ризиками;

б) з'являється можливість отримання засобів із фондів, що створюються соціально-орієнтованими підприємствами під соціально-орієнтовані програми.

Окремо слід зупинитись на визначенні напрямів підвищення ефективності внутрішнього контролю підприємства за корпоративною соціальною відповідальністю, опрацювання системи просування та запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві.

Підсумки роботи окремих суб'єктів господарювання в Україні за звітний період підтверджують відповідність вимогам стандарту SA8000 «Соціальна відповідальність». Тому компанії мають можливість добровільно впроваджувати Міжнародний стандарт SAI SA 8000: 2001 «Соціальна відповідальність» (SAI – SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL – Міжнародна неурядова організація «Соціальна відповідальність», заснована в 1987 р.). Так, наприклад, стосовно охорони праці встановлюються такі критерії соціальної відповідальності:

- компанія з урахуванням специфіки своєї галузі промисловості і певних чинників небезпеки, забезпечує безпечні умови праці та вживає відповідні заходи для запобігання нещасних випадків і шкоди здоров'ю, що є наслідком роботи або відбуваються в її процесі, шляхом скорочення, у можливих межах, чинників небезпеки, характерних для виробничого середовища;

- компанія призначає представника вищого керівництва, який відповідає за охорону праці персоналу і виконання положень даного стандарту, що стосується охорони праці;

- компанія надає персоналу, включаючи нових працівників, регулярне і таке, що документується, навчання з охорони праці та техніки безпеки;

- компанія організує систему управління, яка дозволяє виявляти і запобігати потенційним загрозам здоров'ю і безпеці персоналу;

- компанія надає персоналу для використання чисті туалетні кімнати, доступ до питної води, а також, при необхідності, умови для зберігання продуктів харчування;

- компанія забезпечує чистоту і безпеку місць відпочинку персоналу, а також їхню відповідність основним потребам працівників.

Цей стандарт визначає вимоги із соціального захисту, що дозволяють компанії розробляти, підтримувати та впроваджувати політику й методи управління питаннями соціального захисту, які компанія може контролювати, а також демонструвати це зацікавленим сторонам. Компанія повинна взяти на себе обов'язок дотримуватися національного законодавства, а також виконувати інші вимоги, у відношенні яких вона бере на себе зобов'язання із соціальної відповідальності. Коли яке-небудь питання регулюється національним законодавством, іншими вимогами чи даним стандартом, компанія повинна застосовувати найбільш строге положення. Цей стандарт SA 8000 встановлює вимоги соціальної відповідальності компанії по окремих напрямках (табл.3.7).

Вимоги соціальної відповідальності згідно стандарту SA 8000

Напрямок	Вимоги
Дитяча праця	Компанія не повинна використати або підтримувати використання дитячої праці. Компанія повинна встановлювати, документувати, підтримувати і поширювати серед персоналу та інших зацікавлених сторін політику і методи сприяння одержанню освіти дітьми і молодими працівниками, що підпадають під законодавство про обов'язкову освіту або навчаються у школі.
Примусова праця	Компанія не повинна використовувати або підтримувати використання примусової праці та не повинна вимагати від персоналу розміщення «внесків» або пред'явлення посвідчення особи після початку роботи на компанію.
Охорона праці	В галузі охорони праці встановлюються такі критерії соціальної відповідальності.
Свобода об'єднань і право на колективний договір	Компанія поважає право персоналу утворювати професійні спілки за своїм вибором і, брати участь у колективних договорах. Представники такого персоналу не будуть піддаватися дискримінації і будуть мати доступ до своїх колег на робочих місцях під час роботи.
Дискримінація	Компанія не повинна застосовувати або підтримувати дискримінацію при найманні на роботу, оплаті, наданні доступу до навчання, підвищенні в посаді, звільненні або виході на пенсію на основі раси, національної приналежності, віросповідання, інвалідності, статі, сексуальної орієнтації, належності до якої-небудь організації, політичних поглядів або віку.
Дисциплінарні заходи	Компанія не повинна використовувати або підтримувати тілесні покарання, психологічне або фізичне насильство, словесні образи.
Робочий час	Компанія повинна дотримувати відповідних законів і промислових стандартів, що визначають час роботи. Стандартний робочий тиждень повинен визначатися законодавством, але не повинен на регулярній основі перевищувати 48 годин.
Заробітна платня	Компанія повинна гарантувати, що заробітна плата за стандартний тиждень, принаймні, відповідає мінімальним правовим або промисловим стандартам і достатня для забезпечення основних потреб персоналу.
Системи управління	Компанія повинна визначити й підтримувати відповідні процедури для оцінки і вибору постачальників/субпідрядників на основі їхньої відповідності вимогам даного стандарту. Компанія повинна регулярно інформувати всі зацікавлені сторони про виконання вимог стандарту «Соціальна відповідальність».

Таким чином, керівництво повинне визначити політику компанії в сфері соціального захисту і умов праці, щоб вона:

- а) включала зобов'язання по виконанню всіх вимог даного стандарту;
- б) включала зобов'язання по виконанню національних та інших законів, інших вимог, на які погоджується компанія, а також зобов'язання по дотриманню міжнародних інструментів і їхньої інтерпретації;
- в) включала зобов'язання по безперервному поліпшенню;
- г) ефективно документувалася, виконувалася, підтримувалася, доводилася в доступній і зрозумілій формі до всього персоналу, включаючи директорів, керівників, адміністрацію, спостерігачів і працівників, що працюють за наймом, за контрактом або іншим способом представляють компанію;

д) була відкрита для громадськості.

Компанія повинна надавати можливість працівникам обирати свого власного представника для взаємодії з вищим керівництвом з питань, що відносяться до даного стандарту. Взаємодія системи управління інформаційними потоками в механізмі формування корпоративної соціальної відповідальності представлена у всьому спектрі функціональних зв'язків з іншими підсистемами підприємства.

Внутрішній контроль за рішеннями у сфері соціальної відповідальності дає змогу збалансувати рівні соціальної відповідальності та враховувати результати діяльності, як позитивні так і негативні.

Впровадження внутрішнього контролю за реалізацією політики КСВ (табл. 3.8).

Таблиця 3.8.

Етапи впровадження внутрішнього контролю за реалізацією політики КСВ

Етап	Зміст етапу	Цілі внутрішнього контролю
Діагностика проблеми	Оцінюється існуюча ситуація, аналізуються симптоми, визначається існуюча проблема, досліджуються причини її виникнення, ступінь терміновості та необхідність її вирішення.	Ідентифікація проблеми дозволяє визначити цілі подальшої діяльності та створює умови для досягнення позитивних кінцевих результатів.
Визначення критеріїв прийняття рішень	Дозволяють оцінити ефективність варіантів вирішення існуючої проблеми, та обмежень (за сферою реалізації рішень, необхідними ресурсами, часовими рамками тощо), що сприяє більш чіткому визначенню можливих управлінських рішень.	Визначення кількісних показників наявних ресурсів, окреслення існуючої ситуації щодо соціальної відповідальності на підприємстві.
Розробка альтернативних варіантів управлінських рішень	Реалізація даної стадії спрямована на виявлення всіх можливих альтернативних варіантів, які відповідають критеріям та обмеженням, що були визначені на попередній стадії.	Проведення контрольно-аналітичних розрахунків можливих варіантів впровадження соціальної відповідальності.
Оцінка розроблених варіантів вирішення	Досліджуються переваги та недоліки рішень, результати їх виконання, оцінюється ступінь досягнення поставленої мети, аналізується вплив додаткових факторів.	Виявлення внутрішніх та зовнішніх чинників, що сприяють впровадженню концепції соціальної відповідальності.
Вибір кращої альтернативи серед розроблених	Здійснюється на основі об'єктивних даних (прогнозування результатів реалізації рішення, можливих ризиків, обсягів затрат ресурсів	Співставлення обраних альтернатив із визначеними цілями, проводиться подальший аналіз можливості досягнення встанов-

Якщо більш детально представити напрями реалізації політики КСВ (табл.3.9), то не важко визначити процедурно ті дії, які необхідно провести для забезпечення зворотного зв'язку, тобто внутрішнього контролю [15].

Застосування системного підходу до внутрішнього контролю за формуванням корпоративної соціальної відповідальності дозволяє визначити його основні елементи, дослідити їх властивості та принципи взаємодії. Відповідно наступним логічним кроком запровадження механізму внутрішнього контролю стає розгляд даного процесу через призму процесного підходу до управління.

Таблиця 3.9.

Напрями реалізації політики КСВ

Назва	Загальна характеристика напрямів	Процедури внутрішнього контролю
Екологічна відповідальність	Запровадження системи екологічного менеджменту, інтегрованої у всі етапи діяльності підприємства, яка дозволить ідентифікувати екологічні загрози, визначити екологічні вимоги, закріплені діючими нормативно-правовими актами, розробити власну екологічну політику та програму її	а) запровадження ціни екологоемності продукції з метою відрахування певного відсотку у галузеві фонди екологоемності для відшкодування збитків, заподіяних природі; б) контроль за дотриманням гранично допустимих концентрацій забруднених речовин; в) ведення моніторингу ефективності
Суспільна відповідальність	Співпраця з місцевим співтовариством та місцевою владою щодо створення нових робочих місць, підтримки освітніх ініціатив, розвитку наукової діяльності, утримання соціально незахищених верств населення	а) контроль якості продукції повинен здійснюватися на всіх стадіях виробництва; б) отримання принципів доброчесності та повноти при сплаті податків та інших обов'язкових платежів; в) контроль за формуванням позитивного іміджу серед інвесторів та кредиторів; г) забезпечення випуску якісної продукції та запровадження системи оцінки якості.
Трудова відповідальність	Система оплати праці та мотивація працівників, що може включати створення власних пенсійних фондів, виплату компенсацій, заохочувальні та інші виплати соціального характеру, запровадження матеріальної підтримки працівників та їх сімей, додаткове соціальне страхування	а) моніторинг підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників; б) контроль охорони здоров'я працівників, яка передбачає проведення заходів спрямованих на попередження професійних захворювань та травматизму; в) забезпечення безпеки праці шляхом постійного моніторингу роботи потенційно-небезпечного обладнання та навчання працівників безпечному поведінню на виробництві.
Економічна відповідальність	Створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та високого рівня рентабельності.	а) контроль щодо операцій за попередній та звітний період; б) моніторинг оперативної інформації; в) контроль прогнозних показників фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства

Подібне сприйняття внутрішнього контролю за реалізацією політики корпоративної соціальної відповідальності дозволяє подолати три основні проблеми – проблему фрагментарності корпоративної соціальної відповідальності у діяльності підприємства, проблему вартості запровадження заходів у сфері корпоративної соціальної відповідальності та проблему моніторингу отриманих результатів.

Взагалі, впровадження внутрішнього контролю за реалізацією політики

корпоративної соціальної відповідальності підприємства дозволяє: визначити та оцінити проблеми у сфері корпоративної соціальної відповідальності, здійснити прогнозування їх негативного впливу; визначити сукупність ресурсів, що можуть бути спрямовані підприємством на соціально-відповідальну діяльність; розробити дієву систему управління подібною діяльністю; розробити шляхи покращення існуючої ситуації, оцінити та вибрати найбільш ефективні з них; здійснити їх реалізацію, застосовуючи систему внутрішнього поточного контролю; оцінити результативність реалізації прийнятих рішень через запровадження практики внутрішнього та зовнішнього контролю; забезпечити налагодження активного зворотного зв'язку із зацікавленими сторонами.

4. Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні

Сьогодні підприємства, організації, бізнес в цілому функціонують в середовищі, що не захищене від впливу зовнішніх факторів. Ефективність діяльності цих економічних суб'єктів залежить від їх взаємовідносин з навколишнім середовищем, суспільством і, головне, з державою. Адже саме держава забезпечує середовище для успішного розвитку бізнесу, створюючи сприятливі соціальні та екологічні умови.

Можна виділити декілька напрямків у сфері соціальної відповідальності бізнесу, на які впливає держава:

по-перше, розповсюдження знань та навчання КСВ;

по-друге, збільшення відкритості та прозорості бізнесу;

по-третє, стимулювання соціально відповідального інвестування та підвищення рівня КСВ, ґрунтуючись на його попередній оцінці (табл 3.10).

Таблиця 3.10.

Система показників оцінки рівня дотримання принципів соціальної відповідальності підприємствами [10].

Показники соціальної відповідальності підприємств перед			
персоналом	споживачами	інвесторами та партнерами	суспільством
-коефіцієнт стабільності персоналу; -коефіцієнт стимулювання персоналу; -коефіцієнт професійної перспективності персоналу; -коефіцієнт співвідношення середньомісячної заробітної плати персоналу до середньогалузевого значення; -коефіцієнт соціального захисту персоналу; -коефіцієнт понаднормової роботи персоналу.	-коефіцієнт незадоволеності споживачів якістю товарів та послуг; -коефіцієнт штрафних санкцій організації із захисту прав споживачів; -коефіцієнт росту цін на товари (послуги) підприємства; -коефіцієнт росту кількості товарів (послуг) не належної якості; -коефіцієнт рівня обслуговування споживачів; -коефіцієнт культури обслуговування споживачів.	-рентабельність; -коефіцієнт власності; -коефіцієнт фінансової залежності; -коефіцієнт кредиторської заборгованості; -коефіцієнт абсолютної ліквідності; -коефіцієнт авансованих ресурсів; -коефіцієнт оновлення бізнесу; -коефіцієнт якості взаємодії підприємства сфери послуг та ділових партнерів.	-коефіцієнт сплати податків; -коефіцієнт розвитку соціальної інфраструктури; -коефіцієнт захисту навколишнього середовища; -коефіцієнт утилізації відходів; -коефіцієнт створення додаткових робочих місць; -коефіцієнт працевлаштування людей з обмеженими фізичними здібностями

А ще дуже важливою є потреба демонстрації соціальної відповідальності безпосередньо державними установами. Розповсюдженою формою партнерства уряду та бізнесу у сфері соціальної відповідальності є двосторонні угоди з найважливіших соціальних та екологічних питань. Уряд і бізнес є організаторами таких заходів, як зустрічі з профспілками, робочі групи з удосконалення законодавства, комітети з розвитку соціальної відповідальності в ділових асоціаціях.

Слід також підкреслити, в Україні існує ще багато перешкод, які може усунути держава і які об'єктивно стримують розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу:

- недосконалість українського законодавства, яке стосується розвитку бізнесової діяльності, що надає можливість уникати будь-якої відповідальності;
- явно недостатня підтримка розвитку вітчизняного бізнесу з боку держави, відсутність належного інструментарію регулювання, підтримки та стимулювання саме корпоративної соціальної відповідальності;
- нестабільність економічного та політичного розвитку країни, періодичні кризи, які руйнують досягнуте, стримують подальший розвиток, примушують бізнес-компанії змінювати пріоритети діяльності та просто виживати;
- в Україні тільки починають створюватись соціальні інституціональні структури, діяльність яких спрямована на розвиток та реалізацію принципів соціальної відповідальності бізнесу;
- низький рівень розвитку малого та середнього бізнесу, який не має, як було раніше зазначено, необхідного ступеню зрілості для сприйняття і впровадження КСВ;
- значна частка вітчизняного бізнесу є тіньовою і, тому, навряд чи мова може йти про соціальну відповідальність такого бізнесу перед суспільством, якщо порушуються закони, які регламентують діяльність бізнесу і не виконуються навіть обов'язкові зобов'язання його суб'єктів перед державою;
- більшої активності потребує розвиток системи професійної підготовки фахівців у сфері корпоративної соціальної відповідальності;
- низький рівень бізнес-культури основних суб'єктів ринку [16].

Але, як і будь яка ідея, концепція корпоративної соціальної відповідальності, незважаючи на перешкоди і труднощі, поступово прокладає свій шлях до українських реалій, про що свідчить вже накопичений досвід вітчизняного бізнесу у цій сфері.

Хотілось би звернути увагу ще на два аспекти, які гальмують впровадження КСВ в Україні Перший – це відсутність фінансової підтримки з боку держави компаніям, які активно працюють у напрямку реалізації ідей КСВ, що підкреслюють і фахівці, і самі учасники такої діяльності. При цьому, незважаючи на очевидну єдність інтересів держави, суспільства, суб'єктів бізнесу, територіальних органів влади, громадських організацій у практичній реалізації КСВ, кожен вирішує цю проблему уособлено, хоча всі формальні умови для єдності дій існують. Особливої фінансової підтримки потребують підприємства малого та середнього бізнесу, оскільки обмежені власні фінансові ресурси не дають можливості постійно та послідовно здійснювати таку діяльність.

Другий аспект – це відсутність належного контролю з боку держави за такою діяльністю, механізму за яким би він здійснювався. Якщо певний контроль і існує, то він носить вибірковий, несистемний характер. Як інструмент контролю і підзвітності соціальної відповідальності бізнесу можна розглядати нефінансові звіти підприємств, які містять інформацію не тільки про економічну діяльність, а і про соціальну у всіх її аспектах та екологічну.

Ця інформація має широку сферу застосування: за її допомогою можна аналізувати стан, рівень, якість саме соціальної відповідальності бізнесу; простежувати тенденцію практичної реалізації ідей КСВ в діяльності підприємств; виявляти недоліки, розглядати перспективи такої діяльності; порівнювати її ефект по відношенню до інших компаній; доносити результативність її до відома усіх заінтересованих сторін. Але що стосується української дійсності, то далеко не всі компанії здійснюють таку звітність, це утворює непрозорість діяльності з КСВ та обмежує доступ до інформації про цю діяльність.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні набирає обертів і масштабності. Ідеї КСВ для вітчизняної економіки не є запозиченими або даниною сучасним світовим тенденціям. На сьогодні в країні уже сформувались об'єктивна необхідність та передумови їх реалізації, усвідомлення значення для розвитку власного бізнесу, розуміння КСВ, як засобу отримання конкурентних переваг, інструменту глобалізації. Особливістю українських реалій є те, що розвиток ділової досконалості бізнесу відстає від сучасних вимог його ведення, про що свідчить наявність багатьох чинників, які стримують розповсюдження теорії та практик корпоративної соціальної відповідальності. Тому і суб'єкти бізнесу, і держава повинні спрямувати свої зусилля на подолання існуючих перешкод. Перш за все, це стосується удосконалення законодавства регулюючого діяльність бізнесових структур взагалі, та корпоративної соціальної відповідальності, зокрема, формування дієвого інструментарію підтримки та стимулювання КСВ, заохочення малого та середнього бізнесу до її ідей та впровадження на практиці. Бажаною була б спеціальна підготовка фахівців, менеджерів з КСВ, які б стали провідниками її політики в життя та формували належний рівень бізнес-культури.

З боку самих суб'єктів бізнесу необхідно щоб корпоративна соціальна відповідальність стала дійсно частиною їх стратегічного розвитку, набула системності, прозорості і не розглядалась як благодійність. Будучи сертифікованими до міжнародних стандартів будь-якого напрямку діяльності, треба дійсно їм відповідати. Це забезпечить сталий розвиток економіки сьогодення і майбутнього.

За словами П. Друкера соціальні обов'язки бізнесу перед суспільством важко оцінити за допомогою кількісних показників, виміряти математично, але це не означає, що її можна залишити по за увагою, «вона стосується принципів і цінностей, а не просто доларів та центів, що визначає її ключову роль в управлінні підприємством, що робить її такими ж матеріальними і практичними, такими ж вимірюваними, як долари та центи» [17].

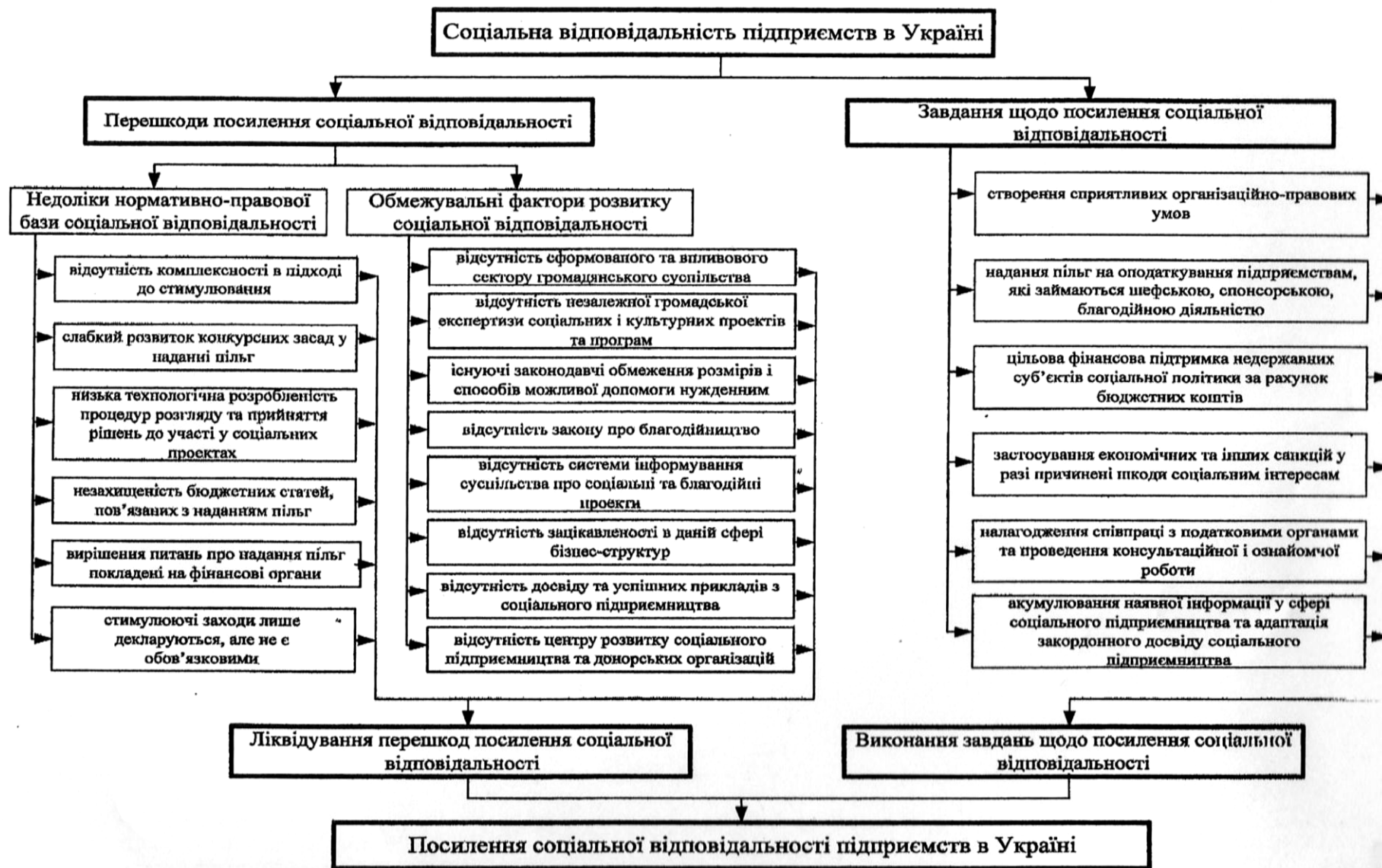


Рис. 3.3. Заходи посилення соціальної відповідальності підприємств України

На рис. 3.3 представленні найбільш *ефективні заходи, які б поширювали принципи соціальної відповідальності підприємств в Україні та стимулювали підприємства до вирішення соціальних проблем* [5].

Розвиток КСВ сьогодні безпосередньо пов'язано з інструментом досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку України і її регіонів - державно-приватним партнерством, в рамках підвищення рівня соціально-економічних відносин, яке засновано на взаємній відповідальності основних господарюючих суб'єктів, на підставі створення стабільних і сприятливих умов розвитку інституційного, правового забезпечення та формування соціальної відповідальності як особистісної якості фахівців, які приймають рішення. Тому державно-приватне партнерство слід розглядати як важливий та ефективний інструмент процесу соціально-економічного розвитку держави, його регіонів, міст та локальних територій в сфері публічних соціально-економічних послуг. Державний сектор, як і партнери з приватного сьогодні задається питанням, які соціально-економічні послуги потрібно залишити собі, а для надання яких повинен бути залучений недержавний сектор економіки.

Питання для самоперевірки:

1. Назвіть основні пріоритети для сучасних підприємств.
2. Які концепції КСВ Ви знаєте?
3. Охарактеризуйте зміст зарубіжних моделей КСВ.
4. Виділіть особливості сучасної національної моделі КСВ.
5. Перелічте підходи до управління КСВ, вкажіть їх особливості.
6. Охарактеризуйте систему управління КСВ.
7. Розкрийте основні елементи що входять до складу організаційно-економічного механізму управління КСВ.
8. Досягнення балансу яких показників потрібно при здійсненні компанією соціальних програм?
9. Реалізацію яких етапів включає політика управління соціальної відповідальності
10. Які вигоди отримують страхові компанії запроваджуючи КСВ?
11. Розкрийте цілі та етапи внутрішнього контролю за реалізацією політики КСВ на підприємстві.
12. Чим обумовлена необхідність державної політики щодо стимулювання КСВ?
13. Які аспекти гальмують впровадження КСВ в Україні?
14. Наведіть заходи посилення соціальної відповідальності підприємств в Україні.

Список використаних джерел:

1. Валитов Ш. М. Взаимодействие власти и бизнеса. Сущность, новые формы, тенденции, социальная ответственность / Ш. М. Валитов, В. А. Малыгин. - М. : Экономика, 2009. - 207 с.

2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : практики діяльності // М. А. Саприкіна, М. А. Саєнсує, А. Г. Зінченко, О. М. Ляшенко та ін. (за науковою редакцією д. е. н., проф. засл. діяча науки та техніки України Редькіна О. С.). - К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. - 480 с.
3. Попов О. Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління : монографія / О. Є. Попов - Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. - 390 с.
4. Нусінок Б.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: передумови тановлення та розвитокв України / **Б. Я. Нусінов, А.В. Ярова** // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 -С. 306-309
5. Дубницький В.І. Корпоративна соціальна відповідальність в котексті розвитку державно-приватного партнерства / В.І. Дубницький, В.В. Комірна, Н.М. Чуприна // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 74-87
6. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. дора екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2010. — С. 192
7. Neal Geoffrey, Paul Garret Corporate Social Responsibility // An Economic and Financial Framework, 2004.].
8. Захарчин Г.М. Соціально-орієнтований менеджмент: об'єктивна необхідність і суть / Г.М. Захарчин // Проблеми управління. Національний університет “Львівська політехніка”, кафедра менеджменту організацій – 2008. – 125-129 с.
9. Баюра Д.О. Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю в умовах глобалізації / Д.О. Баюра // Экономика и управление № 1 - 2012г. - 65-69с.
10. Гетьман О.О. Соціально-відповідальний бізнес: Україна та світові реалії / О.О. Гетьман, М.В. Шефер // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 –С. 121-131
11. Виступ Джока Мендози-Вілсона, Директора з міжнародних зв'язків і відносин з інвесторами Компанії СКМ у рамках Національної конференції з корпоративної соціальної відповідальності, Тбілісі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scm.com.ua/uk/media-centre/speech/view/31/>
12. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В. А. Євтушенко // Вісник НТУ «ХПІ». 2013 №46(1019). – 53-63с.
13. Шмиголь Н.М. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством: стратегії, дохід, ефективність / Шмиголь Н.М., к.е.н., доцент, докторант // Вісник Запорізького національного університету №1(4), 2009. – 212-216 с.
14. Проектування організаційної структури управління, суть, принципи, етапи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-3096-1.html>
15. Шишкова Н.Л. Внутрішній контроль соціальної відповідальності підприємств / Н.Л. Шишкова // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.1 –С. 298-305
16. Кобзар Н.І. Теорія та практики соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н.І. Кобзар, В.Ф. Левченко, О.М. Кірієнко // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 112-120.
17. Друкер, Питер, Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ.: - М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. - 398 с.

ТЕМА 4. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН РОБОТОДАВЦІВ ІЗ ПРАЦІВНИКАМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. Принципи і практика партнерства між роботодавцями та працівників.

2. Права працівників на робочому місці.

3. Необхідність і міра державного регулювання трудових відносин.

1. Принципи і практика партнерства між роботодавцями та робітниками.

Впроваджуючи КСВ роботодавці, по-перше, намагаються, не порушуючи законів і норм державного регулювання, збільшувати прибуток, тобто досягати запланованих економічних цілей; по-друге, вони повинні враховувати людські і соціальні аспекти впливу свого бізнесу на працівників.

Головні мотиви формування соціальної відповідальності у роботодавців:

- розвиток власного персоналу дозволяє не тільки уникнути плинності кадрів, але й залучати кращих фахівців на ринку;
- ріст продуктивності праці в компанії;
- поліпшення іміджу компанії, ріст репутації;
- реклама товару або послуги;
- висвітлення діяльності компанії в ЗМІ;
- стабільність і стійкість розвитку компанії в довгостроковій перспективі;
- можливість залучення інвестиційного капіталу для соціально-відповідальних компаній вище, ніж для інших компаній;
- збереження соціальної стабільності в суспільстві в цілому;
- податкові пільги;
- збільшення «цінності» компаній (90 % цінності носить не матеріальний характер).

Отже, виходячи з цього, КСВ містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності: 1) організаційне управління; 2) права людини; 3) трудові відносини; 4) етична операційна діяльність; 5) захист навколишнього середовища; 6) захист прав споживачів; 7) розвиток місцевих громад і співпраця з ними.

Але найголовнішими економічними і соціальними перевагами соціально відповідальних компаній, як доводить практика зарубіжних і вітчизняних компаній, є: довгострокове закріплення робочої сили, зменшення плинності робочих кадрів, підвищення конкурентоспроможності, закріплення відданості працівників ідеології корпорації, підвищення статусу корпорації у суспільстві, створення етичної системи відносин всередині корпорації тощо. Тому першочергова увага повинна бути приділена саме цьому напрямку КСВ, тобто встановленню партнерства роботодавців з працівниками.

Слід наголосити, що в цілому напрями і зміст соціальної відповідальності бізнесу в Україні відрізняються від західного, насамперед, тим, що переважна частина суб'єктів господарювання розглядає дане питання суто у правовому

розрізі. На відміну від "добровільності" західного підходу Табл. 4.1 містить приклади соціальної відповідальності зарубіжних підприємств.

Таблиця 4.1

Напрямки діяльності зарубіжних підприємств у сфері соціальної відповідальності

Назва компанії	Напрямки діяльності
Cargill (США)	<ul style="list-style-type: none"> – енергоефективність, створення і використання альтернативних джерел енергії; – зниження викидів парникових газів і споживання питної води; – активний учасник неурядових організацій із безпеки та – доступності продуктів харчування; – удосконалення практик із вирощування сільськогосподарських культур і поліпшення умов праці в ланцюжку поставок компанії.
NobleGroup (США)	<ul style="list-style-type: none"> – інвестиції в проекти зі скорочення викидів парникових газів в Індії, Китаї, Кореї, Бразилії, Аргентині, Еквадорі; – активна участь у програмі Clinton Global Initiative, присвяченій реалізації проектів з екології та в соціальній сфері; – навчання і просування методів зниження парникових газів серед партнерів і місцевого співтовариства; – благодійні проекти щодо боротьби з бідністю та економічною відсталістю регіонів.
Dell (США)	<ul style="list-style-type: none"> – скорочення впливу на навколишнє середовище в результаті своєї діяльності і надання клієнтам можливості робити те ж саме; – просування соціальної відповідальності та дбайливого ставлення до природи в галузі та каналі поставок; – просування ролі технологій у боротьбі зі зміною клімату.
Marubeni (Японія)	<ul style="list-style-type: none"> – проекти зі створення альтернативних джерел енергії; – освіта співробітників компанії та вдосконалення умов праці; – проекти із забезпечення безпеки продуктів харчування; – інвестиції в соціальну сферу та охорону навколишнього середовища.

В Україні концепція соціальної відповідальності бізнесу також стає характерною рисою успішних компаній зі світовим ім'ям, наприклад, агропромислового комплексу (табл. 4.2). Такі організації привертають до себе увагу суспільства, інвесторів та акціонерів, підвищують конкурентоспроможність свого бізнесу.

Як показує аналіз першими, хто активно несе ідею КСВ в практику української економіки – це присутні на українському ринку іноземні компанії, які мають свої представництва в Україні (компанія «Ернст енд Янг», яка є міжнародним лідером з аудиту та консалтінгу; корпорація «Майкрософт» – визнаний світовий лідер у галузі розробки програмного забезпечення; американська косметична компанія «Мері Кей»; компанія «Nestle» – найбільший виробник продуктів харчування на світовому ринку). Це великі українські компанії міжнародного рівня («Nemiroff» – перший український алкогольний бренд, який має офіційний статус міжнародного; ПАТ «Дніпроспецсталь» – міжнародна компанія з виробництва сталевих продукції; «Інтерпайп» – міжнародна компанія, яка входить до десятки найкрупніших виробників металевої продукції). Значна частка – це спільні підприємства з іноземними інвестиціями («Бритіш Американ Тобакко Україна»; україно-австрійське підприємство ТОВ «Фішер – Мукачево» та ін.). Українські

національні компанії, які діють на вітчизняному ринку («Люксоптика» – українська національна мережа оптик; «ДТЕК» – енергетична компанія України; компанія енергопостачання ВАТ «Прикарпаттяобленерго»; завод «Фіолент» та ін.) [1].

Таблиця 4.2.

Напрямки діяльності вітчизняних підприємств агропромислового комплексу у сфері соціальної відповідальності

Назва компанії	Напрямки діяльності
Астарта-Київ	– фінансова підтримка дитячих будинків, лікарень, будинків ветеранів, учасників війни, шкіл; – фінансування навчання учнів підшефних шкіл; – підтримка дитячих футбольних команд; – допомога у придбанні технічного обладнання.
Укрзернопром	– допомога лікарням, дитячим будинкам; – шефство над школами.
СварогВестГруп	– дотримується етичних правил ведення бізнесу у прозорий та відкритий спосіб (своєчасна сплата податків); – діяльність на покращення життя у територіальній громаді; – укладають угоди про соціальне партнерство з кожною територіально-адміністративною одиницею, на якій веде свою роботу.
Нібулон	– допомагає місцевим навчальним закладам, будинкам культури, бібліотекам у придбанні сучасного комп'ютерного, копіювального, музичного та іншого обладнання; – розроблено програму «Нібулонівський стандарт», відповідно до якої здійснюється допомога дитсадкам, інтернатам; – виділяє кошти на розвиток інфраструктури як Миколаєва, так і сільської місцевості: ремонт міських доріг, газифікацію, надання допомоги церквам, благодійним фондам, дітям-сиротам, інвалідам, організаціям ветеранів війни та праці, фінансова підтримка публікації літературних видавництв, закупівлю навчальної літератури для навчальних шкіл, побудову дерев'яної фортеці; – продаж і доставка зерна за собівартістю в рамках благодійної програми ООН гуманітарної допомоги мешканцям Ефіопії.
АВК	– закупівля літератури для соціально незахищених дітей.
Молочний альянс	– екологічні проекти (встановлення на виробничих підприємствах холдингу систем очищення стоків), інвестиції в даний проект складають біля EUR 6 млн.
Оболонь	– сприяння зменшенню викидів у атмосферу (поглиблення повторної переробки власної продукції); – запустили сайт «Споживай відповідально!», присвячений культурі споживання пива, а також відповідальному відношенню до будь-яких напоїв, які містять алкоголь.
Nemiroff	– дотримання етики бізнесу – орієнтація рекламних матеріалів на аудиторію старше, ніж 25 років; – ремонт і закупівля обладнання для спортивних майданчиків (програма «Спортивну Україну будуємо разом»).
Sintal Agriculture	– будують фундаментальні довгострокові відносини з орендодавцями з метою зниження впливу можливої дестабілізації на ринку у разі відміни мораторію на продаж землі.
Шостка/ Бел Україна	– здійснюють інвестиції в розвиток персоналу, соціальну інфраструктуру.
КОНТИ	– підтримка дитячих фестивалів; – надання допомоги постраждалим внаслідок стихійних лих; – фінансова підтримка кращих випускників вишів.
Tetra Pak	– використання матеріалів, зроблених із дерев, які вирощені у лісах, де дотримуються принципи раціонального природокористування.

В абсолютній своїй більшості – це великі приватні компанії, чисельність персоналу яких вимірюється, максимально, десятками тисяч співробітників (280 тис. осіб – «Nestle»; 140 тис. – «Ернст енд Янг»; 80 тис. – «Intel» та інш.), мінімально – 2-6 тис. осіб (3 тис. – ВАТ «Прикарпаттяобленерго»; 5 тис. – «Концерн Галнафтогаз»; 6 тис. - ПАТ «Дніпроспецсталь»). Серед проектів, які реалізуються ними в останні роки і є успішними, результативними, враховуючи основні напрямки розвитку КСВ, слід відмітити ті, які були пов'язані із інвестиціями у співробітників в плані забезпечення належних умов праці, охорони здоров'я, навчання і професійного росту.

Фахівці з КСВ вважають, що соціальна відповідальність це не привілей великих корпорацій з мільйонними прибутками, це об'єктивна необхідність, «правило життя», усвідомленні дії включенні в стратегію розвитку не залежно від розміру бюджету компанії. Справа ще в тому, що за характером та сферою своєї діяльності значна частка підприємств малого та середнього бізнесу об'єктивно обмежені в своїх бажаннях щодо росту (побутовий, обслуговуючий, готельний, ресторанний сервіс), тому головна їх мета, залишаючись в межах розміру свого бізнесу, бути успішними, а це не виключає активної роботи з КСВ, скоріше навпаки.

Робота, наприклад, невеликого ресторану або кафе має надзвичайно великі можливості діяльності за основними напрямками моделі корпоративної соціальної відповідальності. Перш за все, це робота із споживачами послуг (інтер'єр, дизайн, якість оформлення приміщення, місце розташування, вікова диференціація і все що з нею пов'язане, якість і форми обслуговування, можливо власний бренд, якість і особливості кухні, чистота, ціни, відповідність всього цього існуючим нормам і стандартам, тощо). Не менш важливою є екологічна діяльність – це створення невеликих власних «зелених зон», максимально комфортних умов і різноманіття відпочинку, це очищення води і енергозбереження, закупівля або власне виробництво екологічно чистих продуктів, утилізація відходів та інше. Різноманітними є і інші напрямки діяльності соціального, благодійного характеру, робота з місцевими органами державної влади, громадськими організаціями, населенням. Тому, суб'єкти малого і середнього бізнесу повинні приєднуватись до ідеї і практики КСВ, а держава повинна створювати належні умови їх функціонування, які б забезпечували мотивацію не виживання, а успішного розвитку, прозорість дій, формування ділової досконалості та стратегії розвитку, не залежно від масштабів діяльності, яка б відповідала інтересам усіх стейкхолдерів на рівні цього бізнесу, суспільства і не обмежувала б розуміння задач КСВ та реальних практик.

Узагальнити, систематизувати та оцінити практики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні та їх ефективність досить важко, особливо це стосується порівняльного аналізу. Інформація, яка міститься у нефінансових звітах неповна, не конкретизована і у більшості випадків, не відображає результативність впроваджених проектів і виглядає як перелік проведених заходів. На сайтах компаній нефінансова звітність своєчасно не поновлюється, тому складно простежити їх діяльність з КСВ в динаміці. Маємо

надію, що все це труднощі початкового періоду досить важливої справи, з огляду на її суть, значення та наслідки, як для самих компаній, так і для суспільства.

Однак, не зважаючи на певні недоліки та існуючі проблеми розвитку корпоративної соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу, реалізовані проекти свідчать про те, що для більшості учасників цього процесу ідеї КСВ вже стали частиною стратегії їх компаній, за допомогою якої вони виборюють своє місце у ринковому середовищі, забезпечують конкурентоспроможність, сталий та успішний розвиток, створюють свій імідж та вписують власні досягнення в історію сучасного бізнесу.

Перш за все, це відомий з 2012 року проект міжнародної компанії "Інтерпайп", яка виробляє щорічно майже 1 млн. тон унікальної сталевих продукції, споживачами якої є більше ніж 80 країн світу. Компанії вдалося створити 500 нових робочих місць і, як результат, збільшити надходження до бюджету та не бюджетних фондів на 150 млн. грн. Компанія наполегливо працює над розвитком усіх напрямків корпоративної соціальної відповідальності, а її програми, проекти включено до перспективного плану розвитку Дніпропетровської області.

Більшість роботодавців сьогодні визнає той факт, що продуктивність роботи персоналу залежить не тільки від професіоналізму та компетентності співробітників, але і від того, як вони ставляться до виконуваної роботи. Високий рівень задоволеності і лояльності спонукає співробітників докладати більше зусиль для якісного і своєчасного виконання своєї роботи, тим самим збільшуючи продуктивність підприємства та сприяючи досягненню її стратегічних цілей. Зниження рівня задоволеності і лояльності персоналу навпаки, гальмує розвиток підприємства, знижує результативність співробітників і збільшує вірогідність відходу цінних кадрів з організації. Тому дуже важливо вчасно розпізнати перші ознаки негативних змін та вжити відповідних заходів щодо виправлення ситуації.

З огляду на зазначене вище, актуальним для впровадження на підприємстві є *система моніторингу задоволеності і лояльності персоналу*, оскільки це найбільш ефективний спосіб поглянути на організацію очима самих співробітників і зрозуміти: співробітники сприймають зміни і нововведення; чи задоволені співробітники умовами праці та змістом виконуваної роботи; які проблеми і труднощі існують у взаєминах співробітників з керівництвом і колегами; які чинники здатні мотивувати співробітників працювати краще тощо.

Ставлення співробітників до своєї роботи залежить від ряду факторів, які в сукупності визначають ступінь задоволеності і лояльності персоналу. Можна виділити **6 ключових факторів**, що впливають на задоволеність і лояльність персоналу підприємства:

- взаємовідносини з колегами та керівництвом;
- зміст та характер роботи;
- відношення до цінностей та культури підприємства;
- оплата праці та пільги;
- сприйняття змін;

- навчання та розвиток.

Для оцінки задоволеності і лояльності персоналу в системі моніторингу персоналу доцільно використати спеціально розроблену методику «SSM» (Smart Satisfaction Monitoring), яка описана в дослідженнях сучасних фахівців з менеджменту. Опитувальник «SSM» дозволяє отримати точну і достовірну інформацію про рівень задоволеності і лояльності співробітників по 6 ключових факторах. Отримана інформація дозволяє керівництву підприємства своєчасно виявити «проблемні зони» в системі управління персоналом і вжити адекватні заходи щодо підвищення результативності, задоволеності і лояльності співробітників [2].

Найважливішим компонентом соціального підприємства є сучасна етика соціально-трудова відносин. Справа не в тому, що підприємець став більш «гуманним» і «демократичним» по відношенню до своїх працівників. Він як і колись прагне до економічної вигоди, але, щоб досягти цього, він повинен мати інструмент, що дозволяє згуртувати корпоративне співтовариство, усвідомлювати спільність інтересів. **Корпоративна етика соціально-трудова відносин можлива за певних умов**, коли:

- підприємець розуміє зростаючу роль соціальної функції, що знаходить відображення в чітко сформульованій місії корпорації;
- всі учасники підприємства безпосередньо зацікавлені в кінцевому результаті господарської діяльності корпорації;
- розподіл результатів господарської діяльності відбувається за принципом обопільної і добровільної згоди «Do ut des» - «даю, щоб і ти мені дав». Іншими словами, підприємець готовий платити значно більше, але за умови, що праця буде висококваліфікованою і ефективною. Досвід країн розвиненої ринкової економіки свідчить, що такі умови вже існують на багатьох підприємствах, які називають соціальними [2].

2. Права працівників на робочому місці

Для того щоб соціальна відповідальність роботодавця була не декларативною, а набула цивілізованих форм і змісту, стала реальністю, необхідним є запровадження системи організаційно-економічних, правових механізмів та заходів, і перш за все, тих, які стосуються регламентації прав працівників.

Право на працю є одним із найбільш важливих соціально-економічних прав і визначає можливість людей займатися працею для забезпечення як свого матеріального добробуту, так і духовного розвитку в умовах свободи та гідності, економічної безпеки та рівних можливостей [4].

Право громадян України на працю, — тобто на одержання роботи з оплатою праці не нижче встановленого державою мінімального розміру, — включаючи право на вільний вибір професії, роду занять і роботи, забезпечується державою. Держава створює умови для ефективної зайнятості населення, сприяє працевлаштуванню, підготовці і підвищенню трудової кваліфікації, а при

необхідності забезпечує перепідготовку осіб, вивільнюваних у результаті переходу до ринкової економіки.

Працівники реалізують право на працю шляхом укладення трудового договору про роботу на підприємстві, в установі, організації або з фізичною особою. Працівники мають право на відпочинок відповідно до законів про обмеження робочого дня та робочого тижня і про щорічні оплачувані відпустки, право на нешкідливі і безпечні умови праці, на об'єднання в професійні спілки та на вирішення колективних трудових конфліктів (спорів) у встановленому законом порядку, на участь в управлінні підприємством, установою, організацією, на матеріальне забезпечення в порядку соціального страхування в старості, а також у разі хвороби, повної або часткової втрати працездатності, на матеріальну допомогу в разі безробіття, на право звернення до суду для вирішення трудових спорів незалежно від характеру виконуваної роботи або займаної посади, крім випадків, передбачених законодавством, та інші права, встановлені законодавством [5].

Одним із головних документів, який забезпечує чітке виконання службових обов'язків працівниками, є *Кодекс законів про працю України* (КЗпП). Кодекс законів про працю України трактує вимоги до трудової діяльності громадян в Україні і регулює трудові відносини всіх працівників, сприяючи зростанню продуктивності праці і поліпшенню її якості. Кодекс законів спрямований на охорону трудових прав працюючих [6].

У випадках порушення трудових прав працівнику самотужки важко щось протиставити «могутньому босу», що в кінцевому випадку, як свідчить практика, призводить до незаконного звільнення або навіть невиплати належної заробітної плати та інших порушень законодавства про працю.

Поодинокі працівників легше зламати: залякати, звільнити, затягати по судах. І в цьому контексті дуже важлива роль профспілок, оскільки чим більше працівників об'єднуються для захисту своїх порушених прав, тим вони сильніші, тим ефективніше вони можуть захистити свої права та домогтись виконання роботодавцем законних вимог трудового колективу [4].

Професійні спілки створюються з метою здійснення представництва та захисту трудових, соціально-економічних прав та інтересів членів профспілки. (частина перша статті 2 в редакції Закону N 2886-III (2886-14) від 13.12.2001)

Діяльність профспілок будується на принципах законності та гласності. Інформація щодо їх статутних і програмних документів є загальнодоступною [7].

Універсальним міжнародним джерелом соціальних стандартів у галузі соціального забезпечення є конвенції Міжнародної організації праці (МОП), яка була створена 28 червня 1919 р. Головним органом МОП є Міжнародна конференція праці, основний зміст роботи якої полягає в розробці та прийнятті Конвенцій і Рекомендацій щодо регулювання умов праці та соціального захисту.

Конвенція — це міжнародний договір. Для взяття зобов'язань за конкретною конвенцією держава має її ратифікувати. Метою конвенції є створення оптимальних правових моделей щодо покращання умов праці та встановлення мінімальних соціальних стандартів.

Рекомендації МОП містять положення рекомендаційного характеру для держав щодо приведення норм національного законодавства у відповідність до конвенцій МОП і не є обов'язковими. Водночас їх і не слід недооцінювати. В рекомендаціях є не лише норми-тлумачення, а й норми-доповнення [8].

Одним із значущих світових орієнтирів у розвитку питань корпоративної соціальної відповідальності стала Міжнародна ініціатива ООН – Глобальний договір ООН (Global Compact). Ініціатива Глобального договору була започаткована Генеральним Секретарем ООН Кофі Аннаном на Всесвітньому економічному форумі 1999 р. Світові лідери бізнесу були запрошені приєднатися до глобальної ініціативи (Глобального договору, ГД), яка б поєднала компанії з агенціями ООН, трудовими та громадськими організаціями заради підтримки десяти універсальних принципів у сферах прав людини, стандартів праці, охорони навколишнього середовища та протидії корупції. Дію Договору спрямовано на залучення корпорацій до розв'язання глобальних проблем цивілізації.

Десять універсальних принципів Глобального договору орієнтовані на втілення практик відповідального бізнесу у сферах прав людини, стандартів праці, екологічної відповідальності та боротьби із корупцією. ГД не передбачає якогось "нагляду" чи суворої оцінки діяльності компанії. Він базується виключно на добровільних ініціативах бізнесу щодо підтримки принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності, втілення принципів Глобального договору в ділову стратегію, корпоративну культуру та свою повсякденну ділову практику.

Принципи глобального договору ООН:

Права людини.

Принцип 1: Ділові кола мають підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством.

Принцип 2: Ділові кола мають забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

Принципи праці/Трудові принципи.

Принцип 3: Ділові кола мають підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на укладання колективних угод.

Принцип 4: Ділові кола мають виступати за викорінення всіх форм примусової праці.

Принцип 5: Ділові кола мають сприяти повному зникненню дитячої праці.

Принцип 6: Ділові кола мають виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

Екологічні принципи.

Принцип 7: Ділові кола повинні дотримуватися превентивного підходу до екологічних проблем.

Принцип 8: Ділові кола мають здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища.

Принцип 9: Ділові кола мають сприяти розвитку і поширенню екологічно безпечних технологій.

Антикорупційні принципи/Протидія корупції.

Принцип 10: Ділові кола повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включно зі здирництвом та хабарництвом [9].

Найстаріша ініціатива в галузі соціальної відповідальності бізнесу була запропонована в 1977 році єпископом Леоном Салліваном. Прийняті в 1999 році принципи являють собою розширену версію добровільного кодексу поведінки для компаній, що ведуть бізнес в ПАР. Компанії-учасники добровільно приймають на себе зобов'язання слідувати цим принципам і щорічно звітують про досягнуті успіхи.

Головна мета цих принципів, за Салліваном, є "підтримка економічної, соціальної та політичної справедливості компаній, які займаються бізнесом», включаючи повагу прав людини та рівних можливостей для всіх народів.

Принципи Саллівана:

- 1) рівні можливості для службовців, незалежно від кольору шкіри, раси, віку, етнічної приналежності або релігійних вірувань;
- 2) неприпустимість дитячої праці, фізичного покарання, образи жінок;
- 3) забезпечення безпеки робочого місця, захист здоров'я і навколишнього середовища;
- 4) співпраця з спільнотою, в якому працює компанія, з метою поліпшення якості життя, підвищення культурного, економічного і соціального добробуту суспільства, прагнення забезпечувати навчання та працевлаштування для людей з бідних верств населення [10].

3. Необхідність і міра державного регулювання трудових відносин.

На сучасному етапі ринкових перетворень суспільних відносин виникає об'єктивна необхідність державного регулювання (втручання) у процеси взаємовідносин роботодавців і працівників, а також реалізації концепції соціально орієнтованого національного ринку праці. Сучасний український ринок праці поки не є в повній мірі цивілізованим, оскільки такий просто не може виникнути в умовах ринкової стихії, по-перше, без відповідних позитивних зусиль всіх суб'єктів даного ринку і, по-друге, без чітко означеного прагнення держави сприяти появі такого ринку [11].

В теорії економіки праці та управління персоналом в аналізі відносин щодо послуг найманої праці використовуються два поняття: трудові відносини і соціально-трудові відносини. Обидва поняття мають підґрунтя для свого існування. Поняття трудових відносин фіксує факт товарного характеру робочої сили. Поняття «соціально-трудові відносини» вживається для того, щоб підкреслити специфіку, відмінність товару робочої сили від всіх інших товарів та товарних ринків. Справедливо звертають увагу юристи на те, що вживанням поняття «соціально-трудові відносини» влада нагадує роботодавцям про необхідність дотримуватися у відносинах з найманими робітниками вимог загальнолюдських цінностей.

За характером трудові відносини, як відомо, можуть носити конфліктний, антагоністичний характер або партнерський, консенсусний. Партнерський характер трудових відносин формується їх суб'єктами усвідомлено на підставі

соціального діалогу. В силу цього необхідно розрізняти соціальне партнерство як тип трудових відносин і інститут. Формування партнерського характеру трудових відносин є функцією саме інституту соціального партнерства, тобто соціального діалогу.

Загальноприйнятою точкою зору є визначення партнерського характеру трудових відносин як відносин, що укладаються на основі узгодження економічних інтересів їх суб'єктів, тобто найманих працівників і роботодавців. В процесі праці у відносинах між суб'єктами можуть виникати роздрібності, конфлікти. В такому разі партнери повинні сісти за стіл переговорів і узгодити свої позиції, інтереси [12, с. 49-50].

Українській моделі узгодження взаємовідносин роботодавців з працівниками притаманні риси класичного трипартизму, а саме регулювання трудових, соціально-економічних відносин на основі рівноправної взаємодії та співпраці організацій, що представляють інтереси найманих працівників, об'єднання роботодавців і держави. Така система соціального партнерства започаткована Указом Президента України «Про створення Національної ради соціального партнерства» від 27 квітня 1993 р.

Відповідно, соціальне партнерство здійснюється у таких формах:

- колективні переговори з підготовки проектів колективних договорів;
- забезпечення гарантій трудових прав працівників і вдосконалення трудового законодавства;
- участь працівників і їх представників в управлінні підприємством;
- участь працівників і роботодавців у розв'язанні трудових суперечностей.

Забезпечувати належний рівень існування системи соціального партнерства покликане колективно-договірне регулювання соціально-трудова відносин, яке реалізується на різних рівнях управління (табл. 4.3).

Однак, інститут соціального партнерства не впливає належним чином на покращення соціальної ситуації в країні, нерідко створює соціальну напругу у суспільстві. Підтвердженням цього є результати соціологічних опитувань, які свідчать про наявність у населення України високого рівня протестних настроїв. У 2013 р. Національною службою посередництва та примирення було зафіксовано 160 колективних трудових спорів, 26 страйків і 48 акцій соціального протесту. Відбулося 13 акцій соціального протесту та 3 колективних припинення роботи, в яких взяли участь близько 16 тис. найманих працівників. Було зафіксовано 489 чинників дестабілізації [13, с. 8-10].

Зазначене свідчить, що партнерським характеру трудових відносин в Україні можна назвати лише умовно. ***Напрями, за якими формування партнерського характеру трудових відносин, може стати реальність:***

- реформування влади. Зараз вона за організацією та законами, правилами діяльності є владою номенклатури, моно суб'єктом у всіх соціальних і трудових відносинах. Згідно законів ринкової організації та демократичного устрою держави вона повинна бути тільки одним із суб'єктів. Права, показники оцінки діяльності, відповідальність вищих посадових осіб держави повинні бути сформовані за світовими стандартами;

– професійні організації найманих працівників повинні бути виключно самостійні. Роботодавці не можуть бути членами профспілок, профспілкам не слід розташовувати свої офіси на територіях своїх роботодавців, оскільки це шлях керівництва до особистої унії з роботодавцями;

– підсилити роль інституту соціально партнерства, через удосконалення його організаційної структури. Необхідно створити науково-дослідницький інститут, метою якого буде за економічними законами сучасної ринкової економіки розробляти параметри, норми партнерського характеру трудових відносин з широким їх обговоренням в суспільстві;

– ввести механізм реальної відповідальності представників суб'єктів соціальних партнерів за прийняття та виконання колективних угод та договорів [12, с. 51].

Таблиця 4.3.

Рівні колективно-договірного регулювання соціально-трудових відносин

Рівні колективно-договірного регулювання	Види угод	Представники сторін партнерства
Національний рівень	Генеральна угода	1) професійні спілки та їх об'єднання з всеукраїнським статусом в особі уповноважених ними органів; 2) об'єднання організацій роботодавців із всеукраїнським статусом в особі уповноважених ними органів; 3) Кабінет Міністрів України
Галузевий (міжгалузевий) рівень	Галузева (тарифна) угода	1) професійні спілки та їх об'єднання в особі уповноважених ними органів, що об'єдналися в межах відповідної галузі (кількох галузей); 2) організації роботодавців та їх об'єднання в особі уповноважених ними органів, що об'єдналися в межах відповідної галузі (кількох галузей); 3) міністерства, відомства, інші центральні органи виконавчої влади
Територіальний рівень	Регіональна угода	1) професійні спілки та їх об'єднання в особі уповноважених ними органів, що об'єдналися в межах відповідних адміністративно-територіальних одиниць; 2) організації роботодавців та їх об'єднання в особі уповноважених ними органів, що об'єдналися в межах відповідних адміністративно-територіальних одиниць; 3) місцеві органи державної виконавчої влади
Виробничий рівень	Колективний договір	1) один або кілька профспілкових або інших уповноважених на представництво трудовим колективом органів; 2) роботодавець або уповноважений ним орган

Щодо проблем національного ринку праці, то вони продовжують накопичуватись, зокрема: зниження рівня доходів населення, соціальної

захищеності працівника, невиконання (або звуження) обов'язків роботодавців перед працівниками, зростання рівня офіційного та прихованого безробіття, загострені нестабільним розвитком економіки України та світової економіки за останні роки, потребують нових підходів до регулювання відносин у сфері поведінки суб'єктів ринку праці.

До сфери соціальної відповідальності на ринку праці належить коло проблем взаємовідносин працівників, роботодавців, влади, рішення яких не входить номінально до сфери державного регулювання, але вкрай важливе для гармонійних відносин у суспільстві (табл. 4.4) [11].

Таблиця 4.4.

**Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці
і гармонізація відносин у суспільстві**

<i>ПРАЦІВНИКИ</i>	<i>РОБОТОДАВЦІ</i>	<i>ВЛАДА</i>	<i>СУСПІЛЬСТВО</i>
Цільові орієнтири			
Високий рівень та якість життя	Ефективне виробництво, зайнятість	Гарантія соціальної безпеки в регіоні	Сталий соціально-економічний розвиток
Основні інтереси			
<ul style="list-style-type: none"> • активна трудова діяльність; • гідна оплата праці; • захист життя, здоров'я, майна; • соціальний пакет (медичне, пенсійне страхування, дитячі садки, дома відпочинку); • поліпшення умов праці, морально-психологічного клімату в колективі; • повага прав особистості; • підвищення рівня освіти; • розвиток творчих здібностей 	<ul style="list-style-type: none"> • розширення попиту на вироблену продукцію; • розвиток бізнесу; • поліпшення іміджу підприємства; • підвищення задоволеності та зацікавленості робітників; • підвищення привабливості на ринку праці; • управління ризиками в соціальній сфері; • зміцнення взаємовідносин з владою; • захист власності; • підвищення інвестиційної привабливості; • престиж на міжнародному ринку 	<ul style="list-style-type: none"> • контроль над соціальною ситуацією в регіоні; • стимулювання вирішення соціальних проблем роботодавцями; • підвищення привабливості регіонального ринку праці; • закріплення працездатного населення в регіоні; • заохочення діяльності місцевої адміністрації вищими органами влади; 	<ul style="list-style-type: none"> • створення нових робочих місць; • створення соціальних об'єктів (дитячих садків, шкіл, лікарень, спортивних споруд); • розвиток сфери освіти; • проведення культурно-масових, спортивних заходів; • зниження рівня соціальної напруженості; • благоустрій населених пунктів; • зниження шкідливих впливів на навколишнє середовище; • формування соціальної інфраструктури
Очікувані результати			
Активна життєдіяльність, задоволення від роботи, впевненість у завтрашньому дні	Зростання прибутку, підвищення конкурентоспроможності	Стабілізація діяльності, суспільне визнання і авторитет	Добробут

Кожен з учасників соціальних відносин (працівники, роботодавці, влада), маючи розумні інтереси, що тісно переплітаються, зобов'язаний робити свій внесок у розвиток соціальної відповідальності, яка вже перестає бути виключно корпоративною справою. Ці три суб'єкти економічно зацікавлені один в одному і, відповідно, кожен до певної міри має взяти на себе тягар соціальної відповідальності. Найманій працівник зацікавлений у роботодавцеві, що створює робочі місця та гарантує стабільну зайнятість і певний рівень трудового доходу. Роботодавець зацікавлений у найманій праці як єдиному факторі виробництва, який забезпечує створення товарів і послуг та отримання прибутку. Влада

зацікавлена у збереженні соціальної стабільності і тому виступає як гарант та координатор забезпечення соціального захисту людини в суспільстві.

Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте цільові орієнтири та очікувані результати соціальної відповідальності роботодавців.
2. Охарактеризуйте досвід зарубіжних компаній в сфері КСВ.
3. Наведіть приклади використання інструментів КСВ по відношенню до працівників у вітчизняних компаніях.
4. Які принципи формування партнерського характеру трудових відносин?
5. Назвіть фактори лояльності персоналу.
6. Що являє собою корпоративна етика соціально-трудова відносин?
7. Які основні принципи Глобального договору ООН регламентують права працівників на підприємстві? Назвіть принципи Саллівана.
8. Сформулюйте напрямки вдосконалення формування партнерських трудових відносин в Україні

Список використаних джерел:

1. Кобзар Н.І. Теорія та практики соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н.І. Кобзар, В.Ф. Левченко, О.М. Кірієнко // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 112-120.
2. Зибарева О.В. Моніторинг задоволеності і лояльності персоналу сучасного підприємства як основа трансформації системи його стимулювання / О.В. Зибарева, Л.А. Гомба [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/18_DNI_2010/Economics/68889.doc.htm
3. Корпоративна етика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrbukva.net/36695-Korporativnaya-etika.html>
4. Щорічні доповіді про права людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1245859812>
5. Основні трудові права працівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crimealawyers.com/osnovn-trudov-prava-prats-vnik-v>
6. Основи охорони праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/9/884.html>
7. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1999, № 45, ст.397 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1045-14>
8. Право соціального захисту. Становлення і розвиток в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://readbookz.com/book/173/5572.html>
9. Принципи Глобального договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.psy.kpi.ua/index.php/principles-globalcompact>
10. Глобальные принципы Салливана [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://greenevolution.ru/enc/wiki/globalnye-principyu-sallivana/>
11. Національний ринок праці та його молодіжний сегмент: методологія, практика, перспективи розвитку: Монографія. / За редакцією академіка НАН України д.е.н., проф. Б.М. Данилишина. — Київ: Фенікс, 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rvps.kiev.ua/PUBLIK/Mono56.html>
12. Чернявська Є.І. Про партнерський характер трудових відносин / Чернявська Є.І., // Перспективи розвитку фінансової системи: економічні та інноваційні аспекти. Матеріали міжнародної науково-практичної конвенції – Д.: «Перспектива», 2014. – 116с.
13. Макара О. В. Перспективи формування ефективної моделі соціального партнерства / О. В. Макара // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана", Український Союз промисловців і підприємців, Ін-т світової екон. і міжнар. відносин НАН України ; голов. ред. А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2014. – № 34.- 208 с.

ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ ВІДНОСИН БІЗНЕСУ ІЗ ЗОВНІШНІМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. Поняття стейкхолдерів.

2. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності

3. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід

1. Поняття стейкхолдерів.

В україномовних літературних джерелах соціально-економічних суб'єктів, які оточують підприємство або є його частиною, називають “стейкхолдерами”, “групами впливу”, “групами інтересів” та “зацікавленими сторонами”. Діяльність підприємства пов'язана із взаємодією з широким колом стейкхолдерів, які функціонують як всередині організації, так і за її межами.

Широкий спектр теорій, розроблених у попередньому сторіччі, таких як SWOT-аналіз, теорія п'яти сил конкуренції Портера, теорія ланцюга створення вартості, агентська теорія, давали тільки часткову відповідь на питання про взаємодію підприємства із його стейкхолдерами.

Поняття “stakeholder” прийшло в українську науку із західних літературних джерел. Часто в наукових працях немає чіткого розмежування між поняттям “stakeholder” та іншими, наведеними вище поняттями. Процеси взаємодії підприємства із стейкхолдерами досліджували такі вчені: T. Donaldson, L. Preston, R. Freeman, S. Jurgens, P. Johansson, S. Zadek [1-5].

Вперше згадка про групи економічного впливу з'явилась у працях німецького соціального теоретика E. Orts, який ввів поняття “stakeholder” (власник частки) в наукову літературу [7]. Деякі форми теорії стейкхолдерів існували з часів заснування теорії “індустріалізму”.

Зважаючи на відносну давність поняття “stakeholder”, воно зазнавало суттєвих змін та суттєво розвинулось протягом періоду свого існування. У XX – XXI ст. було запропоновано значну кількість визначень поняття “stakeholder”.

Очевидно, що розуміння “stakeholders” як групи економічного впливу випливає із перекладу з англійської мови цього поняття. “Stakeholder” в перекладі з англійської означає “організатор спільної справи”. Крім того, дане слово складається із двох частин “stake” та “holder”. “Stake” означає частка, а “holder” власник, тобто прямий переклад терміна “stakeholder” означає власник частки, інтересу або власності [8, с. 5]. Одночасно економічне розуміння терміну “stakeholder” передбачає наявність впливу соціально-економічного суб'єкта на діяльність організації.

Доцільно наголосити, що в англійській літературі використовується як поняття “stakeholder” (соціально-економічний суб'єкт) в однині, так і поняття “stakeholders” (набір соціально-економічних суб'єктів – в деяких випадках груп економічного впливу) в множині. Поняття “stakeholders” (в множині) часто використовується для відображення декількох соціально-економічних суб'єктів, які мають подібний вплив на діяльність підприємства (аспект діяльності

підприємства). У такому випадку “stakeholders” означає групу економічного впливу. Розуміння як поняття “stakeholder” (певний соціально-економічний суб’єкт), так і поняття “stakeholders” (група економічного впливу) є важливим у контексті цього дослідження.

Отже, **стейкхолдери** – це групи економічного впливу підприємства, які мають фактичний вплив на певні етапи ланцюга створення вартості, прийняття управлінських рішень на підприємстві, можуть сприяти або перешкоджати досягненню цілей організації, а також обмежувати її доступ до певних видів ресурсів або такий вплив може бути потенційним, тобто виникати внаслідок або діяльності підприємства, або таких соціально-економічних суб’єктів [6, с.292].

Відповідно, приналежність таких суб’єктів до певного аспекту діяльності організації фактично формує групу. Наприклад, набір споживачів, постачальників або державних органів влади фактично можна вважати групою. Відповідно, слово «група» використовується для того, щоб наголосити, що суб’єктів є декілька, зокрема в організації працює, як правило, декілька працівників, купує продукцію декілька споживачів та оточує декілька неурядових організацій.

Ключовими стейкхолдерами в КСВ є споживачі, профспілки або інші об’єднання працівників, органи державної влади, недержавні громадські організації, комерційні організації/бізнес-організації, науково-дослідні організації, навчальні заклади (рис. 5.1).

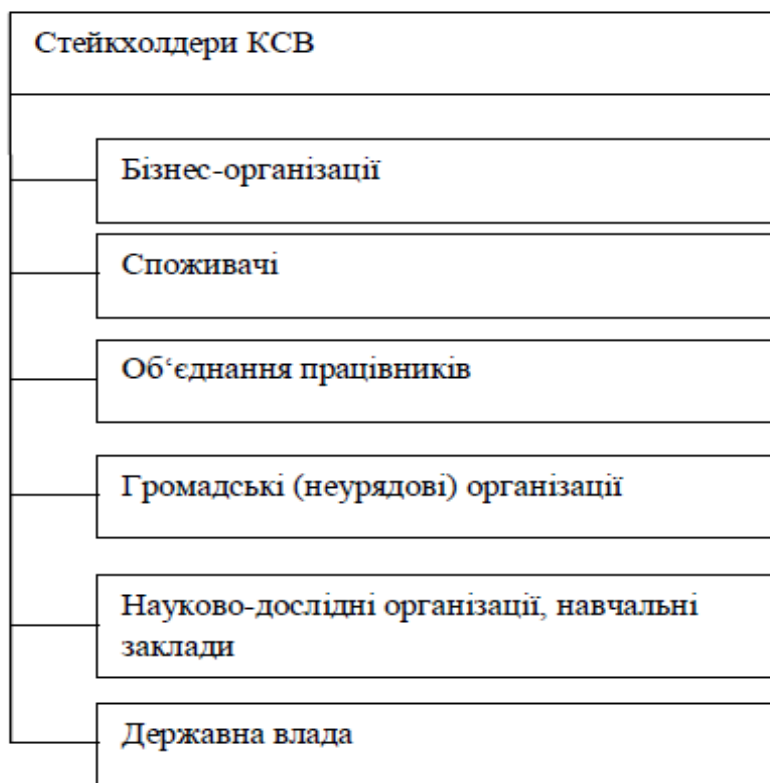


Рис. 5.1. Групи стейкхолдерів

Виходячи із наведеного вище, термін “stakeholders” можна розглядати як групу соціально-економічних суб’єктів, вплив яких на діяльність підприємства (аспект діяльності підприємства) є подібним та може реалізовуватися через інтерес та право власності в діяльності організації. Наголосимо, що можливі

ситуації, коли до групи економічного впливу належить один соціально-економічний суб'єкт (стейкхолдер). У такій ситуації поняття “stakeholder”, “stakeholders” та “група економічного впливу” є синонімами.

2. Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності

Стейкхолдери можуть мати різні типи відносин із підприємством, а саме можуть впливати на діяльність організації; знаходитися під впливом організації; одночасно як знаходитися під впливом, так і впливати на діяльність організації; взаємовплив між зацікавленими сторонами та підприємством на сьогодні відсутній, але може виникнути в майбутньому (рис. 5.2).

Підприємство			
	Наявність впливу	Так	Ні
Стейкхолдер	Так	Взаємозалежність (1)	Вплив зацікавленої сторони на діяльність підприємства (2)
	Ні	Вплив підприємства зацікавленої сторони (3)	Відсутність суттєвого впливу зацікавленої сторони на діяльність підприємства, але наявність потенціалу щодо його виникнення в майбутньому (4)

Рис. 5.2. Типологія взаємовідносин підприємства із стейкхолдерами

Нагадаємо, що стейкхолдери – це особи або, які мають інтерес у здійсненні діяльності підприємства. Доцільно зазначити, що не всі зацікавлені сторони організації мають вплив на його діяльність. Наприклад, деякі екологічні організації мають інтерес в діяльності підприємства, але не мають важелів впливу на нього. Відповідно, всі соціально-економічні суб'єкти, які мають типи взаємовідносин з підприємством, відображені в квадратах (1) – (4) (рис. 1), називаються зацікавленими сторонами організації. Одночасно зацікавлені сторони (стейкхолдери), які мають типи взаємовідносин із підприємством, відображені в квадратах (1), (2) та (4) (рис. 1), називаються групами економічного впливу.

Взаємодія підприємства із стейкхолдерами є основою низки управлінських теорій. Основною теорією, яка вивчає взаємодію підприємства з економічними та соціальними суб'єктами, є “stakeholder theory” [8, с. 315].

В Україні одночасна взаємодія підприємства з декількома стейкхолдерами здебільшого досліджено недостатньо. Зокрема, дослідження взаємовідносин підприємства із декількома стейкхолдерами в контексті корпоративної соціальної відповідальності наведено в підручнику за науковою редакцією О. Редькіної [9, с. 480].

Доцільно зазначити, що зростання динамічності зовнішнього середовища організації призводить до того, що більшість управлінських рішень треба приймати з урахуванням інтересів багатьох соціально-економічних суб'єктів та факторів. Прийняття управлінських рішень в організації при одночасному врахуванні інтересів декількох стейкхолдерів дасть змогу забезпечити їх

збалансованість щодо різних векторів взаємодії організації із зовнішніми та внутрішніми соціально-економічними суб'єктами.

При застосуванні підходу, який базується на врахування інтересів стейкхолдерів, не потрібно відкидати важливість власників організації, оскільки саме вони несуть найбільші ризики, які пов'язані із вкладенням власних коштів у діяльність підприємства. Одночасно інтереси інших стейкхолдерів повинні бути враховані більшою мірою, оскільки на сьогодні на українських підприємствах існує явна перевага у врахуванні інтересів власників підприємства порівняно із інтересами інших соціально-економічних суб'єктів.

Отже, стейкхолдери (зацікавлені особи) відіграють вирішальну роль у стимулюванні впровадження принципів соціальної відповідальності на підприємстві (табл. 5.1).

Таблиця 5.1.

Напрями взаємодії стейкхолдерів з підприємством

Основні групи	Підгрупи	Напрями взаємодії
Органи державної влади та місцевого самоврядування, регулюючі органи	Органи законодавчої та виконавчої влади. Органи, що здійснюють регулюючі та наглядові функції	Своєчасні виплати до бюджетів усіх рівнів, сплата податків, забезпечення зайнятості, угоди про співробітництво, дотримання законодавчих вимог
Акціонери та інвестори	Мажоритарні і міноритарні акціонери, інвестиційні банки, приватні інвестори, іноземні інвестори	Максимізація прибутку й віддачі на вкладений капітал, стабільність і перспективність компанії
Інститути фінансово-кредитної системи	Банки, кредитні організації, біржі, страхові організації	Виконання договірних зобов'язань, своєчасна оплата відсотків по кредитах
Бізнес-партнери, постачальники та підрядники	Іноземні й вітчизняні компанії, міжнародні організації та фонди, підрядні організації, постачальники устаткування і послуг	Виконання договірних зобов'язань і принципів бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці
ЗМІ та рейтингові агентства	Міжнародна, національна та регіональна преса, телебачення, інформаційні агентства, рейтингові агентства, експертні організації	Відкритість і прозорість діяльності, доступність для отримання інформації, готовність до діалогу
Співробітники підприємства	Кадри підприємств, профспілки, колишні працівники, потенційні працівники	Справедлива і своєчасна оплата праці, безпека праці, соціальні виплати і пільги, кар'єра, захист інтересів працівників
Громадські організації	Некомерційні організації	Виконання договірних зобов'язань і принципів бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці
Освітні установи	Вищі навчальні заклади і спеціальні навчальні установи	Залучення, навчання, адаптація та утримання молодих фахівців
Споживачі	Населення, закордонні споживачі, промислові та торговельні підприємства	Виконання договірних зобов'язань і дотримання бізнес-етики, довгострокова перспектива співпраці, надання якісної продукції
Населення територій присутності (місцеве співтовариство)	Об'єднання громадян, громадські організації, члени сімей працівників	Розвиток соціальної інфраструктури, охорона навколишнього середовища, розвиток спорту та освіти, поліпшення медичного забезпечення

Діяльність підприємства має приносити корисний ефект для стейкхолдерів, з якими воно здійснює взаємовигідну співпрацю. Це можливо при дотриманні підприємством принципів соціально відповідального ведення бізнесу, що дозволяє враховувати розбіжність інтересів стейкхолдерів, підвищувати ефективність управління підприємством. Встановлено, що для більшості підприємств основною перешкодою для впровадження принципів соціальної відповідальності, окрім відсутності коштів, є недостатнє розуміння важливості соціальної відповідальності [10]

Ще раз наголосимо, що врахування інтересів зацікавлених сторін (стейкхолдерів) при розробці та впровадженні політики соціальної відповідальності є необхідною і найважливішою умовою успішності КСВ-стратегії

Громадські (неурядові) організації (НГО) відіграють важливу роль у світовій економіці і у багатьох національних економіках та соціальних системах. Їх зусилля доповнюють діяльність урядового та бізнес-секторів щодо надання важливих послуг, підтримки і надії для тих, хто їх потребує в усьому світі [11].

За останні 15 років партнерство між громадськими організаціями і бізнесом набуло значного розвитку. Глобальна спільнота – включно із лідерами міжнародних урядових інституцій, «третього сектору» (так називають громадські організації) і бізнесу – усвідомлюють необхідність залучати бізнес до процесу міжнародного розвитку. Компанії мають потенціал, що може позитивно впливати на різні групи зацікавлених сторін.

Проте існує і певна стурбованість тим, що бізнес не завжди налаштований на потреби громади. Поряд із цим компанії, що прагнуть більшої відповідальності, не завжди володіють необхідними знаннями й навичками для впровадження програм сталого розвитку. З іншого боку, громадські організації мають відігравати важливу роль у розвитку як на національному, так і на міжнародному рівні, проте, часто обмежені в ресурсах і потенціалі, вони не в змозі ефективно реалізувати власні проекти. Тому партнерство між бізнесом і громадськими організаціями є важливою тенденцією на шляху вирішення спільних проблем.

Міжнародні організації, що спеціалізуються на економічному розвитку, визнають важливість міжсекторального партнерства, в тому числі партнерства між громадськими організаціями та бізнесом, в поширенні концепції сталого розвитку.

Варто зазначити, що партнерство між громадськими організаціями і бізнесом є для компанії одним із інструментів управління впливом і виправдання надій, покладених на неї урядами і громадами. Прагнення до впровадження більш відповідальних практик спонукало деякі компанії до пошуку громадських організацій, які могли б на партнерських засадах допомогти реалізувати власні рішення (проекти, програми). Зазвичай громадські організації мають вищий рівень довіри в суспільстві й іноді більш компетентні у вирішенні соціальних проблем і питань охорони навколишнього середовища. Тому компанія, що

співпрацює з громадською організацією, має більш позитивний суспільний імідж.

Останнім часом відмінності між бізнесом і громадськими організаціями стають дедалі більш розмитими. Головна різниця, яка досі залишається актуальною, – в тому, що, за словами експертів, громадські організації мають монополію на принципи, а компанії – на прибуток.

І все ж межа між цими секторами стає менш помітною через постійний розвиток зв'язків: обидва сектори починають користуватись однаковими термінами й методами, обидва говорять про брендінг, маркетингові ніші й задоволеність клієнтів. Звичайно, українським неурядовим громадським організаціям ще потрібно рости і розвивати свій потенціал для співпраці з бізнес-організаціями, але вже сьогодні є НГО, які можуть бути гарними партнерами для бізнесу.

3. Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід

Поглиблення процесів глобалізації та загострення конкуренції на національному ринку вимагає запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

Переорієнтації бізнесу на соціальне спрямування враховує дії компанії відносно середовища, в якому вона функціонує та її вплив на нього. Вагомого значення за такого розвитку набуває оточення компанії, яке представлено безпосередньо та опосередковано зацікавленими особами (стейкхолдерами) у діяльності компанії і складається з: партнерів, споживачів, працівників та їх представників, громади, в якій знаходиться компанія, неурядових організацій, фінансових інституцій, інвесторів, держави тощо.

Сукупна діяльність та активність зазначених вище зацікавлених осіб може істотно вплинути на: конкурентні переваги компанії; її репутацію; її здатність привертати та утримувати робітників, споживачів, клієнтів або користувачів; забезпечення внутрішньої мотивації працівників, у тому числі шляхом підвищення продуктивності їх праці; підвищення привабливості компанії для фінансових агентів (інвесторів, донорів, кредиторів тощо); її відносини із зовнішнім оточенням – партнерами, державою, ЗМІ, споживачами та громадою, в якій вона функціонує.

За визначенням проекту міжнародного стандарту ISO26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» зацікавленою стороною є особа або група осіб, що має інтерес у приймаємих рішеннях або діях компанії: є важливим джерелом ресурсної бази компанії; виявляють певний рівень очікувань щодо діяльності компанії; впливають на визначення її конкурентних позицій [12].

Приймаючи рішення про соціальну відповідальність компанія має враховувати наступні можливі співвідношення: між компанією та суспільством; між компанією та заінтересованими сторонами; між заінтересованими сторонами та суспільством.

Такі співвідношення мають будуватися навколо певних груп відносин, які, наприклад, у проекті міжнародного стандарту ISO26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», згруповані наступним чином: управління компанією; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; практики доброчесної діяльності; питання споживачів; залучення та розвиток громади.

«Бізнес – влада – бізнес» – у своїй діяльності компанія, що прагне реалізовувати заходи із соціальної відповідальності має будувати гармонійні відносини з органами влади, що будуються на дотриманні законів, несприятливі корупції та активній позиції щодо побудови діалогу влади з професійними організаціями та об'єднаннями, що представляють та захищають інтереси бізнесу. Відповідно влада, її органи, мають поважати бізнес та визнавати його роль у житті суспільства, відповідної громади, не створювати підґрунтя для виникнення корупції та запроваджувати діалог із бізнесом та організаціями, що представляють та захищають його інтереси.

«Бізнес – громада – бізнес» – співпраця із громадою, побудова конструктивного діалогу із громадою; всі значимі для оточення компанії рішення мають бути доведені до громадськості та обговорені із її відповідними уповноваженими органами на предмет їхньої користі або шкоди для громади. Відповідно громада у своїх відносинах із бізнесом, що розташований на її території, має дотримуватися певних правил, зокрема: не відмовлятися від діалогу, що його пропонує бізнес; намагатися включити в діалог якомога більшу кількість компаній, що знаходяться на відповідній території.

«Бізнес – споживачі – бізнес» – споживачі складають невід'ємну частину ведення бізнесу практично будь-якої компанії. Компанія повинна будувати максимально відверті та чесні відносини із своїми споживачами, використовуючи всі можливі способи їхнього інформування про властивості та особливості своєї продукції, діяльності чи послуг. При цьому основними способами досягнення цього можуть виступати: відкритий маркетинг, правдива інформація та справедливі контракти.

Саме за органічного поєднання названих та інших способів можуть бути максимально повно досягнуті такі цілі, як забезпечення здоров'я та безпеки споживача, формування політики відповідального споживання та сприяння її розвитку. Водночас споживачі, будуючи свої відносини із компанією, мають бути активними у прагненні дізнатися про продукт, послугу чи діяльність компанії більше за допомогою законних заходів; вступати в діалог з компанією; там, де це є можливим і доцільним, брати участь у реалізації компанією політики відповідального споживання [21].

«Бізнес – наймані працівники – бізнес» – переважно, компанія у побудові своїх відносин із працівниками, на додаток до заходів, передбачених законодавством, використовує колективний договір, систему персональних бонусів або поєднання цих механізмів. Політика соціальної відповідальності компанії обов'язково має передбачати активне включення працівників різного рівня компанії в різні етапи розробки, реалізації та оцінки ефективності виконання політики соціальної відповідальності компанії. При залученні

працівників компанія має дотримуватися наступних позицій: виконання передбачених законодавством та колективним договором обов'язків по відношенню до працівників; залучення до формування, реалізації та оцінки ефективності виконання політики соціальної відповідальності різних категорій працівників; виходити з принципів взаємної поваги та можливості врахування різних думок під час формування політики соціальної відповідальності.

Відповідно, працівники під час залучення до реалізації політики соціальної відповідальності компанії мають брати активну участь у різних заходах із розробки та реалізації політики соціальної відповідальності компанії; лояльно відноситися до можливостей виконання певних видів робіт, що можуть бути віднесені компанією до таких, що формують політику (або її частину) власної соціальної відповідальності.

«Бізнес – відношення до партнерів» – характеризується наступними ознаками: рівність, взаємоповага, добровільність ведення справ тощо. Етична складова, яку представляє практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу, додає до цих принципів чесність, доцільну прозорість своєї діяльності тощо. Компанії, що прагнуть будувати відносини із своїми партнерами на засадах соціальної відповідальності, мають формувати відповідну структуру управління, що сприятиме впровадженню етичної поведінки в рамках компанії та в її взаємодії з іншими партнерами; запобігати виникненню та вирішувати конфлікти інтересів в рамках компанії у максимально етичний спосіб.

Світовий досвід налагодження взаємодії між державою та бізнесом може допомогти Україні знайти свій шлях в цій сфері. Для економік, що розвиваються, партнерські відносини між державою та бізнесом залишаються одним з найбільш привабливих інструментів. Особливо значне зростання інвестицій в інфраструктуру з використанням механізмів взаємодії держави та бізнесу відбувається в Південно-Східній Азії, причому на Китай припадає до 90 % таких угод. Бразилія, Індія, Туреччина також демонструють високий рівень використання механізмів державно-приватного партнерства (ДПП).

У країнах Європи та США спостерігається нерівномірне використання ДПП. Як відзначають експерти, найбільш активно ДПП розвивається у Великобританії, Франції та Іспанії, оскільки саме в цих країнах найбільш інтенсивно проходили процеси реструктуризації інфраструктурних галузей, і законодавство було істотно скориговано під дані цільові завдання. Це дозволило створити вигідні умови для залучення іноземного приватного капіталу та розвитку інституту ДПП. В останні роки у зв'язку зі збільшенням масштабу проектів і необхідністю більш ефективного управління проектними ризиками стали розроблятися більш складні договірні та концесійні моделі. Так, наприклад, отримали розвиток так звані “гібридні” ДПП (Hybrid PPP) – співфінансовані за рахунок трьох джерел:

- 1) загальних фондів Євросоюзу;
- 2) національних фондів;
- 3) приватного капіталу.

Досить багато успішних проектів у галузі транспорту з використанням механізмів ДПП було реалізовано в Греції (аеропорт у Спарті, кільцева автодорога в Афінах, міст у Rion Antrion).

В жодній країні в системі влади неможливо уникнути конфлікту інтересів. Він впливає з об'єктивної природи відносин «держава-суспільство», що по суті є абстракцією. Для людини держава персоніфікується в реальній посадовій особі, що, маючи приватні інтереси й цінності, в силу професії зобов'язана представляти інтереси інших. В цьому – природа конфлікту інтересів, що породжує об'єктивну неминучість корупції в кожному державному апараті, де відбувається підміна інституту держави особою службовця.

Американський дослідник Г. Петерс вирізняє три головні способи взаємовпливу влади і бізнесу, які містять в собі суттєве підґрунтя для корупції.

По-перше: це американська практика «дверей, що обертаються» (revolving door), або «держави незнайомих» (government of strangers, за висловом Н. Helco). Під час такого способу люди протягом декількох років перебувають на державній службі, потім повертаються в бізнес і відтак знову потрапляють у владу.

По-друге: це японська і французька практика, під час якої люди працюють на чиновницьких посадах до досягнення певного рангу, після чого переходять у бізнес (так званий, «ефект ляпасів»). Цей спосіб взаємодії бізнесу і влади поширений в США у військовій сфері. В Японії служба в Міністерстві промисловості й торгівлі вважається логічним кроком у кар'єрному просуванні до вигідних посад у комерційних компаніях.

По-третє: це німецька практика, за якої державний службовець, не втрачаючи свого адміністративного статусу, має право вести активну й повноцінну політичну діяльність.

Якщо до цих способів взаємодії влади і бізнесу додати можливі переплетіння службової й підприємницької діяльності, то в результаті отримаємо складний «клубок» взаємозв'язків між владою й бізнесом, який непросто розплутати та вилучити з нього шкідливі для суспільних інтересів зв'язки. Тому для стимулювання й підвищення функціональної ефективності державної бюрократії навіть у Великобританії – країні з надзвичайно закритою системою державної служби – час від часу проводяться програми набору на державну службу для колишніх бізнесменів.

Проте всі ці поширені в світі способи взаємодії влади і бізнесу містять суттєві загрози й ризики для державних і суспільних інтересів. Чиновник, що залишає службу і переходить у бізнес, забирає з собою набуті на державній посаді знання, інформацію, навички та особисті зв'язки, які він може використовувати не на загальне благо, а в приватних та корпоративних інтересах. Тобто методи «ефекту ляпасів» та «дверей, що обертаються», при всій своїй ефективності, створюють підґрунтя для виникнення корупції й конфлікту між державними і приватними інтересами. Чи не найбільша небезпека – в тому, що колишній державний службовець, який переходить у бізнес, може забрати з собою цінну інформацію, необхідну комерційним структурам для створення привілейованого

становища порівняно з конкурентами та перемоги над ними. Тож неврегульованість цього проблемного питання може завдати значної шкоди конкурентності приватного сектора. До того ж, існує тіньова корупція, за якої службовець на адміністративній посаді виконує роль «внутрішнього й невидимого» лобіста інтересів певних комерційних структур, а його дії можуть і не супроводжуватися фактичним хабарництвом, оскільки винагорода за його послуги може мати ретельно замасковані й конспіративні форми. Зафіксувати такі приховані корупційні дії та інкримінувати їх службовцеві надзвичайно важко, а іноді й практично неможливо, адже для цього потрібна дуже витратна й ідеально організована система адміністративних методів і джерел інформації.

Чимало дослідників зазначає, що законодавство про державну службу має обов'язково містити норми, що обмежуватимуть негативні наслідки від згаданих основних способів взаємодії влади і бізнесу («ефектів ляпасів» та «дверей, що обертаються»), усуватимуть можливості суміщення службової посади з іншою оплачуваною або формально безоплатною діяльністю. Необхідність таких обмежень існує в кожній країні, оскільки вона пов'язана з об'єктивною природою будь-якого інституту державної служби.

Отже, оскільки в Україні досі не сформовано таких факторів, нам поки що не час виголошувати популістські гасла «про єдність влади і бізнесу» та широко відкривати двері інституту державної служби для бізнесменів і представників великого капіталу, які згодом знову повернуться в комерційну сферу, але вже з багажем навичок, зв'язків та інформації, які створюватимуть для них штучні конкурентні переваги.

Взаємовідносини бізнесу і держави набувають різних форм, але основоположні принципи цих взаємин у розвинених демократичних країнах мають певні характерні ознаки, а саме:

- держава визначає правові рамки, в яких здійснюється ділова активність;
- держава встановлює жорсткі рамки функціонування ринкових відносин, оскільки жодне суспільство не віддає всього на відкуп ринку, хоча кількість і масштаб обмежень істотно різняться в окремих країнах;
- держава виступає в ролі найбільшого споживача, про що свідчить частка ВВП, що контролюється;
- держава захищає інтереси своїх компаній за кордоном: у крайніх ситуаціях компанії можуть звертатися за допомогою до держави для того, щоб їх власність не була експропрійована або їх бізнес не був націоналізований тощо;
- держава підтримує стабільні економічні умови, під якими зазвичай розуміється припустимий рівень інфляції та безробіття;
- бізнес виступає в якості важливого постачальника ресурсів для держави (податки).

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення поняття стейкхолдери.
2. Які виділяють групи стейкхолдерів?
3. Які типи відносин можуть мати зацікавлені сторони з підприємством ?

4. наведіть зміст напрямів взаємодії підприємств з стейкхолдерами.
5. Розкрийте сутність співвідношення «Бізнес – влада – бізнес» у діяльності компанії.
6. Розкрийте сутність співвідношення «Бізнес – наймані працівники – бізнес» у діяльності компанії.
7. Які співвідношення бізнесу має враховувати компанія приймаючи рішення про соціальну відповідальність?
8. Охарактеризуйте головні способи взаємовпливу влади і бізнесу в сфері корупції, які виділив Петерс.
9. Назвіть характерні ознаки взаємовідносин бізнесу і держави у розвинених демократичних державах.

Список використаних джерел:

1. Donaldson T. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence And Implications / T. Donaldson, L. Preston // *The Academy of Management Review* [Text]. — 1995. — № 1. — P. 65—91 с.
2. Freeman R. E. Can Stakeholder Theorists Seize the Moment? / R. E. Freeman // *The Journal of Corporate Citizenship* [Text]. — 2009. — № 36. — P. 21—24 с.
3. Jurgens S. Stakeholder Theory and Practice in Europe and North America: The Key to Success Lies in a Marketing Approach / S. Jurgens, P. Berthon, L. Papania [and so on] // *Industrial Marketing Management* [Text]. — 2010. — № 39. — P. 769—775 с.
4. Johansson P. Implementing stakeholder management: a case study at a micro-enterprise / P. Johansson // *Measuring Business Excellence* [Text]. — 2008. — № 3. — P. 33—43 с.
5. Zadek S. The path to corporate responsibility / S. Zadek // *Harvard Business Review* [Text]. — 2004. — № 11. — P. 125—132 с.
6. Олексів І. Б. Групи економічного впливу в системі управління підприємством: концепція і інструментарій їх відбору та узгодження інтересів : [монографія] / І. Б. Олексів. — Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2013. — 292 с.
7. Orts E. A North American Legal Perspective on Stakeholder Management Theory / E. Orts // *Perspectives on Company Law* [Text] / F. M. Patfield (ed). — London : Kluwer, 1997. — 498 p.
8. Freeman R. E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach* [Text] / Freeman R. E. — Boston et al. : Pitman, 1984. — 350 p.
9. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та українська практика [Текст] : підручник / Саприкіна М. А., Ляшенко О., Саєнсує М. А. [та ін.] ; за наук. ред. Редькіна О. С. — К. : Фарбований лист, 2011. — 480 с.
10. Гетьман О.О. Соціально-відповідальний бізнес: Україна та світові реалії / О.О. Гетьман, М.В. Шефер // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. — Д. : НГУ, 2014. — Т.1 — С. 121-131
11. Потьомкін Д.М. Роль некомерційних організацій у партнерстві з бізнесом. / Д.М. Потьомкін, М.І. Іванова // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. — Д. : НГУ, 2014. — Т.1 — С. 175-180.
12. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» // [Електронний ресурс]. — 21. Офіційний сайт Української мережі Глобального Договору ООН.

ТЕМА 6. ЕКОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. Стан довкілля як глобальна проблема
2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності
3. Законодавство України про охорону довкілля

1 Стан довкілля як глобальна проблема

Екологічна проблема — одна з глобальних проблем сучасності, що проявляється в різкому загостренні суперечностей у відносинах між суспільством і природою, порушенні природних процесів через надмірну антропогенну дію, непередбачувані наслідки НТР, зростання енергоспоживання і спалювання викопного палива, демографічний вибух, збройні конфлікти, техногенні катастрофи тощо.

Як свідчить історія, сучасна екологічна криза не має аналогів. Лише в результаті різних гірничодобувних, земляних робіт, виливання шлаків із металургійних печей на земну поверхню за рік потрапляє не менше п'яти кубічних кілометрів породи, тобто всього лише у три рази менше, ніж виносять твердих осадів в океан усі річки нашої планети. Але мова йде не лише про забруднення навколишнього середовища. Розорюючи землю, люди щорічно переміщують масу ґрунту, яка у три рази перевершує кількість усіх вулканічних продуктів, що піднімаються з надр Землі за той же період. При повній механізації машини і знаряддя проходять по полям до двадцяти п'яти разів протягом одного року, розпилюючи ґрунт і порушуючи його структуру. За останні п'ятсот років людство вилучило з надр не менше п'ятдесяти мільярдів тонн вуглецю, два мільярда тонн заліза. Тільки за останні десятиліття видобуто кольорових і рідкісних металів значно більше, ніж за всю попередню історію людства [1].

Іншими словами глобальна екологічна криза – це не результат якоїсь одиничної помилки, неправильно обраної стратегії технічного або соціального розвитку. Це відображення глибинної кризи культури, що охоплює весь комплекс взаємодії людей один з одним, із суспільством і природою. У суспільстві спостерігаються явища духовного занепаду за рахунок трансформації цілей і цінностей. Сучасна екологічна ситуація стала наслідком соціально-економічного розвитку світового співтовариства, орієнтованого на технократичні цілі, цінності і матеріальне споживання, відсунувши на другий план духовні чинники існування і окресливши ознаки духовної кризи, яка виявляється, насамперед, у сплесках суспільного егоїзму, нігілізму, локальних і регіональних збуреннях у суспільствах.

Забруднення навколишнього середовища внаслідок дії людини відбувається в різних формах: контамінація (насичення середовища інертними матеріалами), інтоксикація (насичення хімічно активними субстанціями), радіаційне забруднення (радіонукліди), електромагнітна детеріорація, деструкція (порушення природних структур) та ін. Часто ці форми діють комплексно і спричиняють загрозливі порушення в природних процесах, що зрештою може призвести до повної деградації біосфери та загибелі цивілізації.

Особливо різко зросло навантаження на навколишнє середовище в другій половині ХХ ст. У взаємовідносинах між суспільством і природою відбувся якісний стрибок, коли в результаті різкого збільшення чисельності населення, інтенсивної індустріалізації та урбанізації планети господарські навантаження почали повсюдно перевищувати здатність екологічних систем до самоочищення і регенерації. Внаслідок цього порушився природний круговорот речовин у біосфері, під загрозою виявилось здоров'я нинішнього і майбутнього поколінь людей

Причиною усіх екологічних проблем зараз вважають науку, технології, а також, хоч як це не дивно, – релігію, яка в Книзі Буття визначила визискувальне ставлення людини до Землі й природи [2]. Такі погляди, що їх висловило чимало західних істориків, спочатку приголомшували, та після усвідомлення взаємозв'язку християнства з капіталізмом (який і призвів до сучасних проблем з природою) стали загальноприйнятими. Роль християнства полягала в тому, що, починаючи з ХVІ ст., теологи сприяли легітимізації і розширенню таких форм підприємництва, які моментально втілювались у життя капіталістами, що використовували природу для швидкого зростання власного добробуту. І все це мало моральну підтримку з боку представників християнства. Ця практика невпинного росту економіки у ХХ ст. переросла в екологічну кризу.

Нині спостерігаються три небезпечні глобальні тенденції:

- зміна складу атмосфери;
- посилення "парникового ефекту" і потепління клімату, що може призвести до розтавання льодів і катастрофічного підвищення рівня океану;
- забруднення навколосезонного Космосу залишками космічних апаратів.

Чотири інші небезпечні тенденції мають субглобальний масштаб: забруднення Світового океану нафтовою плівкою, що порушує енерго- і масообмін між гідросферою та атмосферою; скорочення озонового шару, який захищає життя на Землі від жорсткого ультрафіолетового випромінювання Сонця; деградація лісів, головної "фабрики" кисню, як унаслідок їх вирубування (в тропічних країнах, що розвиваються, і в Російській Федерації), так і пошкодження кислотними дощами (в розвинутих країнах). В окремих регіонах екологічна криза досягла рівня екологічного лиха (Приуралля, зона Чорнобиля, Амазонія, чимало індустріальних агломерацій) [3].

Процес спустелення щорічно веде до вилучення із сільськогосподарського виробництва близько 6 млн.га земель. Особливо сильно цей процес проявляється в Сахельських країнах Африки, розміщених на межі Сахари і савани.

Багато країн світу зіткнулися із серйозними водоресурсними проблемами, які полягають не лише в кількісній нестачі води, а і в дефіциті чистих прісних вод. Щорічно у водойми попадає велика кількість неочищених стічних вод. Серед найбільш забруднених рік і озер світу Дунай, Рейн, Сена, Міссісіпі, Волга, Дніпро, Ладозьке озеро, Балхаш та ін.

На кожного жителя планети щорічно видобувається біля 20 т мінеральної сировини, 97— 98 % її у вигляді відходів надходить потім у ґрунт, воду, повітря. Маса відходів і забруднювальних речовин, що надходять у навколишнє

середовище, ставить під загрозу життя і здоров'я людей, існування рослинного і тваринного світу [3; 4, с. 826].

Людство вже значною мірою усвідомило загрозу екологічної кризи. Створено відповідні наукові центри та інші організації на національному рівні та світового масштабу. Сформульовано наукові основи раціональної екологічної політики, досягнуто міжнародної домовленості з ряду екологічних проблем (скорочення споживання викопного палива і перехід до екологічно безпечних джерел енергії, припинення випуску озоноруйнівних субстанцій, заборона на промисел китоподібних і ряду інших видів тварин тощо). Широкого розмаху набули міжнародні громадські рухи на захист природи, проти небезпечних технологій. Істотним елементом у системі заходів для подолання екологічної кризи визнано екологічне виховання населення.

Міжнародне співробітництво держав у сфері охорони довкілля сьогодні головним чином відбувається в межах міжнародних організацій, які володіють необхідним інституційним, фінансовим та адміністративним потенціалом. Це пояснюється кількома причинами, головними з яких є існування глобальних екологічних проблем, що потребують єдиного чітко координованого процесу вирішення, необхідність підтримання глобальних і регіональних моніторингових систем, координації та проведення наукових екологічних досліджень і, зрештою, потреба у постійно діючому форумі співпраці держав у розв'язанні екологічних проблем.

Головну роль у цій сфері відіграє Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) - єдина установа в системі ООН, діяльність якої передусім спрямована на охорону довкілля. Іншим МО належить важлива роль у сфері охорони довкілля, включаючи й інші установи ООН. До них варто віднести ПРООН, Комісію зі сталого розвитку, Організацію ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), Організацію з питань продовольства та сільського господарства (ФАО), Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВООЗ), Всесвітню метеорологічну організацію (ВМО), Міжнародне агентство з атомної енергії (МАГАТЕ), Міжнародну морську організацію (ІМО); із регіональних - Раду Європи, Європейську економічну комісію ООН (ЄЕКООН) (що стосується Європейського континенту). Окремо необхідно зазначити зростаючу роль міжнародних неурядових організацій (МСОП, Всесвітній фонд природи, Грінпіс та ін.) [5].

Україна є стороною понад 40 глобальних та регіональних природоохоронних конвенцій та угод, активним учасником переговорного процесу щодо підготовки нової міжнародної угоди, яка прийде на зміну Кіотському протоколу до Рамкової конвенції про зміну клімату. Досить динамічно розвивається співробітництво української сторони з Форумом ООН з лісів та Комісією сталого розвитку ООН (крім екологічних питань, в рамках Комісії Україна залучається до обговорення питань сільськогосподарського та промислового розвитку, продовольчої та енергетичної безпеки). З Програмою ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) Україна співпрацює в рамках

тристоронньої ініціативи з довкілля та безпеки ЮНЕП, ПРООН та Організації безпеки та співробітництва в Європі – ОБСЄ.

Делегації України беруть регулярну участь у зустрічах сторін Монреальського протоколу з речовин, що руйнують озоновий шар. За багаторічні досягнення у справі збереження озонового шару Уряд України та Національна озонова служба нагороджені почесним сертифікатом Монреальського протоколу.

На сучасному етапі міжнародного співробітництва все більше уваги приділяється сільському господарству, в тому числі, в контексті вирішення продовольчих, соціальних та екологічних проблем. Працюючи у складі п'яти комітетів та трьох комісій ФАО, українська сторона безпосередньо залучається до прийняття рішень у цій важливій сфері. Суттєвою перевагою співробітництва з ФАО є отримання Україною технічної допомоги для розвитку пріоритетних галузей АПК [5;6].

Українська сторона активно залучається до роботи Європейської та середземноморської організації захисту рослин, Міжнародного союзу з охорони нових сортів рослин, Комісії зі збереження морських живих ресурсів Антарктики. Триває членство України у Міжнародній раді по зерну та в категорії спостерігачів – у Міжнародному бюро виноградарства та виноробства.

Перехід України до ринкової економіки визначає нові умови для діяльності вітчизняних фірм і промислових підприємств. Право підприємств на самостійність не означає всездозволеність в рішеннях, а примушує вивчати, знати і застосовувати в своїй практиці прийняті у всьому світі «правила гри». Міжнародна співпраця по будь-яких напрямках і на будь-якому рівні вимагає гармонізації цих правил з міжнародними і національними нормами.

Стандартизація є інструментом забезпечення не тільки конкурентоспроможності, але і ефективного партнерства виробника, замовника і продавця на всіх рівнях управління.

В наш час надзвичайно актуальними також є проблеми екології, які теж вирішуються в рамках стандартизації. Одним із способів вирішення цих проблем є система стандартів ISO 14000.

Стандарт ISO 14000 - міжнародний стандарт по створенню системи екологічного менеджменту. ISO 14000 являє собою сімейство стандартів, пов'язаних з навколишнім середовищем, яке існує, щоб допомогти організаціям:

- звести до мінімуму негативний вплив діяльності організації на навколишнє середовище;

- дотримуватися законів, правил та інших екологічно-орієнтовних вимог;
- постійно вдосконалюватися у наведеному вище.

Серія стандартів ISO 14000 передусім включає в себе стандарт ISO 14001, що представляє собою фундаментальний набір правил, якими користуються організації по всьому світу, проектує і впроваджує ефективні системи екологічного менеджменту [7;8].

ISO 14001 встановлює критерії для системи екологічного менеджменту. Він не встановлює вимоги для екологічної ефективності, але описує основні правила, яким організація може слідувати для побудови ефективної системи екологічного

менеджменту. Він може бути використаний організаціями для підвищення ефективності використання ресурсів. Використовуючи ISO 14001 можна продемонструвати захищеність менеджменту організації та її працівників. Так само він може бути використаний для демонстрації зацікавленим сторонам того, що компанія вимірює і покращує екологічний вплив на них.

Стандарт ISO 14001 був розроблений для зменшення впливу діяльності організацій на навколишнє середовище. Підприємства отримують ряд економічних переваг: підвищений рівень відповідності законодавчим і правовим вимогам за рахунок використання стандарту ISO; знижують ризики нормативних та екологічних штрафів; багато організацій по всьому світу можуть сертифікуватися на відповідність ISO 14001, опускаючи багаторазову сертифікацію на різні стандарти.

У впровадженні стандартів ISO 14000 світовими лідерами є такі індустріально розвинуті країни, як Японія, Німеччина, Великобританія, Швеція.

В Україні міжнародні стандарти ISO серії 14000 були прийняті як національні в 1997 році. Однак їхнє впровадження здійснюється досить повільними темпами. Станом на 1 січня 2012 року в національній системі сертифікації УкрСЕПРО зареєстровані лише 23 підприємства, що впровадили й сертифікували системи управління навколишнім середовищем [9].

Викладене вище свідчить про те, що проблема переорієнтації людських цінностей у ставленні до природи з утилітарно-споживацьких на екологічно відповідальні має сьогодні надзвичайну актуальність.

2. Екологічна відповідальність як складова соціальної відповідальності

З кожним роком питання соціальної відповідальності загалом, і, зокрема, екологічної відповідальності, стають все актуальнішими для України, що пов'язано з різноманітними причинами, серед яких: глобалізація економічного простору, зростання загрози техногенних та екологічних катастроф, актуалізація цінностей тривалого і здорового життя, соціалізація трудових відносин та ін.

У сучасних умовах екологічна відповідальність є лише однією із складових соціальної відповідальності, проте у період становлення останньої вона була її домінантою.

До визначення сутності екологічної відповідальності, як і до соціальної, немає єдиного підходу.

Так, на думку Гірусова Е.В., екологічна свідомість – це сукупність поглядів, теорій і емоцій, які відображають проблеми співвідношення суспільства і природи в плані оптимального їх вирішення відповідно до конкретних соціальних і природних можливостей. Для її формування необхідна така перебудова поглядів і уявлень людини, коли засвоєні нею норми стануть одночасно нормами її поведінки по відношенню до природи. Таким чином, екологічна свідомість формується на основі пізнання людьми законів цілісності природного середовища і інших законів, які повинні враховуватись у ході людської діяльності, щоб зберегти життєздатний стан природи [1].

З точки зору Ашхамахової А.А., екологічна свідомість – це сукупність

уявлень про взаємозв'язки в системі «людина – природа» і в самій природі, існуючого в суспільстві ставлення до природи, а також відповідних стратегій і технологій взаємодії з нею. Саме сформований тип екологічної свідомості визначає поведінку людей по відношенню до навколишньої природи [2].

Екологічна свідомість є також і формою суспільної свідомості, яка відображає екологічні суперечності, і умовою оптимізації системи «людина – природа». А зважаючи на те, що сучасні проблеми взаємодії людини і природи досягли глобальних масштабів, можна стверджувати, що екологічна свідомість суспільства стає закономірним процесом інтеграції людини і природи. Таким чином, феномен екологічної свідомості сьогодні стає багатограним явищем у суспільному житті, який здатний найкращим чином розкрити духовний потенціал особистості і сприяти переходу від індивідуальної свідомості до суспільної.

Донедавна формувалась екологічна свідомість антропоцентричного типу. Це така система уявлень про світ, згідно якої вищу цінність являє людина, а природа має цінність остільки, оскільки вона цінна для людини; метою взаємодії з природою є задоволення потреб людини, а характер взаємодії визначається «прагматичним імперативом»: правильним і дозволеним є те, що корисне людині і людству; діяльність з охорони навколишнього світу продиктована віддаленим прагматизмом – необхідністю зберегти природне середовище, щоб ним могли користуватися майбутні покоління.

Таким чином, антропоцентрична екологічна свідомість – це особлива форма відображення природних об'єктів і явищ дійсності та їх взаємозв'язків, яка зумовлює цілеспрямовану і перетворюючу діяльність людини, для якої характерно виражене протиставлення людини і природи, де найвищою цінністю є сама людина, що використовує природу для задоволення своїх потреб і не поширює на взаємодію з нею етичні норми і правила [1].

До яких екологічних наслідків це призвело – всім відомо. Тому на даному етапі розвитку суспільства постає потреба у формуванні екологічної свідомості екоцентричного типу. Це така система уявлень про навколишній світ, відповідно до якої вищу цінність являє собою гармонійний розвиток людини і природи, що є елементами єдиної системи. Метою взаємодії з природою є максимальне задоволення як потреб людини, так і природи, а характер взаємодії визначається екологічним імперативом: правильним і дозволеним, що не руйнує екологічну рівновагу; етичні норми і правила однаковою мірою поширюються на взаємодію як між людьми, так і зі світом природи; діяльність з охорони природи продиктована необхідністю зберегти її заради неї самої.

Іншими словами, екоцентрична екологічна свідомість – це особлива форма відображення природних об'єктів і явищ дійсності та їх взаємозв'язків, яка зумовлює цілеспрямовану і перетворюючу діяльність людини, для якої характерно наділення природи суб'єктними властивостями, в результаті чого сама природа визнається як цінність, відносини з нею будуються на принципах рівноправності через домінування непрагматичної мотивації та поширення на світ природи етичних норм і правил [1].

Екологічна відповідальність, як феномен, по-різному пояснюється представниками економічних напрямів. Згідно класичного підходу, екологічна відповідальність виникла під дією екологічного законодавства: щоб уникнути санкцій, підприємства змушені були переглянути свою екологічну політику і вжити заходів для зменшення негативного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище. Згідно неокласичного підходу, екологічна відповідальність є наслідком не лише нормативно-правових обмежень, а й моральної відповідальності виробників за заподіяння шкоди природі [4, с. 831; 7].

Концепція сталого розвитку є органічним синтезом класичних та неокласичних підходів. Вона поєднує у собі обмеження, встановлені екологічним законодавством, та моральні зобов'язання представників бізнесу. Згідно цієї концепції, екологічна відповідальність перестає бути чимось примусовим, вона перетворюється у внутрішні правила ведення бізнесу. Проте, зазначимо, що дотримання компанією принципів екологічної відповідальності не завжди відбувається лише з метою збереження навколишнього середовища, в цьому є і певна фінансова вигода.

Стратегія екологічного маркетингу стала новим концептуальним підходом до визначення екологічної відповідальності на основі аналізу екологічної свідомості населення, її розвитку та трансформації. Ідейними засновниками цієї стратегії стали К. Хенніон (Hennison) та К. Кіннеар (Kinnear). Згідно даної концепції потрібно змінювати екологічну поведінку населення за допомогою інструментів маркетингу та гнучких методів трансформації поведінки таким чином, щоб вона стала екологічно орієнтованою. Вважаємо, що положення даної концепції є надзвичайно цінними для соціально-екологічного моніторингу, адже аналіз змін у екологічній свідомості та поведінці населення є важливою інформацією для дослідження глобальних екологічних проблем. Екологічно орієнтоване споживання є одним з найважливіших виявів екологічної відповідальності.

Таким чином, з 1970-х років людство почало активно перейматися екологічними проблемами, науковці сконцентрували свої зусилля на дослідженні причин порушення екологічного балансу та пошуках шляхів поліпшення екологічної ситуації.

Важливим кроком у вирішенні екологічних проблем стало засідання Міжнародної Комісії з питань екології та розвитку (World Commission on Environment and Development) у 1984 році. Підсумком роботи Комісії стало визначення нового напрямку економічного розвитку, за якого задоволення потреб сучасного покоління не повинно відбуватися за рахунок можливостей прийдешніх поколінь задовольняти їх потреби. Саме концепцію збереження природи без шкоди для економічного розвитку покладено в основу Концепції сталого розвитку.

У 1991 році на другій світовій конференції у Ротердамі, присвяченій проблемам екологічного менеджменту, було запропоновано стратегічну концепцію розвитку організацій для досягнення принципів сталого розвитку. Основною складовою цього документу була екологічна компонента [5].

У доповіді прем'єр-міністра Норвегії наголошувалось, що саме міжнародні корпорації з мінімальним втручанням урядів країн повинні визнати свою відповідальність перед суспільством та природою. Тобто становлення соціальної відповідальності бізнесу розпочалось саме з екологічного аспекту, який, на наш погляд, й нині залишається одним з найважливіших її вимірів.

Концепція екологічної відповідальності органічно поєднує у собі елементи концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності.

В рамках становлення феномену глобальної екологічної відповідальності чітко виділились дві тенденції. По-перше, світова спільнота дійшла висновку, що повинна існувати глобальна відповідальність за стан довкілля. Саме це підкреслюється у численних міжнародних домовленостях та регламентується багатьма угодами. По-друге, громадяни, з одного боку, щоразу більше переймаються тим, як вплине несприятлива екологічна ситуація на їх повсякденне життя, а, з іншого боку, їх цікавить, як вони можуть сприяти вирішенню екологічних проблем, які їхні дії можуть поліпшити екологічну ситуацію. Тобто, йде мова про зародження у суспільстві концепції екологічної відповідальності.

Суть екологічної відповідальності виявляється через три основні функції: стимулюючу, компенсаційну та превентивну, і полягає в збереженні сталого балансу економічних та екологічних інтересів у процесі господарської діяльності на базі попередження, скорочення та відновлення втрат у природному середовищі.

Виявом стимулюючої функції є наявність економічних та нормативно-правових стимулів до охорони довкілля. Компенсаційна функція екологічної відповідальності полягає у відшкодуванні збитків, завданих навколишньому природному середовищу у грошовому чи натуральному виразі.

Превентивна функція реалізується у формі примусових засобів впливу на поведінку учасників екологічних відносин шляхом застосування покарання та відшкодування завданих збитків [7].

В Україні охорона навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності людини є обов'язковою умовою сталого економічного та соціального розвитку.

Державному регулюванню підлягають стан навколишнього природного середовища, тобто сукупність природних і природно-соціальних умов і процесів, природні ресурси, як залучені до господарського обігу, так і ті, що на цей час не використовуються в народному господарстві (земля, надра, води, атмосферне повітря, ліси та інші природні комплекси).

Суть державного регулювання охорони навколишнього природного середовища визначається екологічною політикою держави, яка спрямовується на збереження безпечного для існування живої і неживої природи довкілля, на захист життя та здоров'я населення від негативного впливу забруднення навколишнього природного середовища, на досягнення гармонічної взаємодії суспільства і природи, на охорону, раціональне використання й відтворення природних ресурсів.

Екологічне регулювання - це система активних законодавчих, адміністративних, економічних заходів і важелів впливу, які використовують державні органи різного рівня для примушування забруднювачів навколишнього природного середовища обмежити викиди шкідливих речовин у природне середовище, а також для матеріального стимулювання сумлінних природокористувачів.

Для запобігання негативному впливу антропогенної діяльності на стан навколишнього природного середовища, а також нераціональному використанню природних ресурсів в Україні застосовуються такі екологічні процедури: екологічна експертиза, екологічний моніторинг, екологічне страхування та екологічний аудит [3;6; 9, с.270].

Екологічна експертиза є одним із важелів державного регулювання. В Україні здійснюється державна, громадська та інші види екологічної експертизи.

Екологічній експертизі підлягають: проекти схем розвитку і розміщення продуктивних сил, розвитку галузей економіки, генеральних планів населених пунктів, схем районного планування та інша передпланова і передпроектна документація; техніко-економічні обґрунтування й розрахунки, проекти будівництва і реконструкції підприємств та інших об'єктів; проекти інструктивно-методичних і нормативно-технічних актів і документів, які регламентують господарську діяльність; документація зі створення нової техніки, технології, матеріалів і речовин, у тому числі й та, що купується за кордоном; матеріали, речовини, системи та об'єкти, впровадження та реалізація яких може призвести до порушення норм екологічної безпеки та негативного впливу на навколишнє природне середовище.

Моніторинг стану довкілля передбачає систематичне збирання, оброблення, передавання, збереження та аналіз інформації про стан довкілля, прогнозування його змін і розроблення науково-обґрунтованих рекомендацій для прийняття рішень про запобігання негативним змінам стану довкілля та дотримання вимог екологічної безпеки.

У межах екологічного моніторингу здійснюються: нагляд за якістю повітря, води, ґрунту; радіаційний моніторинг; нагляд за біологічними ресурсами тощо.

В Україні існує система органів управління в галузі охорони навколишнього природного середовища - це юридично самостійні державні, самоврядні й громадські інституції, уповноважені здійснювати організаційно-розпорядчі, координаційні, консультативні, організаційно-експертні, контрольні та інші функції в галузі забезпечення екологічної безпеки, ефективного використання природних ресурсів і охорони навколишнього природного середовища

Державний контроль за додержанням вимог законодавства про охорону навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів (крім надр та лісів), екологічну та в межах своєї компетенції радіаційну безпеку, у сфері поводження з відходами; додержанням правил, нормативів, стандартів; додержанням умов виданих дозволів, лімітів та квот на спеціальне використання природних ресурсів (крім надр та лісів), викиди та скиди забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище та допустимі рівні

шкідливого впливу фізичних і біологічних факторів на його стан, транскордонне переміщення об'єктів рослинного та тваринного світу; додержанням вимог екологічної та в межах своєї компетенції радіаційної безпеки здійснює Державна екологічна інспекція.

Державне регулювання відносин у сфері охорони навколишнього природного середовища відіграє важливу роль у розв'язанні багатьох екологічних проблем, а саме, збереження біологічного різноманіття, вичерпання або надмірне використання не відновлюваних природних ресурсів, порушення унікальних екосистем [4;9].

Одним із інструментів державного регулювання відносин у сфері охорони навколишнього середовища є нормування. **Система екологічних нормативів** включає:

- нормативи екологічної безпеки (гранично допустимі концентрації забруднюючих речовин у навколишньому природному середовищі, гранично допустимі рівні акустичного, електромагнітного, радіаційного та іншого шкідливого впливу на навколишнє природне середовище, гранично допустимий вміст шкідливих речовин у продуктах харчування);

- гранично допустимі норми викидів і скидів у навколишнє природне середовище забруднювальних хімічних речовин, рівні шкідливого впливу фізичних і біологічних факторів [3;9].

Екологічні нормативи мають відповідати вимогам охорони навколишнього природного середовища та здоров'я людей від негативного впливу його забруднення.

Адміністративні інструменти регулювання охорони навколишнього природного середовища запобігають виникненню екологічних катастроф, забрудненню повітря, води та ґрунту внаслідок діяльності сільськогосподарських та промислових підприємств, сприяють захисту біологічних видів та заповідних територій, а також регулюють використання не відновлюваних ресурсів.

Застосування економічних інструментів регулювання відносин у сфері охорони навколишнього природного середовища потрібно для стимулювання раціонального використання природних ресурсів, а також для зменшення обсягу викидів та відходів і підвищення конкурентоспроможності екологічно безпечних продуктів.

Важливим засобом державного регулювання відносин у сфері охорони навколишнього природного середовища та розв'язання екологічних проблем є програмно-цільове планування, розроблення та реалізація екологічних Державних цільових програм.

Міжнародний досвід впровадження принципів екологічної відповідальності на підприємствах характеризується наступними заходами:

- розробляється екологічна політика;
- формуються системи екологічного менеджменту;
- здійснюється контроль за дотриманням нормативно-правових вимог екологічному законодавству;

- приймаються добровільні екологічні зобов'язання: дотримання більш жорстких стандартів з охорони довкілля;
- визначаються процедури ідентифікації та оцінки екологічних ризиків;
- розробляються і використовуються технології зменшення викидів та запобігання забрудненню;
- організовуються «зелені закупівлі».

Український досвід впровадження принципів екологічної відповідальності характеризується наступними напрямками діяльності підприємств:

- зниження рівня шкідливого впливу діючих виробництв на довкілля;
- дотримання екологічних стандартів щодо випущеної продукції;
- організація екологічної безпеки праці працівників.
- участь у спеціальних акціях: День Землі, година Землі, тощо;
- запровадження принципів «Зеленого офісу» - концепції управління організацією, яка має на меті зменшити негативний вплив діяльності компанії на навколишнє середовище та сприяти раціональному використанню ресурсів;
- збір макулатури і повторне використання односторонньо друкованого паперу;
- повторна заправка картриджів для принтерів та копіїрів;
- налаштування комп'ютерів на перехід у сплячий режим;
- вимкнення неактивної офісної техніки на ніч;
- ощадливе споживання електроенергії;

інвестиції у ресурсозберігаючі технології: енергозберігаючі лампи, заміна старої офісної техніки на нову (енергоефективнішу), електронний документообіг, телеконференції, обладнання для автоматичного регулювання освітлення

Зауважимо, що в Україні в спадщину від діяльності підприємств колишнього Радянського Союзу залишились цілі території, що є зоною екологічного лиха. Загальновідомі наслідки катастрофи на Чорнобильській АЕС, але на території держави є зони, уражені техногенними катастрофами місцевого масштабу. В західному регіоні держави міста Стебник, Калуш, Яворів і низка інших мають на своїх територіях потенційно небезпечні сховища відходів колишніх хімічних виробництв. У східних областях нагромаджено мільярди кубічних метрів відвалів металургійної, вугільної, хімічної промисловості. Водний басейн основної артерії держави – Дніпро має акумульовані радіоактивні осади, які загрожують населенню великих міських агломерацій, розташованих на його берегах.

За таких умов особливо актуалізується проблема формування відповідального ставлення до довкілля.

Так, компанія «Київстар» у офісних приміщеннях використовує ресурси та енергозберігаючі технології; екологічно безпечні системи опалювання, вентиляції і кондиціонування повітря; для освітлення приміщень використовуються енергозберігаючі лампи; для включення і відключення зовнішнього освітлення застосовуються фотоелементи; теплопостачання здійснюється від власної

котельної з ККД газових котлів 92-94%; інтелектуальні системи вентиляції та кондиціонування використовують озонобезпечні холодоагенти.

Екологічно результативним можна вважати проект ПАТ «Дніпроспецсталь» (м. Запоріжжя) 2012 року – це будівництво пило- і газоочисних споруд для СПЦ-3, продуктивністю 1200 тис. м³ за годину. Завод Дніпроспецсталь є єдиним в Україні представником спецметалургії, який постачає свою продукцію у 49 країн світу. Компанія з 2010 року учасник Глобального договору і всі ці роки намагається підтвердити свої наміри щодо приєднання основних його принципів до власної стратегії. Інвестиції у екологічні проекти – невід'ємна складова діяльності компанії, при цьому пріоритет надається заходам запобігання шкоди навколишньому середовищу, а не ліквідації її наслідків. На реалізацію проекту було виділено 80 млн. гривень, в результаті чого викиди шкідливих речовин у повітря СПЦ-3 зменшились у 3 рази, твердих речовин – майже у 60 разів, газоподібних – у 1,7 рази [11].

Заслугує на увагу і схвалення еко-менеджмент ТОВ «МЕТРО Кеш енд Кері Україна». Ця компанія працює на ринку України з 2003 року, коли у м. Києві було відкрито перший торговельний центр «МЕТРО», на сьогодні їх більше 30. Не зважаючи на те, що роздрібна торгівля, безумовно, має менший негативний вплив на навколишнє середовище у порівнянні з промисловими підприємствами, керівництво компанії активно працює над вирішенням екологічних проблем, пов'язаних з власною діяльністю. Враховуючи те, що виробництво, наприклад, нового паперу з макулатури потребує на 30-50% менше енергозатрат ніж з первинної сировини, а забруднення середовища зменшується на 95%, керівництво компанії розробило програму із збору, сортування та утилізації продуктів своєї діяльності. Головними її аспектами стали: дослідження ситуації, пов'язаної із відходами, які виникають в результаті роботи торговельних центрів (види, обсяги, можливості утилізації, шкідливість впливу на навколишнє середовище, ліміти на викиди, ймовірні витрати); розробка чіткої політики управління процесом екологізації, спрямованої на перспективу; підготовка власних спеціалістів-менеджерів, відповідальних за практичну реалізацію програми, еко-безпеку на місцях; інтеграція еко-менеджменту до усіх торговельних центрів компанії. 2010 рік став періодом впровадження інструкції з питань екобезпеки, узагальнення накопиченого досвіду та визначення шляхів подальшого вдосконалення. Ефект від здійснених заходів, за підрахунками компаній, становило приблизно 1,8 мільйонів гривень на рік, зменшення негативного впливу на оточуюче середовище, тільки за півроку, зменшилось у 3 рази. Особливе значення цей проект компанії мав для регіонів, в яких відсутні сміттєпереробні підприємства, зокрема Дніпропетровська. У 2012 році компанія запровадила використання екологічно небезпечних пакетів, які розкладаються у природному середовищі за 1,5-2 роки та стала використовувати спеціальні термочутливі наклейки на продукти харчування, за допомогою яких визначається їх свіжість, відповідність термінам зберігання [11].

3. Законодавство України про охорону довкілля

Охорона навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки життєдіяльності людини — невід'ємна умова сталого економічного та соціального розвитку України. З цією метою держава здійснює на своїй території екологічну політику, спрямовану на збереження безпечного для існування живої і неживої природи навколишнього середовища, на захист життя і здоров'я населення від негативного впливу, зумовленого забрудненням навколишнього природного середовища, на досягнення гармонійної взаємодії суспільства і природи, охорону, раціональне використання і відтворення природних ресурсів.

Охорона навколишнього середовища — це система визначених правових, економічних та соціальних заходів, спрямованих на збереження природи в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь.

Система екологічного законодавства України — це сукупність правових норм (нормативно-правових актів), що регулюють використання і охорону навколишнього середовища. Основу їх започатковано у Конституції України, де закріплюються найважливіші принципи та форми використання природних ресурсів, декларуються екологічні права громадян, вимоги щодо охорони довкілля і забезпечення екологічної безпеки у процесі реалізації функцій різних державних структур влади (ст. 13, 16, 49, 50, 66, 85 тощо).

Конституція України (ст. 16) визначає, що забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи — катастрофи планетарного масштабу, збереження генофонду українського народу є обов'язком держави.

Екологічно-правове регулювання базується на нормах Закону України "Про охорону навколишнього природного середовища" від 25 червня 1991 р. У Законі закріплюється мета, завдання, принципи та механізм забезпечення ефективного природокористування, охорони довкілля, екологічної безпеки України. Цей Закон закріплює комплекс екологічних прав громадян.

Забезпечувати такі права громадян, та їх об'єднань, законні екологічні інтереси держави, юридичних осіб покликані закони та підзаконні акти, прийняті на його розвиток:

- Закон України "Про охорону атмосферного повітря" (2001 р.);
- Закон України "Про природно-заповідний фонд України" (1992 р.);
- Земельний кодекс України (2001 р.);
- Закон України "Про тваринний світ" (2001 р.);
- Лісовий кодекс України (1994 р.);
- Кодекс України про надра (1994 р.);
- Водний кодекс України (1995 р.);
- Закон України "Про Червону книгу України" (2002 р.) тощо.

Верховна Рада України ухвалила Закон «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики до 2020 року». Він визначає мету і принципи державної екологічної політики, стратегічні цілі та завдання, інструменти і етапи реалізації національної екологічної політики. Розробка Стратегії державної

екологічної політики до 2020 року є пріоритетним заходом діяльності української частини Ради з питань співробітництва між Україною та ЄС та важливою передумовою підписання Угоди «Про асоціацію між Україною та ЄС» [12].

Визначено, що основними принципами національної екологічної політики є: забезпечення збалансованості екологічних, економічних та соціальних інтересів суспільного розвитку держави; інтеграція екологічних цілей у галузеву політику на тому ж рівні, що економічні та соціальні цілі; забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи; сприяння усвідомленню суспільством необхідності збереження навколишнього природного середовища для майбутніх поколінь; участь громадськості у формуванні та реалізації екологічної політики; невідворотність відповідальності за порушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища; пріоритетність вимог “ забруднювач навколишнього природного середовища та користувач природних ресурсів платять повну ціну ”; розподіл благ для населення від використання природних ресурсів і забезпечення доступу до них на справедливій основі; достовірність екологічної інформації.

Завданнями поліпшення екологічної ситуації та підвищення рівня екологічної безпеки, зокрема, є:

1) створення систем екологічного управління та підготовки державних цільових програм охорони навколишнього природного середовища для окремих галузей національної економіки, що передбачають технічне переоснащення виробничого комплексу в результаті реалізації інноваційних проєктів, впровадження енергоефективних і ресурсозберігаючих технологій, маловідходних, безвідходних та екологічно безпечних технологічних процесів;

2) оптимізація структури енергетичного сектору національної економіки в результаті збільшення обсягу використання енергетичних джерел з низьким рівнем викидів двоокису вуглецю до 2020 року на 20 відсотків;

3) збільшення обсягу використання відновлюваних і нетрадиційних джерел енергії до 2020 року на 10 відсотків базового рівня;

4) зменшення обсягу викидів загальнопоширених забруднюючих речовин стаціонарними джерелами до 2020 року на 25 відсотків базового рівня, а також пересувними джерелами в результаті встановлення нормативів вмісту забруднюючих речовин у відпрацьованих газах до кінця 2015 року відповідно до стандартів Євро-4, до 2020 року – Євро-5;

5) приведення методології інвентаризації джерел викидів забруднюючих речовин та їх обсягів у відповідність з рекомендаціями Європейської спільної програми спостережень та оцінки розповсюдження забруднювачів повітря на великі відстані;

6) реалізація механізму Кіотського протоколу до Рамкової конвенції ООН про зміну клімату, зокрема проєктів спільного впровадження, проєктів цільових екологічних (зелених) інвестицій;

7) встановлення до 2020 року екологічно та економічно обґрунтованих тарифів на послуги з водопостачання;

8) зниження до 2020 року на 15 відсотків рівня забруднення вод забруднюючими речовинами (насамперед п'ятиденна біологічна потреба кисню, хімічна потреба кисню, сполуки азоту і фосфору) в результаті реконструкції існуючих та будівництва нових міських очисних споруд;

9) запровадження до 2020 року управління водними ресурсами за басейновим принципом;

10) удосконалення механізму стимулювання суб'єктів господарювання до раціонального землекористування та відновлення природних ландшафтів і екосистем, рекультивації і відновлення непридатних до використання земель, що утворилися внаслідок порушення встановленого режиму їх використання;

11) удосконалення до кінця 2015 року планів землеустрою і просторового планування міських і сільських територій з метою розроблення до 2020 року регіональних програм сталого розвитку землекористування тощо [12].

Питання для самоконтролю:

1. Розкрити суть екологічної проблеми як однієї з глобальних проблем сучасності.

2. Охарактеризуйте три основні небезпечні глобальні тенденції.

3. Розкрити суть стандарту ISO 14000.

4. Як пояснюється зміст екологічної відповідальності згідно класичного підходу?

5. Через які основні функції виявляється суть екологічної відповідальності?

6. Які показники включає в себе система екологічних нормативів?

7. Розкрити суть системи екологічного законодавства України.

8. Окреслити напрями діяльності підприємств, які зменшують негативний вплив на підприємство.

9. Охарактеризувати основні принципи національної екологічної політики.

Список використаних джерел:

1. Шаповал В.М. Формування екологічної свідомості як основи екологічної відповідальності / В.М. Шаповал, О.А. Коваленко, М. В Бережна // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2. –С. 391-399.

2. Ашхамахова А.А., Ашхамаф А.Р. Влияние менталитета и религии на формирование экологического сознания [Электронный ресурс] / А.А. Ашхамахова, А.Р. Ашхамаф // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – №79(05). – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2012/05/pdf/11.pdf>.

3. Екологічна безпека та охорона довкілля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zerkalov.org/files/ebod-m.pdf>.

4. DesJardins J. Corporate Environmental Responsibility. Journal of Business Ethics. Vol. 17, # 8, pp. 825—838

5. Міністерство закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations>

6. Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища" від 25.06.91 // Відомості Верховної Ради України, № 41 (08.10.91), ст. 546.

7. Система стандартів екологічного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iso14000-iso14001-environmental-management.com>.

8. Виниченко В. Міжнародні стандарти в області систем екологічного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://ref.co.ua/80736ISO_14000_mezhdunarodnye_standarty_v_oblasti_sistem_ekologicheskogo_menedzhmenta.html

9. Екологічна політика України // Науковий журнал. – К.: Видання міжнародного центру перспективних досліджень. – 2011. - №10. – С. 8-14.

10. Саксонова О. Державне регулювання в сфері охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів // Регіональна економіка.-2008 -№1.- с.267-271.

11. Кобзар Н.І. Теорія та практики соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н.І. Кобзар, В.Ф. Левченко, О.М. Кірієнко // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 112-120.

12. Закон «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: portal.rada.gov.ua.

ТЕМА 7. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. **Поняття, суб'єкти та форми соціального партнерства.**
2. **Зв'язок соціального партнерства і соціальної відповідальності.**
3. **Напрями розвитку та підвищення ефективності соціального партнерства в Україні**

1. Поняття, передумови формування та цілі соціального партнерства.

Економічною наукою доведено і підтверджено практикою, що одним із суспільно значущих інститутів, який має сприяти розв'язанню гострих соціальних проблем, опрацюванню та реалізації сучасної соціальної політики, є інститут соціального партнерства [1, с. 81].

Соціальне партнерство в загальному трактуванні - це система відносин у соціально-трудовій сфері, спрямована на узгодження та захист інтересів найманих працівників і роботодавців [2, с. 396].

В економічній літературі соціальне партнерство постає здебільшого як інструмент, або метод, договірного регулювання відносин у сфері праці. Утім за такого підходу виходить свідоме (чи несвідоме) звуження функцій та завдань цього суспільного феномену.

За баченням А.Колота, соціальне партнерство має бути одночасно і цивілізованою формою регулювання соціально-трудових відносин, і інструментом розвитку та підвищення якості життя людини, і формою задіяння потенціалу та вияву на практиці нової якості соціальної відповідальності суб'єктів та інститутів ринкової економіки і суспільства в цілому. За такого розуміння місії соціального партнерства останнє постає як феномен не тільки соціально-трудовий, соціально-економічний, а й соціокультурний, морально-духовний, як форма укладення і реалізації суспільного договору, що має на меті задіяння потенціалу соціально відповідальної діяльності. А вона має слугувати узгодженню інтересів особистості, організацій та суспільства загалом [1, с.82].

У теперішній час соціальне партнерство - це визнана світовою практикою форма узгодження інтересів та підвищення соціальної відповідальності сторін та суб'єктів соціального діалогу (найманих працівників, бізнесу (роботодавців), держави, інститутів громадянського суспільства). Під «бізнесом» в системі соціального партнерства розуміються власники, підприємці-роботодавці, уповноважені ними особи, а також сукупність структур і інститутів ринкового господарства, які забезпечують виробництво, розподіл товарів і послуг, задоволення потреб індивідів, соціальних груп і суспільства в цілому. Для учасників соціального діалогу, а особливо бізнесових та державних структур було б корисно пам'ятати про наявність так званого «залізного закону відповідальності», який було сформульовано у 70-і роки минулого століття відомим американським вченим К. Девісом. Сутність цього закону така: «У кінцевому рахунку, ті, хто використовує владу не у той спосіб, який суспільство вважає відповідальним, можуть втратити її».

Головною метою соціального партнерства на рівні суспільства є досягнення загального блага, яке виражається такими показниками: збільшення валового національного продукту; підвищення рівня життя населення; удосконалення техніки, технологій виробництва, науково-технічний прогрес; зростання продуктивності праці, яке має перевищувати зростання середньої заробітної плати.

Моделі соціального партнерства у різних країнах відрізняються організаційним механізмом, нормами і правилами регулювання соціально-економіко-трудова відносин, участю держави в соціальному діалозі. Однак загальним для всіх моделей є те, що більшість питань, які виникають у соціально-трудова сфері, вирішуються на базовому рівні. Соціальне партнерство розглядається як механізм, що сприяє управлінню певними інститутами соціальної сфери за допомогою активного представництва в них соціальних партнерів. Розвиток системи соціально-економічного партнерства в контексті корпоративної соціальної відповідальності нерозривно пов'язаний з формуванням відповідних об'єднань працівників і роботодавців, як рівноправних сторін договорів і угод [3, с. 74]

При цьому умови формування даної системи в Україні мають істотні особливості. По-перше, в Україні повільно усувається криза системи суспільних відносин і всіх соціальних інститутів. По-друге, у державі сформувалася гранично поляризована соціально-економічна структура. В ній переважають корпоративні інтереси, відбулося істотне масове розшарування. Загострилися протиріччя всередині підприємств і організацій. По-третє, особливість українських умов – не сформованість суб'єктів соціально-економічного партнерства та їх представників. Усі партнери (зокрема, роботодавці, профспілки) існували й раніше, але в дійсності вони були елементами єдиної командно-адміністративної системи. В сучасних умовах вони мають сформувати й обґрунтувати (за допомогою відповідної правової бази) свої позиції в принципово інших соціально-економічних умовах.

Отже, інститут соціального партнерства складається із сукупності соціальних суб'єктів. Традиційно до суб'єктів соціального партнерства відносять найманих працівників, роботодавців і державу. Їх функції як соціальних партнерів виконують, як правило, представницькі органи: профспілки, об'єднання роботодавців, органи державного управління та місцевого самоврядування. Діяльність кожного із суб'єктів партнерства має певні особливості, які впливають на виконання функцій партнерства і їх роль у цьому процесі.

Соціальне партнерство між сторонами-носіями соціально-економічних інтересів, їх суб'єктами та органами має здійснюватись у таких основних формах:

- спільних консультацій;
- колективних переговорів і укладання угод та договорів на національному, галузевому, регіональному рівнях і рівні підприємств (організацій);

- узгодження на найвищому (національному) рівні основних параметрів соціально-економічної політики, включаючи політику доходів, основні критерії та показники гідної праці;

- спільного вирішення колективних трудових спорів (конфліктів), запобігання їм, організації примирних та арбітражних процедур;

- участі найманих працівників в управлінні суб'єктами підприємницької діяльності;

- участі представників сторін у роботі органів соціального партнерства;

- спільного управління представниками сторін фондами соціального страхування;

- участі найманих працівників у розподілі прибутку, доходів на умовах, визначених колективним договором;

- розгляду претензій та розбіжностей, що виникають між сторонами соціального партнерства відповідного рівня, і розв'язання конфліктів за допомогою компромісів, співробітництва, узгодження позицій;

- обміну необхідною інформацією;

- контролю над виконанням спільних домовленостей [1, с.82]

Як особливий інститут ринкової економіки і соціальної правової держави, соціальне партнерство виконує функції регулювання різних аспектів трудових відносин, забезпечує розв'язання трудових спорів, конфліктів, суперечностей, сприяє злагоді в суспільстві. На думку Лебедева І.В., соціальне партнерство має стратегічний характер, оскільки дозволяє сформулювати і безконфліктно реалізувати довгострокові завдання уряду, націлені на забезпечення соціально-економічного розвитку [4, с. 13].

У світовій практиці найбільш багатий досвід у царині використання потенціалу соціального партнерства нагромаджено на теренах Європи. Однак, незважаючи на беззаперечні успіхи європейської практики соціального партнерства, маємо констатувати, що й у країнах цього континенту протистояння соціальних партнерів не зникло. Більше того, спостерігається перманентне загострення соціальних суперечностей, а протистояння суб'єктів соціального діалогу набуває чимраз нових форм і виявів. Не буде перебільшенням стверджувати, що чинником, який останнім часом дедалі більше посилює асиметричність розвитку соціально-трудової сфери (а отже, порушує баланс інтересів сторін соціально-трудових відносин), є зниження ролі соціального діалогу, «вихолощення» з нього тих змістових характеристик та організаційно-управлінських механізмів, які можуть і мають працювати на соціалізацію відносин у сфері праці.

Концепція соціального партнерства як ефективний інструмент подолання конфліктних ситуацій в соціально-трудої сфері, в наш час стає універсальним засобом вирішення різних соціальних проблем у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Теоретичною основою становлення соціального партнерства є визнання необхідності існування в суспільстві різноманітних соціальних груп зі специфічними функціями, об'єктивності конфлікту їх інтересів і боротьби між

соціальними групами, можливості отримати результат у вигляді взаємоприйнятого суспільного розвитку, що відповідає перспективним завданням, компромісу [8].

Так, перехід до ринкових відносин, реформування системи влади в Україні призвели до ситуації, коли на місцевому рівні існують і, на жаль, реально протистоять один одному дві сили: підприємці та решта населення. У суспільстві виділився прошарок відносно заможних людей і позначилося певне протистояння між цим прошарком і основною масою населення. Обидві сторони поводять себе не зовсім коректно, що спричиняє соціальну напруженість у суспільстві. Підприємці часто практикують приховування прибутків від оподаткування, намагаються діяти «у тіні», необгрунтовано завищують ціни на продукцію і послуги, затримують заробітну плату найманим робітникам тощо. Це, відповідно, викликає негативну зворотну реакцію населення.

Україна поступово стає соціальною державою. Обравши соціально-орієнтовану спрямованість розвитку економіки, побудову соціальної демократичної держави, Україна повинна використовувати при цьому механізми й принципи соціального партнерства, в основу якого покладено баланс інтересів соціальних суб'єктів, їх соціальну відповідальність і справедливість.

В умовах соціального партнерства можуть бути раціонально й ефективно вирішені різні соціальні проблеми, що виникають у суспільстві. Саме ця обставина робить соціальне партнерство суттєвим фактором забезпечення соціальної безпеки як складової національної безпеки України і є одним з механізмів, що дає змогу послабити напруженість у суспільстві [5-9]. Соціальне партнерство в умовах ринкової економіки є найбільш перспективним і цивілізованим видом відносин між зазначеними суб'єктами. Подібна форма домовленості між державними структурами й громадськими організаціями дає змогу об'єднати інтелектуальний потенціал, людські й фінансові ресурси навколо конкретної соціальної проблеми.

Соціальне партнерство, з одного боку, враховує реалії сьогодення, а з другого – спрямоване на вбудовування в ліберальну модель ринкової, що базується на самостійності й ініціативі громадян. У цьому зв'язку ініціативні суспільні об'єднання можуть бути частиною системи соціального партнерства за умови більшої підтримки з боку держави й належної уваги з боку засобів масової інформації.

2. Зв'язок соціального партнерства і соціальної відповідальності.

За твердження А.Колота, соціальне партнерство постає як:

-система взаємовідносин між роботодавцями і найманими працівниками та їхніми представницькими органами, що спрямована на оптимізацію інтересів зазначених сторін та їх суб'єктів;

-система взаємовідносин між представницькими органами роботодавців, найманих працівників за участі органів державної влади і місцевого самоврядування, що на практиці постає як соціальна технологія регулювання соціально-трудова відносин;

- система відносин між сукупним роботодавцем і найманим працівником за участі інститутів держави та громадянського суспільства з приводу формування та реалізації соціально-економічної політики;

- система суспільних відносин між інститутами держави і суспільства, що ґрунтуються на принципах співробітництва і взаємної відповідальності [1, с.85]

За такого розуміння природи та місії соціального партнерства останнє постає як феномен не тільки соціально-трудоий, соціально-економічний, а й соціокультурний, морально-духовний, як форма суспільного договору, що має на меті задіяти потенціал конструктивної взаємодії, співробітництва, слугувати узгодженню інтересів особистості, організацій і суспільства в цілому.

Особливо наголошуємо на тому, що нові грані природи, предмета, місії соціального партнерства ми відкриємо для себе, якщо розглядатимемо цей інститут *саме крізь призму соціальної відповідальності* його суб'єктів, соціально відповідальної поведінки. Водночас конструкція відносин з приводу соціально відповідальної поведінки не може бути побудована без задіяння *потенціалу партнерства*. Справді, не можна не звернути увагу на наявність якщо й не прямої, то тісної залежності між розвитком соціального партнерства за сучасних його форм і рівнем соціальної відповідальності суб'єктів економічної діяльності та інститутів суспільства. Тому не є перебільшенням твердження, що соціальна відповідальність у найбільш розвинених формах стає можливою саме за умов існування повноцінного інституту соціального партнерства. Тісний зв'язок двох інститутів — соціального партнерства і соціальної відповідальності — передусім пов'язаний з тим, що суб'єкти соціального діалогу є одночасно суб'єктами соціально відповідальної поведінки. Корелюють суб'єкти соціального партнерства й об'єкти, на які спрямовані соціально відповідальні дії. У цьому можемо переконатися з огляду на таке. ***Нині соціальне партнерство дедалі більше розвивається в такому форматі, коли суб'єктами діалогу є:***

- наймані працівники та їхні представницькі органи;
- роботодавці і їхні представницькі органи;
- органи державної влади і місцевого самоврядування;
- недержавні, некомерційні організації, які репрезентують інтереси окремих груп населення.

Учасниками (суб'єктами і об'єктами) інституту соціальної відповідальності у сфері соціально-трудоих відносин є:

- роботодавці, які безпосередньо реалізують програми і заходи, що демонструють соціально-відповідальну поведінку;

- населення як об'єкт соціально відповідальної поведінки та джерело неформальних норм і правил у цій царині;

- наймані працівники та трудові колективи, які впливають на формування інституту соціальної відповідальності, висувають вимоги до соціально відповідальних дій з боку роботодавців і самі є як об'єктами соціально відповідальних дій, так і суб'єктами соціально відповідальної поведінки;

- органи державної влади і місцевого самоврядування, які сприяють створенню конкурентних умов діяльності підприємств і реалізації ними норм і правил соціально відповідальної поведінки;

- представницькі органи найманих працівників і роботодавців, інші органи громадянського суспільства, які репрезентують інтереси відповідних об'єднань, груп громадян; висувають вимоги до соціально відповідальної поведінки інститутів економіки та суспільства і самі є суб'єктами соціально відповідальних дій.

На основі соціального діалогу досягається формальна чи неформальна, гласна чи негласна домовленість між його сторонами про взаємні зобов'язання. Саме завдяки існуванню таких домовленостей створюється платформа для взаємодопомоги, обміну суспільно значущими послугами, для формування певних гарантій, преференцій та створення додаткових можливостей у реалізації як власних, так і спільних інтересів. Чим вагоміші зобов'язання, які беруть на себе соціальні партнери, чим ширше коло питань, за якими сторони дійшли згоди, тим більша гарантія того, що їхні дії та поведінка матимуть соціально відповідальний характер.

Отже, постійний діалог, пошук компромісів, опрацювання спільних, консолідованих дій, взяття взаємовигідних, односпрямованих соціальних зобов'язань здатні, як ніякий інший інструмент, суттєво приростити потенціал соціально відповідальної поведінки, консолідовано досягати узгодженої економічної, соціальної та екологічної динаміки розвитку. За такого розуміння сутності і місії соціального партнерства та утвердження його принципів на практиці поведінка і дії сторін діалогу набувають якісно нового характеру і не можуть не працювати на стійкий розвиток. Водночас рівень розвитку соціального партнерства є індикатором довіри, толерантності, солідарності партнерів, сповідування ними високих морально-духовних цінностей.

Соціальний діалог у реальності постає дієвим механізмом, інструментом, врешті-решт, суспільним інститутом підвищення соціальної відповідальності, оскільки сприяє:

- опрацюванню консолідованих вимог та норм соціально відповідальної поведінки;
- формуванню цивілізованих уявлень щодо місії, мети та результатів соціально відповідальної поведінки;
- залученню до вироблення та реалізації соціальних програм, угод, договорів та соціальної політики загалом якнайбільшої кількості суб'єктів соціального діалогу;
- підвищенню потенціалу соціально відповідальних дій на рівні окремих суб'єктів соціальної відповідальності та розширенню «поля» консолідованої (спільної, комунітарної, загальної) відповідальності;
- налагодженню ефективної взаємодії суб'єктів соціальної відповідальності;
- усвідомленню важливості та необхідності рівноцінно відповідальної поведінки учасників суспільно корисної діяльності.

Соціальна відповідальність у нинішньому розумінні її ролі і значення є одночасно і соціально-етичною, і соціально-економічною категорією, яка відбиває рівень готовності того чи іншого суб'єкта виконувати свої зобов'язання за оптимального (з позиції суспільства) узгодження інтересів індивіда, колективу і суспільства в цілому. На наше глибоке переконання, соціальна відповідальність має не менше значення для стійкого розвитку, ніж розвиток економічної інфраструктури, політична стабільність або впровадження проектів інноваційного розвитку.

При цьому зауважимо, що в суспільній свідомості глибоко вкорінилася думка, що соціальна відповідальність стосується виключно органів влади і бізнесових структур. І немає сумніву в тому, що суспільство має право чекати соціально відповідальної поведінки від даних інститутів економіки та суспільства. Утім правомірною є постановка питання щодо можливості і необхідності соціально відповідальних дій з боку всіх сторін і суб'єктів соціального діалогу. Інтереси забезпечення стійкої соціальної динаміки потребують, щоб соціально відповідальним був не окремо взятий партнер, а всі учасники суспільної коаліції, які вправі очікувати від інших адекватної соціально відповідальної поведінки.

Логіка консолідованих дій провідних соціальних сил (держави, роботодавців, найманих працівників та їхніх представницьких органів) є такою: соціальні партнери мають не тільки свої специфічні інтереси, а й спільні цілі; їх об'єднують певні цивілізаційні цінності, вони *репрезентовані тими самими громадянами*. За цих умов між ними можуть і мають бути партнерські відносини, які передбачають спільну, консолідовану відповідальність. І вони (партнери) можуть і мають зробити свій посильний внесок у суспільний добробут, стійкий розвиток особистості, громади, регіону, країни.

Консолідована (спільна) соціальна відповідальність заперечує домінування індивідуального і колективного егоїзму, натомість передбачає *рівноцінну* відповідальність усіх соціальних партнерів. Так, бізнесова структура, яка виконує свої зобов'язання перед власним персоналом, державою, громадою та постійно прагне підвищити свій внесок у соціальний розвиток організації, регіону, держави, вправі очікувати адекватної соціальної поведінки від інших партнерів по суспільній коаліції і зокрема від держави.

Для бізнесової структури як партнера по суспільній коаліції неприйнятною є поведінка державних структур, які реалізують політику державного рекету, спонукають до адміністративної корупції, вимагають платити податки наперед, чинять адміністративні перепони тощо. У цьому контексті зазначимо, що не можна визнати рівноцінними, соціально відповідальними і дії з боку профспілок, коли останні не сприяють підвищенню конкурентоспроможності організації. І навпаки, спільні зусилля представницьких органів роботодавців і найманих працівників щодо підвищення конкурентоспроможності, набуття конкурентних переваг потенційно дають можливість власникам одержувати більш високі дивіденди; менеджерам — гідну винагороду у формі окладів, премій, бонусів; працівникам — зберегти робоче місце і одержувати належну заробітну плату. За умови спільних зусиль з підвищення конкурентоспроможності більш імовірним є

соціальний компроміс між профспілками і роботодавцями щодо участі найманих працівників у розподілі прибутків.

Отже, для ефективної взаємодії соціальних партнерів, створення найбільш сприятливих умов з метою забезпечення стійкої соціальної динаміки необхідно прагнути до забезпечення на практиці рівноцінної, загальної, комунітарної, спільної соціальної відповідальності, яку в узагальненому вигляді можна трактувати як *консолідована*. Остання є більш високою та стійкою за умови, по-перше, найбільш повного збігу інтересів соціальних партнерів, а по-друге, узгодженості дій партнерів та рівноцінного їх внеску в загальну відповідальність.

За такого підходу до розуміння філософії соціальної відповідальності остання постає не тільки як індивідуальна відповідальність певного суб'єкта, а як спільна, загальна, консолідована відповідальність усіх учасників соціально-трудових відносин.

Наведене вище дає підстави для такого узагальнюючого висновку: соціальне партнерство правомірно розглядати як інструмент, організаційний механізм, соціальний інститут *посилення індивідуальної соціальної відповідальності суб'єктів* відносин у сфері праці, *інтеграції* останньої в якісну нову — спільну, загальну, консолідовану відповідальність [1, с. 87].

Потенціал консолідованої соціальної відповідальності за умови використання можливостей соціального діалогу може бути підвищений як на рівні підприємства, так і на галузевому, регіональному та національному ринку. На кожному з них існує чимало спільних платформ, сполучних ланок соціально відповідальної поведінки. Так, на рівні організації як така платформа (сполучна ланка) може виступати потреба досягнення високої конкурентоспроможності, а отже, забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку на основі набутих конкурентних переваг. Є всі підстави стверджувати, що на сучасному етапі вирішальну роль у конкуренції відіграють не традиційні, *жорсткі*, чинники (частка компанії на ринку, ціна товару чи послуги, податкове навантаження тощо), а *гнучкі*, такі як інноваційний характер товару, його якість, позитивний імідж підприємства, його сприйняття як соціально відповідального; чинники, що містять вагому економічну, соціальну компоненту.

Модель консолідованої відповідальності подана на рис. 7.1 [1, с. 88]

Сучасний бізнес має зважати на глибокі зміни у структурі та ієрархії чинників підвищення конкурентоспроможності і формувати свою місію з урахуванням нових реалій. На наше переконання, нове бачення соціальної відповідальності, об'єктивної потреби в соціально відповідальній поведінці усіх партнерів, включаючи найманих працівників, відкривається за умови здатності сформуванню сучасну місію бізнесу, усвідомлення трендів у царині чинників і механізмів набуття конкурентних переваг, розуміння сучасного характеру конкуренції та еволюції методів забезпечення стійкого розвитку.

Зазначимо, що тривалий час як в економічній літературі, так і на практиці домінувала думка, що бізнес-організація — це економічна цілісність, яка має прагнути лише до ефективного використання своїх ресурсів, а прибутковість є основним показником діяльності.

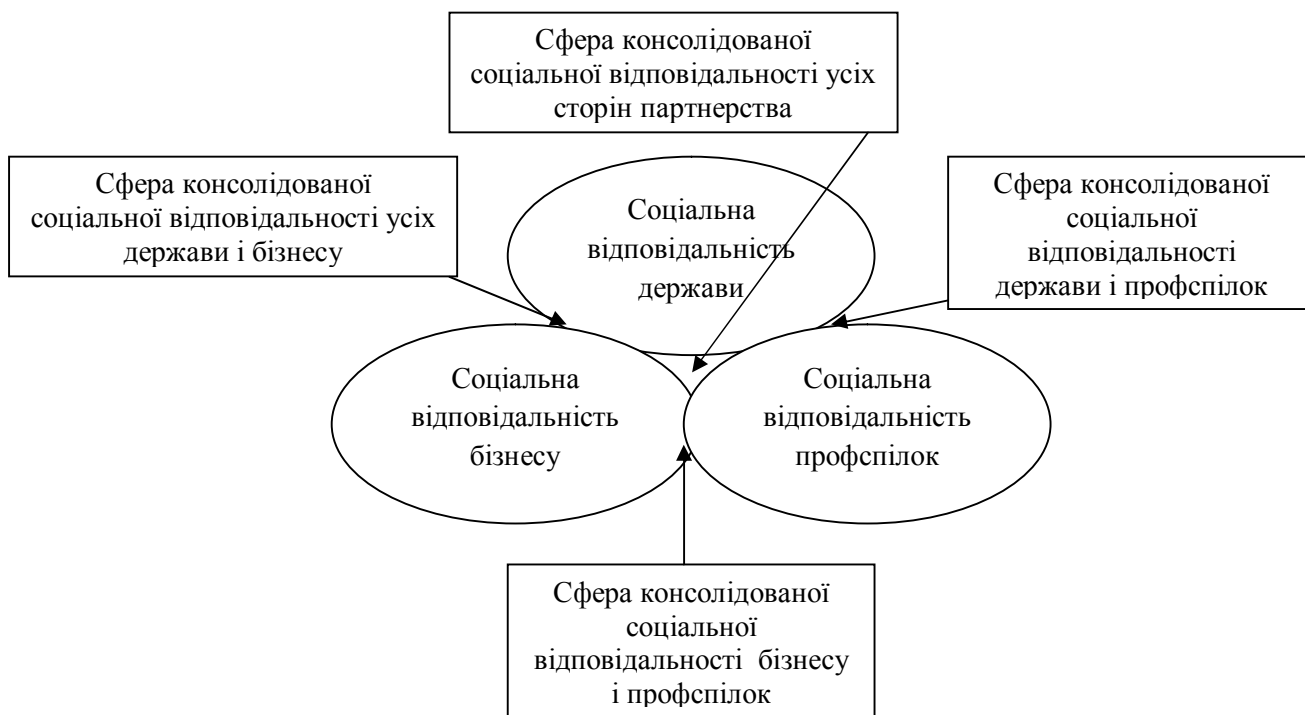


Рис. 7.1 Консолідована соціальна відповідальність соціальних партнерів у соціально-трудовій сфері

За останні два-три десятиліття уявлення щодо місії бізнесу, критеріїв та показників оцінки його діяльності несуттєво, але змінилися. І наука, і практика доводять, що організація — це не просто економічна цілісність, і що уявлення щодо прибутковості як основного показника підприємницької діяльності — це атрибутика позавчорашнього дня. Сучасна організація є складовою складної, взаємозв'язаної, взаємозалежної сукупності інститутів, які справляють істотний вплив на організацію, виступаючи в ролі споживачів, постачальників, органів влади, посередників, арбітрів тощо. У цій складній мережі відносин переплетені економічні, соціальні, екологічні, політичні інтереси, мотиви, прагнення.

Інститути (партнери), які оточують бізнес-організацію, очікують від неї не тільки економічно відповідальних дій, а й співучасті в розв'язанні соціальних, екологічних та інших суспільних проблем. Що ж стосується суспільства в цілому, то воно зацікавлене в тому, щоб кожна бізнес-структура набула статусу організації, орієнтованої на стійкий розвиток. Важливо наголосити, що на стійкий розвиток можуть розраховувати організації, які здатні і готові сповідувати морально-духовні цінності, додержуватися правових норм в економічній, соціальній, екологічній та інших сферах, що є життєво важливими для розвитку економіки суспільства.

Кожний крок на шляху опанування сучасної філософії бізнесу, його місії, розуміння глибинної ролі і значення соціальної компоненти в забезпеченні стійкого розвитку, усвідомлення, що соціально відповідальна поведінка — це не примус і навіть не обов'язок, що суспільна цінність — це одночасно і крок до формування сучасної, адекватної вимогам сьогодення, системи соціального

діалогу як одного з основних інститутів держави та громадянського суспільства. За такого бачення джерел розбудови та задіяння потенціалу системи соціально діалогу стає очевидною роль учених у формуванні сучасного економічного мислення, у засвоєнні якнайбільшою кількістю членів суспільства діалектики економічного і соціального поступу.

Тож у світлі наведених раніше суджень соціальна відповідальність, що, образно кажучи, виростає на ґрунті соціально партнерства та демонструє здатність і готовність до виконання соціальних зобов'язань, це — не тільки і не стільки вияв альтруїзму, благодійності, а суспільний інститут забезпечення стійкого розвитку. При цьому нового звучання та значущості має набути консолідована, або спільна, комунітарна соціальна відповідальність, коли держава не тільки декларує, а й демонструє соціально відповідальну поведінку, коли бізнес усвідомлює значущість людського капіталу і демонструє заінтересованість у його розвитку, у підвищенні якості трудового життя; коли наймані працівники, захищаючи свої інтереси шляхом діалогу із соціальними партнерами та використовуючи інші узвичаєні методи обстоювання своїх прав, одночасно дбають про підвищення як соціальної, так і економічної ефективності діяльності організації. При цьому, саме консолідована соціальна відповідальність має стати центральною ланкою модернізації всіх боків суспільного буття, інноваційних за змістом перетворень і в соціально-трудовій, і в інших сферах суспільного розвитку.

Новий сучасний погляд на інститут соціальної відповідальності і зокрема виокремлення інституту консолідованої соціальної відповідальності має додати відчутного імпульсу функціонуванню системи соціального партнерства та утвердженню здорових відносин у сфері праці, які створять передумови для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, стійкого розвитку, реалізації принципів гідної праці та досягнення високого рівня і якості життя.

3. Напрями розвитку і підвищення ефективності соціального партнерства в Україні

Як вище зазначалось, соціально-економічне партнерство є складовою соціально-трудова відносин, які є важливою складовою всієї системи суспільних відносин і, без перебільшення, утворюють свого роду «ядро» всієї парадигми соціально-економічного розвитку, оскільки саме від їх характеру та змісту безпосередньо залежить ступінь «соціалізації» відносин між працею та капіталом, рівень демократизації суспільства і соціальної орієнтованості даної економічної системи, досконалість суспільного буття в цілому.

Крім того, соціальне партнерство виступає:

- складовою побудови соціального ринкового господарства;
- елементом формування соціально відповідальної політики представників обох соціальних груп;
- організаційним принципом гармонізації відносин власності;
- економічним важелем підвищення ефективності виробництва.

Відповідно, соціальне партнерство є необхідною умовою розвитку громадянського суспільства як сукупності незалежних, рівноправних громадян, які взаємодіють, спілкуються, добровільно самоорганізуються на підставі спільних приватних інтересів у громади і об'єднання та захищені необхідними законами від прямого втручання і обмежень з боку держави. На думку дослідників, ключовим аспектом соціального партнерства в широкому сенсі є відносини громадянського суспільства із державою [12].

Визначаючи роль соціального партнерства у громадянському суспільстві можна стверджувати, що ідеологія соціального партнерства ґрунтується на визнанні мирного співіснування соціальних груп з різними соціально-економічними інтересами; можливості вирішення конфліктів шляхом взаємоприйнятних компромісів; взаємодії між соціальними партнерами у цивілізованих, конструктивних формах.

Змушені визнати, що в Україні чинна система соціального партнерства є недостатньо ефективною, вона лише проходить випробування часом. Реальність є такою, що й на початку другого десятиліття ХХІ ст. соціальний діалог не став технологією, соціальною інновацією, інструментом забезпечення стійкої соціальної динаміки.

Традиційними причинами низької ефективності можна вважати:

– недорозвиненість деяких елементів системи соціального партнерства (законодавчих, організаційних, соціально-економічних тощо) як на державному так і регіональному рівні. Відтак, урядовцям потрібно розробити основні законодавчі положення формування українських інтегрованих корпоративних структур та порядку застосування їхнього інноваційно-інвестиційного потенціалу. Держава має приділяти велику увагу розвитку корпоративного законодавства, яке в Україні потребує реформування.

– низька ефективність діяльності профспілок, як первинних ланок захисту інтересів найманих працівників;

– недосконалість змісту колективних угод, що не охоплює всі важливі сторони соціально - трудових відносин, окрім того, до процесу колективно-договірного регулювання залучається недостатня кількість найманих працівників, а саме підписання колективних угод не гарантує їх сумлінного виконання, що подекуди пов'язано з невмінням і небажанням соціальних партнерів досягати компромісу;

– неспроможність найманих працівників активно впливати на формування соціально відповідальної поведінки роботодавців;

До традиційних причин низької ефективності соціального партнерства додалися і нові, основними з яких є:

- декларативний характер соціальної орієнтації суспільства;
- зниження масовості членства найманих працівників у профспілках;
- пасивність суспільства, неадекватна реакція на десоціалізацію відносин між працею і капіталом, наростання асиметрії між економічним розвитком і його соціальними результатами;

- низька ефективність діяльності як профспілок, так й інститутів держави і громадянського суспільства із захисту інтересів трудящих;
- віртуалізація економіки, розвиток нестандартних форм зайнятості;
- психологічна неготовність найманих працівників активно впливати на формування соціально відповідальної поведінки роботодавців;
- брак традицій і належної культури розв'язувати проблеми соціально-трудового і соціально-економічного розвитку на засадах діалогу, довіри, соціальної справедливості та соціальної відповідальності;
- викривлене розуміння багатьма інститутами економіки і держави своєї місії та філософії забезпечення стійкого розвитку.

Це стримує процес реформування суспільства загалом, та створення соціально сприятливого середовища. Існуюча в Україні система взаємин трьох секторів зумовлює необхідність формування нових механізмів партнерства та взаємодії між ними на основі поєднання принципів державного регулювання економіки з метою забезпечення цілей, завдань та пріоритетів розвитку суспільства, враховуючи інтереси бізнесу та громади.

Вчені-економісти та практики протягом багатьох років намагаються знайти шляхи вирішення проблем підвищення ефективності соціального партнерства та рівня соціальної відповідальності держави, бізнесу і третього сектору.

Ефективне соціальне партнерство - невід'ємний елемент ринку праці та соціальної політики як на національному, регіональному, галузевому так і на мікроекономічному рівні. Його розвиток з одного боку залежить, а з іншого зумовлює покращення соціально-економічної ситуації, ріст рівня оплати праці та зайнятості, відповідно, скорочення рівня безробіття та бідності, удосконалення законодавства у сфері соціальної політики. Через призму реалізації механізмів соціального партнерства можна прослідкувати роль соціального та людського капіталу, ступінь інтегрованості та розвитку суспільства, рівень розвитку корпоративного управління.

Безумовно, система колективно-договірного регулювання відносин у сфері праці та вирішення різноманітних проблем соціального характеру на принципах соціального партнерства не вичерпала своїх можливостей. Інша річ — в якому форматі мають діяти згадані раніше інститути, як вони повинні взаємодіяти, якими мають бути змістові характеристики соціального діалогу за сучасних умов. Саме в цій площині треба шукати конкретні способи та механізми надання соціально-трудої сфері і притаманним їй відносинам стійкої динаміки розвитку. Зазначимо, що саме такий пошук активно здійснюється на рівні як Європейського Союзу, так і країн, які входять до цього міжнародного співтовариства. **При цьому для новітньої практики соціального діалогу в ЄС характерним є таке:**

- 1) розширення предмета соціального діалогу та додання до нього проблематики, яка стосується не тільки соціально-трудої сфери;
- 2) розширення суб'єктивності соціального діалогу, у тому числі за рахунок нових форм непрофспілкового представництва;
- 3) розширення форм і технологій координації дій соціальних партнерів;

- 4) підвищення ролі Європейської комісії в інституціоналізації соціального діалогу;
- 5) прагнення керівних органів Європейського Союзу до розвитку соціального діалогу на міждержавному рівні;
- 6) поява нових інститутів, які покликані поглибити і наповнити новим змістом соціальний діалог;
- 7) розвиток форм участі найманих працівників у прийнятті управлінських рішень, їх поєднання і урізноманітнення.

Для того щоб соціальний діалог на практиці став реальним інститутом підвищення соціальної відповідальності носіїв соціально-економічних інтересів, у суспільстві потрібно створити передумови, які можна звести до трьох груп: соціально-економічні, політико-правові, соціально-психологічні.

До *соціально-економічних передумов* ефективного функціонування соціального партнерства можна віднести: різноманіття форм власності і господарювання; становлення та розвиток громадянського суспільства; інноваційний характер економічного розвитку; соціальна орієнтація розвитку економіки; формування соціальної структури суспільства з орієнтацією на високу частку середнього класу; відсутність надмірної поляризації у рівнях доходів; реальне утвердження принципів соціальної справедливості; орієнтація провідних сил на подолання соціального відчуження.

До найбільш значущих *політико-правових передумов* розвитку соціального партнерства відносимо: багатопартійність суспільства; свободу політичних переконань; гарантії додержання норм демократії; законодавче забезпечення формування системи соціального партнерства; відповідність національного трудового законодавства міжнародним трудовим нормам, які закріплені в Конвенціях і Рекомендаціях Міжнародної організації праці; додержання провідними соціальними силами чинних нормативно-правових актів із соціально-трудова питань; додання до нормативно-правових актів положень і норм, які стимулюють соціально відповідальну поведінку учасників соціального діалогу; правове забезпечення діяльності інститутів соціально-трудова сфери, вектором якої є стійка соціальна динаміка.

Соціально-психологічні передумови розвитку соціального партнерства є, на думку автора, такими: підвищення рівня загальної культури соціуму; високий рівень розвитку корпоративної культури; утвердження високих норм трудова моралі; соціально активна і соціально відповідальна діяльність суб'єктів соціального діалогу; відсутність антагонізму інтересів суб'єктів соціально-трудова відносин; подолання соціальної відчуженості та соціальної ізоляції членів соціуму.

У своїй сукупності окреслені щойно передумови розвитку соціального партнерства є настільки важливими, що їх брак або недостатня сформованість здатні унеможливити досягнення балансу інтересів соціальних сил та стійкої динаміки соціального розвитку.

Цілі розвитку соціального партнерства доцільно розглядати як мінімум з двох позицій — загальнодержавної та суб'єкта підприємницької діяльності. На загальнодержавному рівні як цілі соціального партнерства можна розглядати:

- забезпечення стабільності та стійкої соціальної динаміки;
- забезпечення балансу інтересів сторін і суб'єктів соціального діалогу;
- підвищення якості трудового життя;
- створення реальних механізмів підвищення соціальної відповідальності соціальних партнерів;
- підвищення ефективності підприємницької діяльності.

На рівні організації цілями соціального партнерства, на наш погляд, є:

- створення передумов для стійкої економічної та соціальної динаміки;
- забезпечення балансу інтересів роботодавця і найманих працівників;
- створення реально діючого механізму підвищення соціальної відповідальності суб'єктів соціального діалогу;
- підвищення конкурентоспроможності організації [1, с. 86].

Можна виділити наступний комплекс заходів, спрямованих на формування ефективної системи соціального партнерства в Україні:

1. Створення сприятливого економічного клімату, зокрема шляхом послаблення податкового тиску і боротьби з корупцією, що зумовить оздоровлення національної економіки, її детінізацію і поступовий вихід з кризи.

2. Забезпечення сприятливих умов для розвитку середнього класу, а також підвищення трудових доходів населення, подолання бідності.

3. Удосконалення чинної нормативно-правової бази соціального партнерства, зокрема в Закон України «Про профспілки, їх права та гарантії діяльності», Кодекс законів про працю України внести норми щодо обов'язкового узгодження із профспілками рішень, які стосуються найважливіших для працівників питань – зміни умов праці, звільнення або скорочення працівників тощо, а також розробити і прийняти Закон України “Про соціальну відповідальність бізнесу”, заклавши в ньому демократичні механізми залучення бізнесу до розв'язання ключових соціальних питань персоналу підприємства тощо.

4. Формування ідеології і культури соціального партнерства, що передбачає формування у громадян соціальної компетентності й нормативно-правової підготовленості у питаннях прав людини, взаємодії з роботодавцем, працевлаштування, соціального захисту, трудового права, діяльності профспілок, пенсійних, страхових та інших фондів тощо.

Подальше вдосконалення системи соціального партнерства в Україні передбачає необхідність розробки організаційно-економічного механізму підвищення ефективності системи соціального партнерства (рис. 7.2). Шляхами впровадження окреслених цілей має бути законодавче регламентування впровадження принципів соціальної відповідальності у практику діяльності вітчизняних підприємств, вжиття заходів щодо мотивації роботодавців до використання принципів відповідального партнерства на мікрорівні, розробка комплексних програм моніторингу рівня розвитку соціального партнерства та постійне

інформування суспільства про результати діяльності організацій та підприємств за цими показниками.

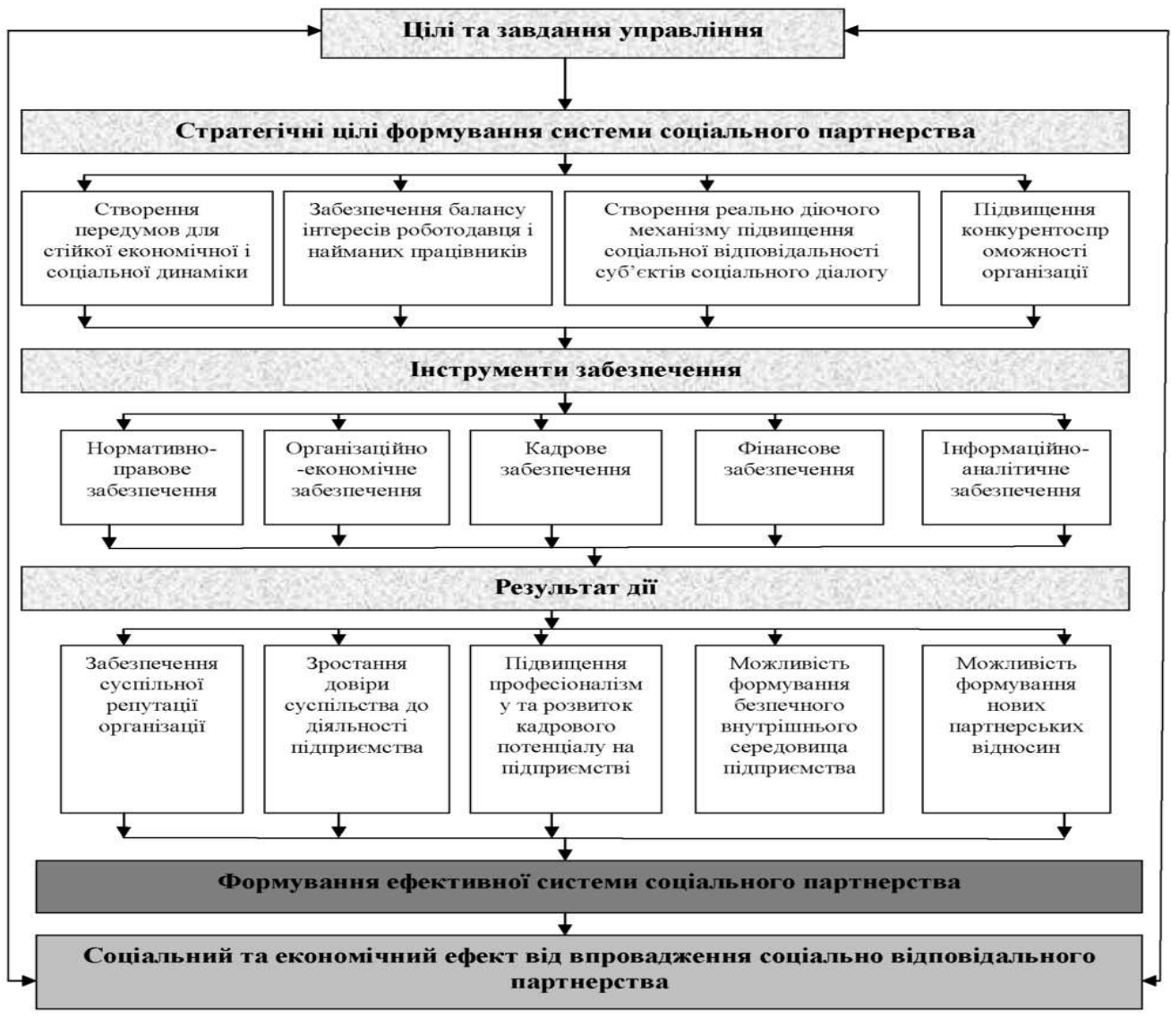


Рис. 7.2. Схема організаційно-економічного механізму формування ефективної системи соціального партнерства

Запропонований механізм передбачає використання нормативно-правових, організаційно-економічних та інформаційно-аналітичних важелів для створення ефективної системи соціального партнерства.

Нормативно-правові інструменти передбачають вдосконалення нормативно-правового регулювання соціального партнерства, спрямованого на реальне забезпечення рівних прав суб'єктів соціально-трудових відносин і встановлення мінімальних нормативних параметрів колективного договору.

Організаційно-економічні умови передбачають чітке формулювання основних напрямів розвитку соціально-економічної політики підприємств в галузі трудових і соціальних відносин; посилення контрольної функції професійних спілок щодо виконання роботодавцем умов колективного договору, посилення

адміністративної відповідальності господарюючих суб'єктів за зобов'язаннями колективного договору, а також посилення активності населення в області розвитку соціально-партнерського регулювання соціально-економічних і трудових процесів.

Кадрове забезпечення передбачає впровадження посади або виокремлення з числа працівників, особи, яка відповідає б за дотримання норм соціально відповідальної поведінки, зокрема роботодавцями.

Фінансове забезпечення передбачає формування спеціального фонду реалізації принципів соціальної відповідальності.

Умови інформаційно-аналітичного забезпечення містять заходи щодо відкритості інформації про стан соціально-трудових відносин в організації - для найманих працівників; розробка методик оцінки економічної ефективності соціальних інвестицій господарюючих суб'єктів і органів державної влади і впровадження їх у практику.

Слід зазначити, що розвиток партнерських відносин на мікрорівні тісно взаємопов'язано зі зміною системи соціального партнерства на регіональному та національному рівнях. Також на сучасному етапі соціально-економічного розвитку соціальну відповідальність не можна розглядати індивідуально як відповідальність підприємницьких структур або відповідальність держави або профспілок і найманих працівників. Ці категорії взаємопов'язані і взаємно доповнюють одна одну. Завдяки консенсусу, що досягається в значній мірі не без допомоги соціально відповідальної поведінки всіх партнерів трудових відносин, відбувається подальший розвиток і вдосконалення механізмів соціального партнерства. Формування соціально відповідальної поведінки в підприємницькому середовищі можливе лише за цілеспрямованої підтримки з боку держави та її активної участі у вирішенні соціальних проблем.

Методом вирішення соціальних конфліктів у межах соціального партнерства є *компроміс*, узгодження інтересів роботодавців і найманих працівників, а не протистояння і ліквідація приватної власності на засоби виробництва.

На наш погляд, досягнення зазначеного компромісу можливе за наступних умов:

- досягнення взаємного прагнення до встановлення в суспільстві соціального діалогу;
- усунення непорозумінь і суперечностей щодо намірів, які представляють законні інтереси кожної зі сторін;
- значний розвиток державно-приватного партнерства;
- розширення соціально-економічних відносин у системі корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку регіонів та в цілому України;
- розробки стратегії інституційного розвитку соціально-орієнтованої економіки України;
- розробки та обґрунтування методологічних положень формування механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю;

- залучення всіх суб'єктів суспільних відносин до управління і подолання на цій основі монополізму в розподілі створеного продукту;
- посилення мотивацій до співробітництва в забезпеченні високих результатів роботи як необхідної умови підвищення якості життя;
- чіткого визначення «сфер відповідальності» кожного з учасників соціально- економічних відносин;
- погодженого всіма сторонами соціально – економічних відносин механізму надання актуальної та достовірної інформації про свої наміри й можливості;
- доведення кожної зі сторін соціального партнерства в процесі соціального діалогу мотивації своїх позицій, доводів і очікувань до всіх учасників соціально – економічних відносин;
- забезпечення всіма сторонами соціально – економічних відносин чіткого механізму контролю дотримання взятих зобов'язань та відповідальності за їх недотримання.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення соціального партнерства.
2. Наведіть можливі форми соціального партнерства.
3. Назвіть учасників соціального партнерства.
4. В чому полягає зв'язок між соціальним партнерством і соціальною відповідальністю.
5. Які переваги отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності?
6. Назвіть основні причини низької ефективності системи соціального партнерства в Україні.
7. Охарактеризуйте інструменти механізму формування ефективної системи соціального партнерства.

Список використаних джерел:

1. Колот А.М. Соціальне партнерство як інститут формування консолідованої соціальної відповідальності: теоретичні засади / А.М. Колот, О.В. Павловська // Соціальна економіка. – 2013. - №1. – С. 81-90.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грیشнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К. : КНЕУ, 2011. — 501 с.
3. Дубницький В.І. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті розвитку державно-приватного партнерства / В.І. Дубницький, В.В. Комірна, Н.М. Чуприна // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т.2 –С. 74-87
4. Лебедєв І.В. Соціальне партнерство як спосіб подолання економічної кризи / І.В. Лебедєв // Економіка і держава. – 2009. - № 4. – С. 12-15.
5. Афоніна О. Г. Соціальна безпека: проблеми становлення соціального партнерства в Україні / О. Г. Афоніна // Вісн. НАДУ. – 2011. – № 4. – С. 241–249.
6. Весельська Л. А. Державна політика у сфері соціальної безпеки: організаційно-правовий аспект / Л. А. Весельська // Вісн. держ. служби України. – 2011. – № 1. – С. 8–12.

7. Евдокимов И. В. Государственно-общественное партнёрство в решении проблем рецидивной преступности / И. В. Евдокимов // Безопасность Евразии. – 2010. – № 2. – С. 531–546.
8. Ситник Г. П. Державне управління у сфері національної безпеки (концептуальні та організаційно-правові засади) : підручник / Г. П. Ситник. – К. : НАДУ, 2012. – 545 с.
9. Соціальне партнерство і державна політика: від теорії до практики демократизації державного управління: монографія / [В.Ф.Мартиненко, О.М.Крутій, С.Л.Кирий та ін.]; за заг.ред. В.Ф.Мартиненка. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ ”Магістр”, 2009. – 252 с.
10. Колосок А. М. Інституційне забезпечення соціального партнерства / А.М. Колосок // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 74-79.
11. Сталий розвиток територіальної громади: управлінський аспект: монографія / Ю.О. Куц, В.В. Мамонова, О.К. Чаплигіна та ін – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. – 236 с.
12. Закон України «Про основні засади взаємодії держави з приватними партнерами» від 1.07.2010 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.ligazakon.ua

ТЕМА 8. МОНІТОРИНГ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. Зміст, способи і об'єкти моніторингу корпоративної соціальної відповідальності

2. Параметри моніторингу корпоративної соціальної відповідальності

3. Соціальна звітність як інформаційна база моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.

1. Зміст, способи і об'єкти моніторингу корпоративної соціальної відповідальності

Під *моніторингом діяльності підприємства у сфері КСВ* будемо розуміти процес поточного спостереження, контролю, оцінювання, аналізу та прогнозування економічної, екологічної та соціальної результативності та ефективності для задоволення потреб різних груп користувачів.

Метою моніторингу у сфері КСВ доцільно вважати одержання інформації про рівень ефективності та результативності в екологічній, економічній і соціальній сферах на основі якісного та кількісного аналізу й оцінювання відповідних показників для розробки і ухвалення управлінських рішень в системі управління сталим розвитком, прогнозування стану об'єкта моніторингу та інформування зацікавлених сторін.

Аналіз зарубіжної та вітчизняної практики моніторингу і оцінки КСВ дозволив визначити такі *способи* його здійснення:

1) підприємство (компанія) запроваджує в практику щорічну звітність згідно одного із загальноприйнятих стандартів звітності у сфері КСВ, наприклад, AA1000 або GRI;

2) підприємство (компанія) запроваджує систему внутрішнього моніторингу і оцінки дотримання принципів КСВ, яка ґрунтується на внутрішньо корпоративних підходах до визначення принципів соціальної відповідальності та звітності у цій сфері;

3) підприємство залучає зовнішніх експертів для моніторингу дотримання принципів КСВ та зовнішньої оцінки.

Організація моніторингу та оцінки КСВ передбачає використання різних *підходів*. У великих транснаціональних корпораціях проблеми КСВ виведено на рівень Ради директорів та керівництва з вимогою регулярної (не рідше двох раз на рік) звітності перед Радою директорів компанії. Характеризуючи стан даного питання в Україні, необхідно визнати те, що національні підприємства в більшості не мають досвіду ні з питань моніторингу соціальної відповідальності, ні з питань складання звітів зі сталого розвитку. Більшість вітчизняних підприємств не реалізують стратегію сталого розвитку та не запровадили в практику принципи соціальної відповідальності бізнесу. В той же час необхідно відзначити, що окремі підприємства мають потенціал для досягнення високого рівня економічної, екологічної та соціальної результативності, впроваджуючи соціальні та природоохоронні проекти. Проте, в теперішній ситуації, крім неготовності підприємств оприлюднити результати

своєї діяльності в економічній, екологічній та соціальній сферах, перешкодою для цього є також: відсутність загальнонаціональної концепції розвитку бізнесу на засадах соціальної відповідальності, досвіду здійснення відповідного моніторингу, складання звітності та запровадження КСВ в галузях економіки. Тому на даному етапі більш прийнятним для підприємств є запровадження системи внутрішнього моніторингу соціальної відповідальності бізнесу.

Підкреслимо, що слідування основним стандартам корпоративної соціальної відповідальності (AA 1000 або GRI) вже надає підприємствам критерії та інструменти для моніторингу та оцінки своєї діяльності у цій сфері.

Моніторинг в цьому випадку закладені в сам протокол дій компанії при підготовці звітності за даними стандартами, однак у випадку застосування стандарту верифікації звітів AA1000 компанія може залучити і зовнішніх сертифікованих оцінників для підготовки окремого звіту про сталий розвиток (соціальну відповідальність бізнесу). Крім слідування двом найбільш поширеним стандартам звітності з КСВ (AA1000 та GRI), підприємства можуть впроваджувати внутрішню систему моніторингу бізнес-процесів та соціальної діяльності з метою їх удосконалення та впровадження стратегії сталого розвитку та принципів соціальної відповідальності.

Так, **об'єктами моніторингу КСВ** на підприємстві повинні бути: політика у сфері управління екологічними ризиками, політика у взаємовідносинах зі стейкхолдерами, політика у сфері охорони праці та її безпеки, гарантії та соціальний пакет для працівників, економічна політика, а саме – виробництво продукції та задоволення потреб споживачів, стимулювання праці, сплата податків, інвестиції в розвиток інфраструктури та благодійна діяльність.

Моніторинг надає необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що потребує організації на підприємстві відповідної служби.

При підготовці до проведення моніторингу КСВ передбачається вирішення таких програмних та організаційно-методичних завдань:

- визначення мети, предмету та принципів моніторингу;
- формування системи цільових показників моніторингу (цільовими є показники, які достатньо повно характеризують досліджуваний об'єкт – процес або явище);
- обґрунтування методів, які використовуватимуться на етапах збирання, обробки та візуалізації даних.

Основними функціями моніторингу є: оцінююча, діагностична, стимулююча, коригувальна, а також функції забезпечення зворотного зв'язку, прогнозування та моделювання [1].

2. Параметри моніторингу корпоративної соціальної відповідальності

Розвиток соціально-економічних відносин в Україні спонукає до трансформації систем управління на рівні підприємств, введенням в управлінську практику КСВ. Дана реорганізація управлінських систем передбачає наявність найповнішої інформації про об'єкт управління, яка формується з використанням

розгалуженої сукупності критеріїв і показників для визначення стану та напрямів розвитку об'єкта управління. Моніторинг соціальних аспектів функціонування підприємств досить трудомісткий процес у зв'язку з тим, що досягнення соціальних цілей підприємства є багатограним процесом, що торкається безлічі сфер суспільної і економічної діяльності підприємств.

Процес моніторингу КСВ на підприємстві доцільно починати з діагностики раціонального корпоративного управління даним суб'єктом господарювання.

При цьому під корпоративним управлінням підприємством розуміється не тільки управління його технічними засобами, інформаційними і матеріальними потоками, а також працівниками (групами індивідумів), й зацікавленими особами (стейкхолдерами), що має аспект корпоративної взаємодії. Така взаємодія потребує цілеспрямованого впливу на корпоративні суб'єкти відносин, що утворює особливий спосіб - корпоративне управління підприємством. У рамках такого корпоративного управління КСВ є складовою мотиваційної функції загальної системи управління підприємством [2].

Моніторинг корпоративного управління підприємством обумовлено саме взаємозв'язком КСВ та корпоративного управління підприємством. Так, Всесвітній банк вважає, що корпоративне управління поєднує в собі норми законодавства, нормативних положень та практику господарювання у приватному секторі, що дозволяє товариствам залучати фінансові та людські ресурси, ефективно здійснювати господарську діяльність і, таким чином, продовжувати своє функціонування, накопичуючи довгострокову економічну вартість шляхом підвищення вартості акцій і дотримуючи при цьому інтереси всіх осіб, які беруть участь у суспільстві і суспільства в цілому [3 с.21].

Існує значна кількість методів моніторингу стану корпоративного управління підприємством, серед яких виокремлюють кількісні і якісні методи [3 с.26]. Найбільше поширення і ґрунтовне обґрунтування мають кількісні методи, що будуються на методах та процедурах аналізу показників господарської діяльності підприємства. Поряд із загальними методами моніторингу корпоративного управління, що використовуються для оцінки стану та динаміки відносин КСВ, існує значна сукупність спеціальних методів оцінки. Однак дані методи мають різне спрямування і цілі оцінювання тому не є універсальними.

Одним із найважливіших міжнародних параметрів для моніторингу і оцінки КСВ є світовий фондовий індекс сталого розвитку Доу-Джонса (англ. Dow-Jones Sustainability Index, DJSI), який розраховується за великою кількістю параметрів шляхом заповнення підприємствами спеціальних щорічних анкет (табл. 8.1). Отримані дані перевіряються спеціально уповноваженим аудитором - сьогодні це авторитетне консалтингове підприємство PricewaterhouseCoopers [4]. Близько 60 % параметрів є однаковими для всіх підприємств незалежно від їх галузевої спрямованості, решта - диференційовані відповідно до секторів економіки. Після розрахунків за спеціальною «зваженою» шкалою визначаються місця підприємств у світовому рейтингу за рівнем їх внеску у сталий розвиток економіки [4]. Методика охоплює лише деякі аспекти роботи підприємства, та не всіх

зацікавлених сторін підприємства, як і власне заінтересованість самого підприємства.

Серед групи нефондових параметрів моніторингу виділяють два рейтинги - Accountability Rating та Corporate Responsibility Index, які розробляються, відповідно, двома міжнародними організаціями «AccountAbility» та «Business in the Community».

Таблиця 8.1.

Параметри моніторингу КСВ та їх характеристики

оцінки КСВ	Критерії оцінки	Недоліки
Індекс Domini Social Investment (DSI 400)	<ul style="list-style-type: none"> - соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств, що не відносяться до «заборонених галузей»; - оцінка на основі рейтингу КСВ за 9 факторами, що характеризуються за принципом «сильних та слабих сторін» 	<ul style="list-style-type: none"> - не розглядаються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі підприємства
Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	<ul style="list-style-type: none"> - економічна основа для розвитку підприємства; - соціальна активність; - екологічна діяльність 	<ul style="list-style-type: none"> - не береться в розрахунок характер взаємозв'язків і форм взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі підприємства
Індекс FTSE4Good	<ul style="list-style-type: none"> - фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства, що не відносяться до «заборонених галузей» 	<ul style="list-style-type: none"> - не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами; - неможливо оцінити всі компанії
Соціальний індекс (Social Index - SI) Датського Міністерства соціальної політики	<ul style="list-style-type: none"> - внутрішні і зовнішні соціальні програми 	<ul style="list-style-type: none"> - не розглядаються економічні і екологічні результати діяльності підприємства, взаємини з органами влади
Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index)	<ul style="list-style-type: none"> - добродійність; взаємини з основними партнерами 	<ul style="list-style-type: none"> - не враховуються економічні й екологічні результати діяльності підприємства, взаємовідносини з державою
Стандарт SA 8000	<ul style="list-style-type: none"> - соціальні аспекти системи управління компанії 	<ul style="list-style-type: none"> - не враховуються економічні й екологічні результати діяльності, а також зовнішня соціальна активність підприємства

Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	<ul style="list-style-type: none"> - економічні показники; - екологічні показники; - соціальні результати діяльності 	- не враховуються характер і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами, а також ефективність цієї взаємодії;
Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard)	<ul style="list-style-type: none"> - фінансові показники, - відносини з клієнтами, - внутрішні бізнес-процеси, інновації і навчання; 	- не розглядаються характер взаємин і форми взаємодії з державою і місцевим співтовариством, а також екологічні результати діяльності підприємства
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	- соціальна «замученість» підприємства	- не враховуються фінансові й екологічні показники, взаємини і взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами
Європейська модель якості (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence)	<ul style="list-style-type: none"> - якість продукції; - відповідальність перед споживачами 	- не враховуються фінансові і соціальні результати діяльності підприємства, взаємини з державою і місцевим співтовариством

Так, методологія визначення Accountability Rating [5] розроблена з врахуванням вимог стандартів підготовки соціальних звітів AA 1000 та GRI. Особливістю даної методики є можливість оцінки нефінансової діяльності підприємств на всіх етапах її розробки та впровадження. Невід'ємною складовою даного рейтингу, як і покладеного в його основу стандарту звітування AA 1000, є налагодження активної співпраці з зацікавленими сторонами, врахування їх поглядів при розробці не фінансової діяльності. Методика визначення Corporate Responsibility Index [5] дещо схожа на розглянуту вище методику визначення Accountability Rating. В першу чергу, це стосується основних напрямів діяльності підприємства, які оцінюються під час його розрахунку та охоплюють розробку й інтеграцію стратегії КСВ у діяльність підприємства, систему управління, підготовці звітів та оцінки впливу КСВ програм. В той же час, не передбачає поділу діяльності підприємства на фінансову та нефінансову, що, в свою чергу, дозволяє уникнути проблеми ідентифікації джерел виникнення та наслідків впливу КСВ діяльності підприємства.

Спільними рисами, характерними для розглянутих вище підходів до оцінки рівня КСВ підприємств, виступають джерела інформації, що використовуються при аналізі, а саме: опитування представників підприємств, діяльність яких досліджується; аналіз документації (фінансові, соціальні, екологічні звіти, звіти сталого розвитку, веб-сайт, внутрішні документи, брошури, інші джерела); вивчення публікацій у ЗМІ та коментарів зацікавлених сторін; безпосередні контакти з підприємством.

Незважаючи на поширеність та універсальність розглянутих вище методик оцінки КСВ, їх важко у повному обсязі застосовувати для оцінки її рівня вітчиз-

няних підприємств, оскільки існують розбіжності до напрямів та параметрів оцінки діяльності підприємств, що застосовуються в Україні та країнах Північної Америки та Європейського Союзу [6].

Таким чином, аналіз усіх можливих підходів та параметрів моніторингу КСВ у діяльності підприємства показав їх різноманіття та визначив значну кількість недоліків. Кожний з підходів дозволяє проаналізувати лише певну складову або групу складових КСВ, не дозволяючи розкрити повної картини стану КСВ. Всі зазначені методики мають різну базу аналізу, що ускладнює поєднання отриманих результатів за аналізом різних складових та елементів КСВ. Отже, виникає потреба розробити таку систему моніторингу, яка б дозволила зацікавленим сторонам проаналізувати стан КСВ того або іншого підприємства з метою прийняття господарського рішення відносно нього.

3. Соціальна звітність як інформаційна база моніторингу корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальна звітність як один із найважливіших проявів діяльності бізнесу у галузі соціальної відповідальності останнім часом перебуває у фазі активного розвитку. До складу соціальних звітів великих компаній на сьогодні входять такі важливі аспекти: вплив діяльності компанії на навколишнє середовище (зокрема, на атмосферу), дотримання прав людини, відносини з поставниками, боротьба за хабарництвом і т.п.

Міжнародні стандарти соціальної звітності – серії ISO-14000, ISO-9000, GRI, AA-1000, SA-8000. ISO-26000, OHSAS-18000). На сьогодні до стандартизації своєї соціальної діяльності перейшли багато ТНК, які зацікавлені: в укріпленні своєї ділової репутації, клієнтської бази; у залученні інвестицій; у поглибленні діалогу з державою та суспільством.

Міжнародні стандарти серії ISO-14000 – стандарти, розроблені Міжнародній організації із стандартизації, що встановлюють вимоги до систем екологічного менеджменту з тим, щоб дати організаціям певний інструмент для розробки політики і визначення завдань скорочення дії на навколишнє середовище. На даний час розроблено низку стандартів серії 14000, зокрема: ISO-14001 – «Системи екологічного менеджменту – специфікація і керівництво з використання». Стандарт містить вимоги, які можна перевірити в ході аудиторської перевірки, що проводиться в цілях сертифікації відповідності стандарту ISO-14000. Даний стандарт не оперує точними величинами і не встановлює абсолютних вимог до екологічної ефективності підприємства. Основна вимога – керівництво підприємства має прийняти на себе зобов'язання відповідно до своїх можливостей постійно покращувати екологічну ефективність підприємства. Відповідність зазначених вимог перевіряється в ході аудиторських перевірок, регламент яких описаний у стандартах ISO-14010, 14011/1, 14012.

Стандарт Social Accountability 8000 (SA-8000) – базується на принципах одинадцяти конвенцій Міжнародної Організації Праці, Всесвітньої Декларації прав людини, Конвенції ООН з прав дитини. SA-8000 – це добровільний стандарт. Його основна мета – забезпечення етичного походження товарів і

послуг. Він може застосовуватися будь-якою організацією, незалежно від її розмірів і обсягів виробництва, культурних і географічних меж її оперування. Стандарт забезпечує визначення етичних критеріїв виробництва товарів і послуг і певним чином доповнює стандарти ISO серії 9000 і 14000, залишаючись універсальним засобом для практичної реалізації етичної діяльності адміністрації компанії.

SA-8000 представляє лише одну з можливих методологій управління соціальною відповідальністю. Він побудований на тих же системних підходах, що і стандарти ISO-9000 (управління якістю) і ISO-14001 (управління охороною навколишнього середовища), проте істотно відрізняється від них за базовими значеннями вживаних показників оцінювання. Компанії, діяльність та внутрішні правила яких відповідають SA-8000, документують та інтегрують їх в існуючі системи менеджменту.

Стандарт *AccountAbility 1000 (AA-1000)* – стандарт соціальної (нефінансової) звітності, призначений для вимірювання результатів діяльності компаній з етичних позицій, що надає їм процедуру і набір критеріїв, за допомогою яких може бути здійснено соціальний і етичний аудит їх діяльності. Система AA-1000 (AA1000 Framework) є комплексом принципів, методичних рекомендацій і стандартів верифікації, спрямованих на підвищення ефективності діяльності компанії у сфері соціальної відповідальності, а також поліпшення якості оцінки, аудиту і звітності у даній сфері. Головною особливістю стандартів AA-1000 є їх орієнтованість на процеси у сфері соціальної відповідальності (на відміну від GRI, яка надає вимоги до комплексу показників і якості самої звітності). Крім того, базовим принципом AA-1000 є участь усіх зацікавлених сторін у процесі вдосконалення діяльності організації. Отже, корпоративний соціальний звіт (як форма соціальної, не фінансової звітності компаній) – публічне письмове інформування акціонерів, співробітників, партнерів та всього суспільства про те, як та якими темпами компанія реалізує закладені в своїй місії чи стратегічних планах розвитку цілі у сферах:

- економічного розвитку суспільства;
- соціального добробуту;
- екологічної безпеки населення.

Тематика соціального звіту, його структура, процес підготовки, форма доведення звіту до громадськості, оцінка зворотного зв'язку з основними зацікавленими аудиторіями залежать від особливостей господарської діяльності компанії та від специфіки обраної стратегії комунікації з суспільством.

Соціальна звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) з чотирьох загальноприйнятих:

1. Звіт про КСВ-діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні та/або екологічні проекти компанії). Це – найбільш легкий нефінансовий звіт, який готується компанією. Він створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компанії і не проходить аудит.

2. Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (СОР – Communication on Progress). Звіт з прогресу (щодо виконання принципів Глобального Договору (ГД) ООН) – це одна з найпоширеніших та найлегших до впровадження форм нефінансової звітності, що не проходить аудит. Глобальний Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Звіт з прогресу щорічно обов'язково готують тільки ті компанії, що є підписантами (членами) Глобального Договору ООН.

3. Звіт зі сталого розвитку. Цей звіт є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності.

4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical AccountAbility). Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією. Стандарт перевірки звітності AA1000 націлений на сприяння організаційній звітності задля сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності [5].

Соціальний звіт дозволяє компаніям:

- надати в консолідованому вигляді інформацію про свої пріоритетні соціальні програми;
- довести до свідомості широкого кола громадськості інформацію про дії компанії з метою реалізації соціальних програм.

Вигоди, які отримує компанія від надання соціальної звітності:

- корпоративний соціальний звіт діє як рекламна акція, сприяючи покращенню репутації компанії в очах суспільства, що стимулює попит на товари набагато суттєвіше, ніж традиційні звичайні рекламні кампанії;
- отримання «зустрічних» пропозицій від громадських організацій та благодійних фондів, які дозволяють компанії відібрати ті ідеї та програми, які принесуть максимальний сукупний результат – як для суспільства, так і для самої компанії.

Етапи підготування та розповсюдження корпоративного соціального звіту:

- визначення підрозділу (чи створення зведеної робочої групи) та формування процедур з підготовки та розповсюдження корпоративного соціального звіту;

- визначення ключових аспектів, проблематики та напрямків, інформація про які входить до соціального звіту, а також визначення показників та джерел інформації, що характеризують ці напрямки;
- визначення зовнішніх та внутрішніх зацікавлених груп, які прийматимуть участь у складанні та оцінці результатів звіту;
- збирання та аналіз необхідної інформації (включаючи консультації із зацікавленими групами);
- підготування тексту звіту та забезпечення (по можливості) незалежної оцінки процесу його складання;
- розповсюдження звіту та збирання коментарів від цільових аудиторій;
- аналіз усього процесу з точки зору ефективності соціальної стратегії компанії; практичної реалізації цілей соціальних програм; відгуків цільових аудиторій; вдосконалення соціальних програм.

На сьогодні інформацію про свої соціальні програми публікують та розповсюджують практично всі провідні компанії. Соціальні звіти компаній розміщуються на корпоративних веб-сайтах; публікуються у вигляді окремих брошур та екземплярів для вільного користування; розповсюджуються через офіси компаній всім зацікавленим у діяльності компанії сторонам (органам державного управління; об'єднанням споживачів та індивідуальним споживачам; бізнес-партнерам; громадським організаціям); презентуються на публічних ділових заходах (конференціях, круглих столах, ділових сніданках).

Кількість соціальних звітів неухильно зростає в Європі впродовж останніх 10-15 років. Останнім часом позначилася тенденція до оприлюднення компаніями одночасно традиційних фінансових річних звітів і соціальних звітів. Відсутність соціальної інформації може спричинити ще більше проблем, ніж її наявність. Саме тому прослідковується відкрита звітність багатьох компаній про власні проблеми (використання дитячої праці, чи нещасні випадки на виробництві й т. ін.) [6].

Оприлюднення соціального звіту у середньостроковому періоді може значно підвищити мотивацію до роботи у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Стратегія комунікації, пов'язана із відкритістю та прозорістю діяльності компанії, – ще один засіб корпоративної соціальної відповідальності. Для компаній, які серйозно сприймають необхідність ведення соціально-відповідального бізнесу, важливо не лише впроваджувати програми, але й правильно доносити інформацію про такі програми до груп впливу. Як бачимо, засобів, методик та програм, напрацьованих за останні 10-15 років компаніями, що серйозно ставляться до корпоративної соціальної відповідальності, існує достатньо механізмів, в яких вона проявляється матеріально.

В цілому, корпоративний соціальний звіт є динамічною моделлю процесу постійного поліпшення показників сталого розвитку компанії. Основне призначення стандарту полягає у визначенні кроків для кожної стадії процесу з метою досягнення загальної ефективності.

Питання для самоконтролю:

1. Дайте визначення моніторингу КСВ.
2. Назвіть об'єкти моніторингу КСР на підприємстві
3. Які організаційно – методичні завдання вирішуються при підготовці до проведення моніторингу КСВ?
4. Які основні функції моніторингу?
5. З чого починається процес моніторингу КСВ на підприємстві?
6. Які є методи моніторингу стану корпоративного управління підприємством?
7. Назвіть параметри моніторингу КСВ
8. Охарактеризуйте призначення соціальної звітності підприємства.
9. Які міжнародні стандарти соціальної звітності Ви знаєте?

Список використаних джерел:

1. Баюра Д. О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. пр. (за заг. ред. проф. Єханурова Ю.І., Шегди А. В. Вип. 24. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. — С. 212—219.
2. Булатов А.Н. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: монография. / А. Н. Булатов. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. — 272 с.
3. Буян О.А. Корпоративна соціальна відповідальність / О.А. Буян // Вісник Дніпропетровського університету «Економіка». – 2012 - Вип. 6. – С. 21-25.
4. PWC в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.pwc.com/ua/ru/publications/index.jhtml>.
5. Accountability Rating 2007: methodology [Електронний ресурс]. - L. : Csrnetwork ltd, AccountAbility, 2007. - 10 р. - Режим доступу : http://www.accountabilityrating.com/client/area2/downloads/1_2007_AR_methodology.pdf
6. Лукін С. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор конкурентоспроможності на глобальних ринках / С. Ю. Лукін, Є. Е. Соломаха // Сталий розвиток економіки : всеукр. наук.-вир. журнал. - 2011. - № 2. - С. 22-24.

ТЕМА 9. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1. Значення та зміст оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства

2. Методики оцінювання соціальної відповідальності

3. Ключові показники оцінювання ефективності соціальної відповідальності

1. Значення та зміст оцінювання ефективності соціальної відповідальності підприємства

Соціальні, економічні, екологічні аспекти соціально відповідальності бізнесу – це, перш за все, низка показників, за якими здійснюється оцінка ефективності реалізації соціально-відповідального бізнесу та здійснюється його моніторинг й контроль (звітність).

Основними групами показників соціальних, економічних, екологічних аспектів соціально відповідальності бізнесу є такі:

1) група показників соціальної відповідальності перед працівниками:

- виплати премії;
- плинність кадрів;
- проведені тренінги та результати навчання;
- оплата праці та умови праці у порівнянні з середньогалузевими (ринковими);

○ понаднормові години;

○ структура робочої сили у гендерному та віковому розрізі;

○ кількість робітників-інвалідів;

○ кількість інцидентів на робочому місці;

○ оцінка працівниками своєї компанії;

2) група показників навколишнього середовища:

○ вплив та витрати на навколишнє середовище;

○ використання вторинної сировини;

○ споживання енергії;

○ утилізація відходів;

○ кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних нормативів;

3) група показників поведінки компанії на ринку:

○ рекламації покупців;

○ скарги на недобрросовісну рекламу;

○ штрафні санкції антимонопольного комітету;

○ надання споживачам кращого сервісу;

○ рівень задоволення споживача;

○ кредиторська заборгованість;

○ рівень відповідності стандартам продукції;

○ вплив продукції/діяльності компанії на суспільство;

4) група показників залучення до життя громадськості:

○ дотримання компанією прав людини;

○ надані робочі місця;

- освітні і навчальні програми для громадськості;
- участь у стратегічному розвитку регіону;
- допомога в рішенні різних проблем (екологічних, охорона здоров'я та ін.).

Оцінювання соціальної відповідальності – це процес огляду соціальної політики компанії та її результатів. Мета такого оцінювання – відпрацювати механізми та документацію, необхідні для подальшої роботи організації в цьому напрямку.

Основні етапи оцінювання:

- збір і аналіз документів й інформації;
- аналіз місії та інших документів компанії, які визначають її політику (кодекс поведінки);
- інтерв'ю ключових працівників (включаючи керівництво);
 - дослідження й опитування працівників з метою визначення наскільки проголошена соціальна місія досягнута в даній організації; дослідження повинне бути передане для аналізу незалежній організації;
 - огляд зовнішньої інформації про підприємство;
 - оцінка розриву між поточним станом і поставленими задачами, розробленими у стратегії компанії; коректування стратегії для подолання розриву;
 - інформування про результати аудита працівників і всіх зацікавлених осіб.

Існують відмінності оцінювання ефективності соціальної відповідальності від оцінювання ефективності фінансових проектів та інвестування. Так, ефективність соціальної відповідальності визначена як найважливіша характеристика якості соціально-економічної системи організації з точки зору співвідношення результатів, забезпечених її соціально відповідальною поведінкою і соціально орієнтованих витрат, що викликали ці ефекти. Соціальна відповідальність впливає на економічну соціодинаміку організації. Система соціальної відповідальності виступає структурним елементом довгострокової стратегії організації, чинником вдосконалення та розвитку як самої організації, так і суспільства [2].

Корпоративна соціальна відповідальність реалізується компаніями через відповідні соціальні проекти і програми, які за своїм змістом можна розділити на дві групи:

1. Програми спрямовані на зовнішнє середовище підприємства, в яких безпосереднім адресатом не є персонал компанії;
2. Програми, спрямовані на розвиток внутрішнього середовища підприємства, соціальну підтримку власного персоналу, працівників.

Реалізуючи корпоративну соціальну відповідальність у зовнішньому середовищі компанії, як правило, орієнтуються на наступні напрями:

- екологічні програми;
- освітні програми та підтримка наукових досліджень;
- програми по взаємодії з органами місцевого самоврядування;
- програми щодо підтримки культури і мистецтва;
- філантропічні програми.

Корпоративні добродійні та соціальні програми не спрямовані на отримання додаткового прибутку, проте їх реалізація приводить не тільки до соціального ефекту, але бізнес – ефекту. З-поміж сфер діяльності компанії, в яких найбільш ймовірно отримання бізнес-ефекту, виокремлюють фінанси, маркетинг і продажі, управління персоналом, ризиками. Найчастіше бізнес-ефект характеризується створенням стабільного бізнес-середовища, зниженням операційних меж, зміцненням довіри, створенням позитивного іміджу, збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників і продаж, підвищенням ефективності комплексу маркетингу і підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяють розширенню ринку, і іншими отриманими вигодами [1, с. 9-16].

Чим вище рівень соціальної відповідальності підприємства, тим у більшій мірі воно задовольняє інтереси всіх груп зацікавлених сторін, що сприяє: створенню позитивного іміджу та поліпшенню репутації підприємства; збільшенню фінансових показників, оскільки від позитивного впливу на ринок споживачів збільшується попит на продукцію підприємства, отже, відбувається і збільшення прибутку; підвищенню інвестиційної привабливості підприємств, що сприяє залученню додаткового капіталу для розширення виробничо-господарської діяльності; розробці та впровадженню нових соціальних програм; залученню кваліфікованих працівників, використання більш мотивованого персоналу.

Підприємства з низьким рівнем соціальної відповідальності не задовольняють інтересів зацікавлених сторін, оскільки вони спрямовані лише на одержання короткострокового прибутку.

Таким чином, важливою особливістю сучасної парадигми управління підприємства є підвищення рівня соціальної відповідальності з метою покращення іміджу підприємства, його ділової репутації, підтримання конкурентоспроможності в цілому. Є всі підстави очікувати, що реальна практична діяльність вітчизняних підприємств, побудована на принципах соціально відповідального бізнесу, буде набувати все більшого значення.

2. Методики оцінювання соціальної відповідальності

Оцінювання соціальної відповідальності дає змогу спрогнозувати розвиток соціально-політичної ситуації в регіоні з урахуванням фактора часу, тобто скласти короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий прогнози розвитку ситуації в цій сфері.

Розглянемо методику оцінювання соціальної відповідальності Лондонської бенчмаркетингової групи (LBG). Дана модель розроблена організацією «Лондонська група порівняльного аналізу» (London Benchmarking Group - LBG) в 1997 році. LBG Model — вимірює внесок підприємства у розвиток суспільства згідно цілої низки показників, запропонованих Лондонською Бенчмаркінг Групою [9].

Основними поняттями цієї моделі є: благодійність, внесок у місцеве співтовариство, комерційна ініціатива і основні види ділової активності. Модель

порівняльного аналізу базується на показниках корпоративних інвестицій в місцеві спільноти.

На першому (верхньому) рівні - філантропічна діяльність, що фінансується з бюджету інвестицій в місцеві спільноти як реакція на їхні запити; Другий рівень (нижче) - також інвестиції в місцеві спільноти, але тут компанія займає більш активну позицію і діє спільно з партнерами, другими зацікавленими учасниками. Третій рівень - комерційні ініціативи, які також приносять вигоди спільнотам, їх фінансування ведеться з маркетингового бюджету компанії. Четвертий найнижчий рівень - лежить основна бізнес-діяльність з її соціальними впливами і ефектами. Дана модель виходить з того, що вся соціально значуща діяльність компанії є додатковою до її основної діяльності. Потім, на основі повних визначень основних понять, розроблених LBG, становиться можливим виробляти матеріальну оцінку витрат компанії, матеріальних і нематеріальних ресурсів, включаючи робочий час співробітників та інші види безпосередньої соціальної діяльності.

Наприклад, коли співробітники компанії добровільно витрачають час на соціальні проекти, розрахунок внеску компанії повинен включати в себе відповідну частку заробітної плати і накладних витрат. Така модель також допомагає компаніям в проясненні мотивів своєї діяльності в соціальних проектах. У процесі такого аналізу також можливо визначити безпосередній соціальний внесок компанії за такими показниками, як кількість членів спільноти, які отримали користь від діяльності компанії, обсяг матеріальних та інших ресурсів, залучених для реалізації програми з інших джерел, а також безпосередня вигода для бізнесу компанії.

Системам оцінювання соціальної відповідальності підприємств, побудованих за принципом збалансованості основних груп показників, притаманна гнучкість і унікальний набір показників монетарного й немонетарного характеру.

Методика “збалансованої оцінки показників” (The Balanced Scorecard) є ефективною для компаній, що випробовують потребу в кількісній оцінці і управлінні цінністю компаній для акціонерів, у тому числі соціальною цінністю. Методика є моделлю оцінки ефективності, заснованою на комбінації фінансових показників попередньої діяльності і оцінці мотивів для подальшої роботи.

Вона заснована на обліку чотирьох основних чинників: фінансових показників, стосунків з клієнтами, внутрішніх бізнес-процесів, інновацій і навчання. Методика дозволяє досягти балансу між короткостроковими і довгостроковими соціальними цілями компанії і балансу між фінансовими і соціальними показниками оцінки.

3. Ключові показники оцінювання ефективності соціальної відповідальності

Соціальні інвестиції (CI) - найбільш передова форма соціально відповідальної поведінки бізнесу.

У зарубіжній літературі термін «соціальні інвестиції» найчастіше стосується діяльності бізнесу громади. Сі передбачають стратегічну, цілеспрямовану, довгострокову політику компаній у громадах, де вони мають своє представництво, що приносить взаємні вигоди всім учасникам процесу. Зазвичай соціальні інвестиції включають партнерські соціально орієнтовані проекти бізнесу, місцевої влади і некомерційних організацій.

В українських умовах термін «соціальні інвестиції» може бути застосований до будь-якої довгострокової соціально-значимої діяльності компаній.

Для будь-якого проекту ефективність виражається відношенням отриманого результату до вироблених затрат.

Стосовно соціальних інвестицій економічна ефективність відбиває тільки одну частину загальних показників ефективності. Іншу частину відбивають показники соціальної ефективності соціальних інвестицій.

Існують чотири основні показники оцінювання ефективності соціального інвестування:

I. Соціальний ефект. Соціальний ефект визначається як економічними чи статистичними, так і соціологічними показниками: зростанням кількості дітей у сім'ях, підвищенням освітнього рівня населення, задоволеністю соціальним статусом або фінансовим становищем. Основний показник - підвищення якості життя людей у результаті соціальної інвестиційної діяльності.

II. Соціальна ефективність. Показники соціальної ефективності дають уявлення про кількісну сторону досягнутих соціальних цілей, заради яких соціальний інвестиційний проект розроблявся і здійснювався: виникнення додаткових соціальних послуг, зміна індексу споживчих цін, забезпеченості житлом, зменшення безробіття, збільшення народжуваності і зниження смертності.

III. Соціально-економічна ефективність. Показники соціально-економічної ефективності визначаються слідом за соціальним ефектом через збільшення фізичного обсягу послуги, зменшення вартісної оцінки послуги, зниження поточних витрат організацій соціальної сфери, збільшення числа відвідувань розважальних заходів, зниження виплат із безробіття - спектр показників величезний.

IV. Економічна ефективність. Економічна ефективність соціальних інвестицій ґрунтується на мінімізації витрат щодо їх розробки та здійснення: абсолютні (різниця між сумою капіталовкладень і грошовою оцінкою їхніх результатів), відносні (відношення грошової оцінки результатів і сукупних витрат), тимчасові (період повернення інвестицій) [3].

Інтегральним слід визнавати показник, який однозначно відображає узагальнений, сумарний стан підприємства (підрозділу, ресурсу, процесу) в певний момент часу. Оцінка його динаміки дасть змогу виявити основні тренди в розвитку підприємства або окремих його видів діяльності, в тому числі й із соціальної відповідальності, а його моніторинг дозволить виявити причини і запропонувати шляхи раціональнішого управління діяльністю у сфері КСВ [4].

В основі інтегрального підходу до оцінювання ефективності корпоративної соціальної відповідальності лежить система вимог, яким має відповідати інформаційне забезпечення інтегральної оцінки заходів у сфері КСВ, зокрема:

- для розрахунку інтегрального показника мають бути відібрані приватні показники, що найбільшою мірою відображають ключові (характерні) аспекти діяльності підприємства в сфері КСВ;

- з метою забезпечення якості та коректності розуміння отриманих результатів інтегральної оцінки серед відібраних показників слід виокремити лише ті, що мають однозначне трактування і можуть бути приведені до однакових одиниць вимірювання;

- при відборі приватних показників для інтегральної оцінки діяльності підприємств у сфері КСВ обов'язково слід враховувати її «кінцевого споживача»: так, якщо інтегральна оцінка орієнтована на зовнішніх стейкхолдерів, доцільним стає використання агрегованих даних статистичної та фінансової звітності підприємств.

Проведення інтегральної оцінки ефективності діяльності підприємства в сфері КСВ пропонується здійснювати в певній послідовності (рис. 9.1).

Запропонований підхід ґрунтується на розумінні причинно-наслідкових зв'язків між здійсненням соціальних та /або екологічних інвестицій та економічними результатами КСВ-діяльності підприємства.

В основі структуризації приватних (первинних) показників лежить принцип віддзеркалення економічної, соціальної та екологічної ефективності заходів в сфері КСВ, тобто інтегральна оцінка заходів у сфері КСВ ґрунтується на концепції «потрійного результату» [8]. Крім того, розуміння необхідності здійснення корпоративної соціальної діяльності на системній основі, а також потенційної сили її впливу на стратегічну захищеність підприємства зумовлюють доцільність забезпечення збалансованості приватних показників[9]. Такий підхід дозволяє здійснювати горизонтальний (у розрізі напрямів збалансування показників) і вертикальний (за видами очікуваної ефективності) інтегральний аналіз ефективності корпоративної соціальної діяльності підприємства.

Кожен приватний показник включає три елементи: фактичне значення показника, нормативне (рекомендоване, цільове) значення показника і його значущість. При порівнянні фактичного і нормативного значення визначається ступінь досягнення конкретним показником його норми.

Якість інтегральної оцінки ефективності управління діяльністю підприємства в сфері КСВ безпосередньо залежить від обраних нормативів, які є орієнтирами при ухваленні управлінських рішень, і способу присвоєння значущості окремим показникам. Найточніші результати можуть бути отримані при використанні індивідуального підходу до визначення нормативів показників і їх значущості для окремого підприємства.

Для забезпечення об'єктивності інтегральної оцінки ефективності управління в підприємствах ступінь досягнення нормативу може бути розрахована за таким алгоритмом:

- якщо фактичне значення показника менше 0, то ступінь досягнення нормативу приймається рівною за 0.

- якщо фактичне значення показника дорівнює нормативу, вираженому числом (або потрапляє в нормативний інтервал), то ступінь досягнення нормативу приймається рівною 1.

- якщо фактичне значення показника перевищує норматив більше, ніж у 4 рази, то ступінь досягнення нормативу приймається рівною 4.

- якщо нормативне значення показника виражене числом, то ступінь досягнення нормативу розраховується діленням фактичного значення показника на його норматив.

- якщо нормативне значення показника виражене інтервалом, то:

- при фактичному значенні показника менше нижньої межі інтервалу ступінь досягнення нормативу розраховується діленням фактичного значення показника на нижню межу нормативу;

- при фактичному значенні показника більше верхньої межі інтервалу ступінь досягнення нормативу розраховується діленням верхньої межі нормативного інтервалу на фактичне значення показника.

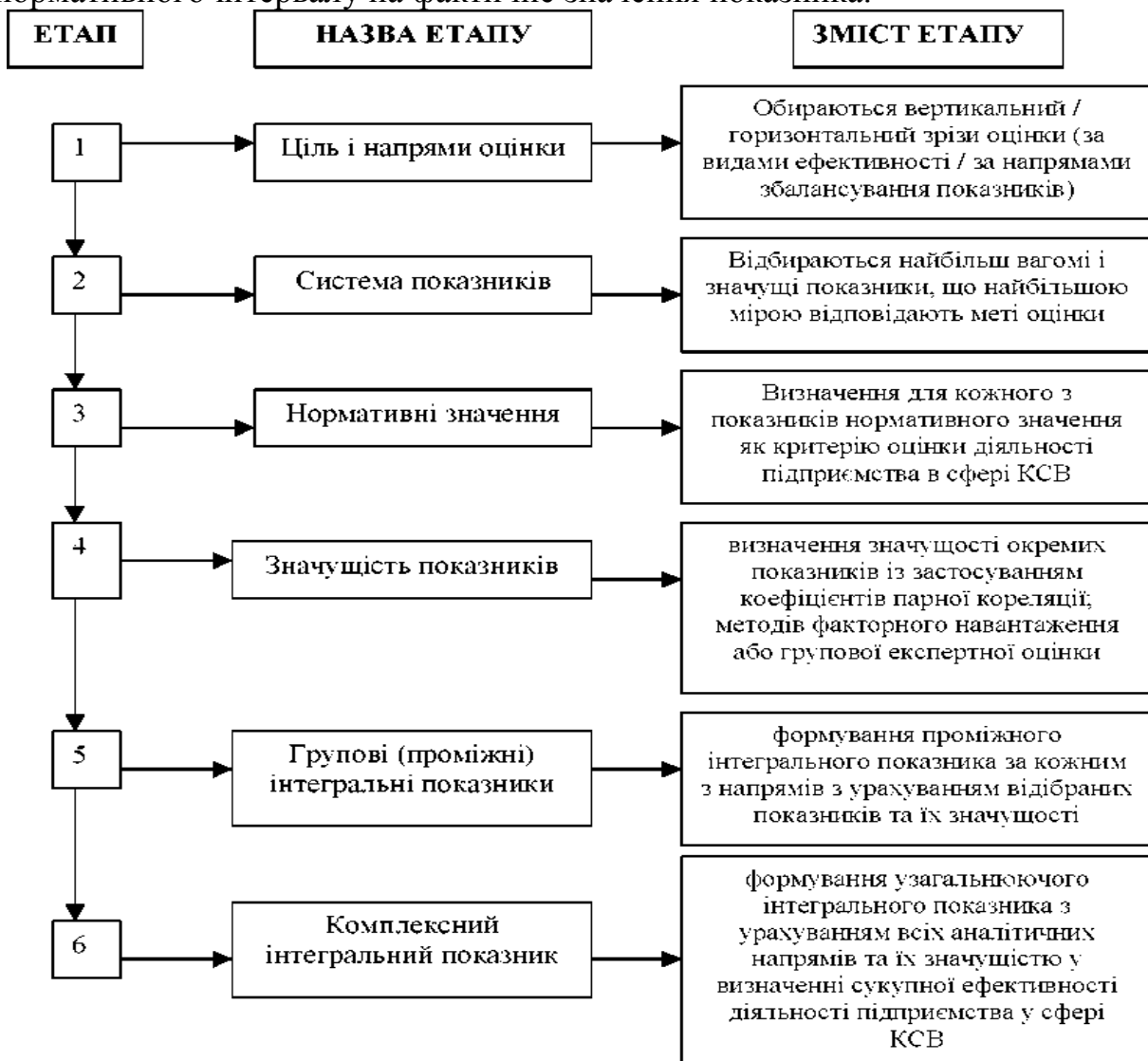


Рис. 9.1. Алгоритм інтегральної оцінки ефективності корпоративної соціальної діяльності підприємств.

Визначення значущості окремих показників при проведенні інтегральної оцінки ефективності КСВ-діяльності необхідне для виявлення важливості кожного показника (напрямку збалансування, складової ефективності) для конкретного підприємства (структурного підрозділу, ресурсу, процесу). Значущість є показником, що найбільшою мірою вимагає індивідуального підходу. Вона може відрізнятися не тільки залежно від специфіки діяльності окремих підприємств, але також бути різною в різні періоди часу на одному підприємстві [10].

До основних способів розрахунку значущості показників слід віднести:

- на основі матриці коефіцієнтів парної кореляції;
- на основі факторного навантаження;
- на основі групової експертної оцінки.

Найдоцільнішим є визначення значущості показників експертним шляхом на основі проведеного раніше ранжування показників економічної, соціальної та екологічної важливості. Значущість показників має бути виражена десятковим дробом, так, аби в сумі значущість окремих напрямів аналізу складала 1. При формуванні інтегрального показника ефективності КСВ-діяльності напрямам збалансування показників в межах кожного з видів ефективності, кожному виду ефективності привласнюється індивідуальна значущість залежно від пріоритетності того або іншого параметру.

Отже, наведений підхід дозволяє використовувати інтегральні моделі не тільки в цілях аналізу, але й у процесі прогнозування ефективності соціального відповідального інвестування. Задаючи значення окремих параметрів можна визначити ступінь їх впливу на ефективність діяльності підприємства в цілому.

Такий підхід розрахунку інтегральних показників дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень не тільки за рахунок якісної зміни аналітичної інформації, але й за рахунок забезпечення взаємодії аналітиків і керівників у процесі використання гнучких прогнозно-аналітичних моделей, які відповідають особливостям діяльності підприємства.

Українським компаніям, безперечно, необхідно долучатись до практики КСВ. Звісно, умови для розвитку бізнесу в Україні важко назвати сприятливими, і вражаючим є те, що нині в Україні є маловідомі компанії, які, змагаючись із обставинами, намагаються зробити свій бізнес по-справжньому етичним.

З метою порівняльного аналізу рівня розвитку систем КСВ в країнах світу можна скористатись матрицею, розробленою корпорацією KMPG (рис. 9.2) [5].

Залежно від ступеня сформованості системи КСВ у більшості компаній (горизонтальна вісь) та рівня комунікаційної активності (вертикальна вісь) у даній сфері із зацікавленими сторонами виділяється чотири групи країн: лідери, популісти, початківці та консерватори.

Країни, що відносяться до квадранту “Лідери”, відрізняються високими стандартами у сфері КСВ, котрих стабільно дотримується більшість компаній, а також добре налагодженими комунікаційними каналами, що дозволяють підтримувати двосторонній діалог між корпораціями та стейкхолдерами. До даної

групи відносяться Великобританія, Німеччина, Франція, Швеція, Швейцарія, Нідерланди, Іспанія, Італія, Португалія, Австралія, Індія й Тайвань. Квадрант “Популісти” охоплює країни, в яких більшість компаній демонструють високий рівень комунікаційної активності, поширюючи інформацію щодо власних принципів, цілей та ідей соціального спрямування, однак програють порівняно з “лідерами” у якості й повноті практичної реалізації публічно проголошених зобов'язань. Прикладом таких країн є Японія, США, Канада, Бразилія, Словаччина, Ізраїль та ін.

<p style="text-align: center;"><i>Популісти</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Угорщина ● Греція ● Японія ● Канада ● Ізраїль ● США ● Словаччина ● Бразилія ● Чилі 	<p style="text-align: center;"><i>Лідери</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Іспанія ● Німеччина ● Індія ● Швеція ● Італія ● Швейцарія ● Великобританія ● Тайвань ● Іспанія ● Нідерланди ● Португалія ● Франція
<ul style="list-style-type: none"> ● Південна Африка ● Румунія ● Болгарія ● Росія ● Нігерія ● Мексика ● Фінляндія ● Україна ● Данія ● Нова Зеландія ● Сінгапур ● Данія <p style="text-align: center;"><i>Початківці</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Південна Корея ● Китай <p style="text-align: center;"><i>Консерватори</i></p>

Рис. 9.2. Ступінь сформованості систем КСВ

Країни, включені до квадранту “Консерватори”, є осередком корпорацій, котрі при достатньо високому рівні розвитку систем КСВ, оприлюднюють досить обмежений масив інформації про здобутки у даній сфері. Типовими представниками “консерваторів” є Китай та Південна Корея.

У квадранті “Початківці” зосереджені країни, чиї компанії відрізняються як низьким ступенем сформованості систем КСВ, так і невисоким рівнем комунікаційної активності. До країн “початківців” відносяться Південна Африка, Румунія, Болгарія, Росія, Україна та ін.

Матриця дозволяє також порівняти країни за ступенем інформаційного охоплення нефінансовою звітністю. Так, в Україні даний показник становив 53%, що співставно зі значеннями таких країн, як Румунія (54%) та Австралія (57%). У кран “лідерів” частка компаній, що публікують соціальні звіти наближається до 100 % (Великобританія – 100%, Японія – 99%, Південна Африка – 97%, Франція – 94 %). Порівняння позицій України за векторами розвитку КСВ з іншими країнами “початківцями” свідчить, що вітчизняні компанії мають більш сформовані системи КСВ, ніж переважна частка учасників даної групи, однак якість взаємодії із зацікавленими сторонами залишається на посередньому рівні. На поточний момент до добровільної ініціативи сприяння сталому розвитку та відповідальної громадянської позиції корпорацій – Глобального договору – приєдналися 189 українських компаній. Однак поки що в Україні навіть лідери

соціально відповідального бізнесу не можуть похвалитися наявністю стратегії КСВ. Хоча такі компанії, як СКМ, ДТЕК, Метінвест, Оболонь, Platinum Bank, Carlsberg, METRO регулярно звітують за результатами КСВ минулого періоду, однак інформація про конкретні цілі на майбутній період в нефінансовій звітності не представлена. Відсутність цілепокладання, в свою чергу, ускладнює контроль за процесами, ресурсами, відповідністю досягнутих результатів певним вимогам. Результати аналізу матриці позиціонування країн за рівнем розвитку КСВ показали, що більшість українських підприємств перебувають на початковій стадії впровадження принципів соціально відповідального бізнесу в свою діяльність.

Питання для самоконтролю:

1. Які групи показників соціальної відповідальності підлягають оцінюванню?
2. В чому полягає зміст оцінювання соціальної відповідальності?
3. Розкрийте методики оцінювання соціальної відповідальності.
4. Як Ви розумієте термін «соціальні інвестиції»?
5. Які існують показники оцінювання ефективності соціального інвестування?
6. В чому суть інтегрального підходу до оцінювання ефективності соціальної відповідальності?
7. Які країни відносяться до лідерів сформованості системи КСВ?

Список використаних джерел

1. Бібік Н.В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Бібік Н.В. // Сборник научных трудов "Вестник НТУ "ХПИ": Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2012. – №14– С. 9-16.
2. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес практиці / Л. Петрашко // Міжнародна економічна політика – 2011. – Вип. 1-2. – С. 115-141.
3. Воробей В. Системность КСО в Украине [Електронний ресурс] В.Воробей. – Режим доступу: www.svb.org.ua/blog/sistemnost-kso-v-ukraine.
3. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика / О.Б. Денис // Вісник університету банківської справи Національного Банку України. – 2010. – №2(8). – С. 36-38.
4. Шира Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств [Електронний ресурс] / Н.О. Шира, А.І. Іващенко // Ефективна економіка. – 2013. – №11. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502.
- 5/ The KMPG Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2013

ТЕМА 10. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

1. Еволюція і складові розвитку соціальної відповідальності в Україні

2. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні

3. Очікувані результати реалізації Національної стратегії соціального бізнесу в Україні

1. Складові розвитку соціальної відповідальності в Україні

Соціально-відповідальна ділова практика в Україні обумовлена багатьма різними факторами. Деякі з них характерні для України, інші – міжнародні, деякі – історичні за характером, інші – сучасні.

В «епоху соціалізму» була поширена практика індивідуальних і корпоративних пожертвувань і спонсорських внесків з боку підприємств на користь спортивних клубів, культурних заходів, інвалідів і дітей. Проте в той час громадянське суспільство було набагато менш розвиненим, ніж сьогодні, тому одержувачів було менше, і вони були не такі різноманітні.

В сучасній Україні корпоративна соціальна відповідальність перебуває на стадії формування, хоча початком її вважається 2005 рік. Фахівці виділяють чотири періоди розвитку теорії та практики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні:

1. У 2005-2006 р.р., був підготовлений та проведений форум «Корпоративна соціальна відповідальність і Глобальний договір». Метою форуму стала розробка теоретичних засад концепції, розвиток діалогу із стейкхолдерами та пропозиції окремим групам компаній щодо підписання «Глобального договору», який у 2006 році підписали понад 30 відомих українських та міжнародних компаній.

2. 2007 рік, визначається як період поширення та розповсюдження ідей корпоративної соціальної відповідальності, приєднання нових заінтересованих суб'єктів, активізації послідовників концепції у практичному її втіленні та залучення їх до розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності.

3. 2008 рік характерними рисами якого стали: перші звіти компаній та намагання наблизити їх до міжнародного стандарту Глобальної ініціативи із звітності (GRI); акцент на розробці стратегії суспільного розвитку в умовах зміни клімату на планеті, привернення уваги, до проблем охорони навколишнього середовища та екологізації суспільного виробництва; повне відокремлення змісту корпоративної соціальної відповідальності від благодійності та практичне виведення благодійних фондів за межі компаній.

4. 2009 рік і до цього часу- корпоративна соціальна відповідальність в Україні набуває сталого та послідовного розвитку: до вивчення її ідей залучаються вищі навчальні заклади, видається і презентується перший навчальний посібник, проводяться тренінги «Як викладати корпоративну соціальну відповідальність», створюється мережа «КСВ в освіті», організовується

перший Національний Всеукраїнський конкурс бізнес-кейсів з КСВ, започатковано розробку Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності на 2011-2015 роки, та розпочато створення банку практик з КСВ, яких на початок 2009 року налічувалось 43. [3]

На даний момент в Україні найбільш активними в цій сфері є іноземні компанії, які працюють на українських ринках, більш адаптовані до світових стандартів і мають значний досвід практичного втілення ідей КСВ. Певні нароби має вже і вітчизняний бізнес, який удосконалює свою діяльність на засадах концепції «Загального управління якістю».

Донедавна, існуючі дослідження у галузі соціально-відповідального бізнесу стосувалися здебільшого бізнесової практики, відомої як благодійність. Філантропія та пожертвування на соціальні потреби досі сприймаються як найтипівіша форма соціально-відповідальної бізнесової діяльності в Україні. У той же час існує практика, яка демонструє ширше залучення бізнесу до такої діяльності (на робочому місці, а також відносно покупців і постачальників).

Отже, соціально-відповідальний бізнес стає частиною соціального та бізнесового життя, переходячи від простіших до більш розвинених форм і концепцій. Обізнаність щодо нього в Україні зростає, і все більше й більше компаній запроваджують принципи соціально-відповідального бізнесу у свою ділову практику.

За останні десять років було дуже мало простору для інвестицій у громади, але ряд компаній почав розробляти філантропічні програми (згадаймо, наприклад ініціативу корпорації «Ейвон» із боротьби з раком молочної залози або програму корпорації «Філіп Моріс» із лікування дітей, постраждалих від Чорнобильської катастрофи). Деякі компанії розробляють власну політику соціально-відповідального бізнесу і проголошують свою поведінку щодо нього.

В українській економіці переважають галузі важкої промисловості (наприклад, металургія, машинобудування тощо). Тому розвиток соціально-відповідального бізнесу залежить від політики компаній у цьому секторі.

Іноземні компанії та спільні підприємства, як очікується, продовжать стимулювати розвиток соціально-відповідального бізнесу, надаючи найкращу міжнародну практику у цій сфері. В Україні частка респондентів (різних соціологічних опитувань), які сприймають міжнародні компанії як більш соціально відповідальні, ніж місцеві, є найвищою серед усіх країн, де проводилося обстеження.

Багато компаній у сучасній Україні успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з соціальної відповідальності. Також тяжкі негаразди у системах охорони здоров'я та освіти в Україні спонукають компанії підтримувати ці сфери.

Важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють компанії уходити в тінь. Це не дає їм показувати реальні прибутки та витратити частину цих прибутків на діяльність із соціальної відповідальності. Крім того, деякі підприємства застосовують тіньову зайнятість, виплачуючи зарплати, нижчі

за прожитковий мінімум, що аж ніяк не відповідає засадам соціальної відповідальності.

Україна має досить розвинене трудове законодавство. Отже, практика соціально-відповідального бізнесу, пов'язана з робочою силою підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на порушенні їх. Україна має достатньо прийнятний рівень формальних зобов'язань, але про належний рівень їх виконання не йдеться ще й досі. Мають місце численні порушення існуючих норм і вимог законодавства. Для України характерні високий рівень безробіття, незахищений ринок праці, низька зайнятість жінок на ринку праці, тощо.

Зараз український бізнес збільшує масштаби своєї участі у вирішенні різних соціальних проблем. З іншого боку, український уряд починає вважати бізнес своїм партнером і докладає зусиль до поліпшення бізнесового середовища через дерегуляторні ініціативи та розробку податкової реформи.

Перелік соціальних потреб, які слід вважати потенціальними напрямками для діяльності з соціально-відповідального бізнесу, доволі довгий. Він включає розвиток громадянського суспільства, розв'язання проблеми Чорнобиля, зменшення бідності, боротьбу з поширенням ВІЛ/СНІДу, реінтеграцію кримських татар, поліпшення соціального захисту та освіти. Від компаній очікують сприяння соціальному розвитку та поліпшенню бізнесового середовища.

Соціально-відповідальний бізнес знаходиться на шляху розвитку в Україні. Діяльність із охорони довкілля або зміцнення відносин із робочою силою донедавна не пов'язувалися в Україні з корпоративною соціальною відповідальністю. Сьогодні для компаній зростає важливість розробки внутрішніх програм соціально-відповідального бізнесу, підвищення їх відповідальності перед працівниками та їх родинами, сприяння підтриманню здорового соціального середовища екологічними програмами. Задача компаній – дотримуватися чинних законів про працю та охорону довкілля. Важливість систем управління діяльністю з охорони довкілля, таких як ISO-14001, для українських компаній зростає, тому що вони отримують доступ до міжнародних ринків, тоді як соціальні стандарти, такі як SA-8000, ще не настільки помітні в Україні.

Водночас необхідно усвідомлювати, що соціальна відповідальність бізнесу безпосередньо пов'язана з рівнем ділової досконалості підприємств, організацій і установ. Адже, якщо вони не є досконалими, то навряд чи зможуть системно і протягом тривалого часу задовольняти потреби всіх зацікавлених сторін. На це вкрай важливо зважати в Україні, де рівень ділової досконалості більшої кількості організацій суттєво нижчий за відповідний рівень у розвинених країнах.

В цілому, інституційне середовище як складна єдність формальних і неформальних інститутів, відіграє ключову роль у процесі формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні. На жаль, формування інституційної підтримки СВБ в Україні перебуває в стадії становлення. Автоматичне впровадження концепції соціальної відповідальності неможливе, тому, що надмірна «зарегульованість» економіки з боку держави у вигляді високих податків і соціальних трансфертів здатна привести до зниження

мотивації до праці і інвестиційної активності, можливе переміщення виробничої діяльності з легальної області в нелегальну. Відсутність продуманої соціальної політики, підтримки з боку держави певних секторів економіки, пріоритетних галузей і видів діяльності може позбавити стимулів до роботи у самих незахищених економічних агентів і спонукати їх до недотримання формальних правил гри або до організованої їх зміни з використанням лобістських груп спеціальних інтересів, що призводить до загальної макроекономічної нестабільності та негативно відбивається на ефективній економічній діяльності країни. Вітчизняні підприємства й організації, які протягом останніх років удосконалюють свою діяльність на засадах світової практики, принципів і стандартів концепцій Загального управління якістю, потребують певної координації та стимулювання з боку держави, яка повинна визначити СВБ як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів [1].

Незважаючи на важливість формування розвинутого бізнес-середовища та побудови органічної системи відносин, практика впровадження соціальної відповідальності українськими підприємствами є недостатньою. Результати соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, наведено в табл. 10.1.

Таблиця 10.1

Результати соціологічного опитування щодо ставлення вітчизняних підприємств до соціальної відповідальності бізнесу

Напрями опитування за аспектами соціальної відповідальності	Опитані респонденти (у %)
Ставлення до реалізації соціальних проєктів:	
– позитивне	60
– негативне	5
– нейтральне	25
Можливість участі в реалізації соціальних проєктів	
– усіх бізнес-структур	33
– окремих компаній	50
– відсутність можливості у компанії	4
Сфери реалізації соціальних проєктів:	
– допомога дітям-інвалідам	69
– допомога інвалідам, людям похилого віку, знедоленим	60
– охорона здоров'я	58
– освіта	50
– екологія	39
– наука	30
– культура, мистецтво	22

Аналіз результатів дослідження свідчить про те, що більше 30% підприємств не підтримує розвиток соціальної відповідальності. Така тенденція пояснюється відсутністю інституційної підтримки бізнесу з боку держави та

правовою незахищеністю, що робить неможливим різного роду соціальне інвестування і змушує більшість підприємств накопичувати капітал для реінвестування. Розподіл у сфері реалізації соціальних проектів свідчить про невиконання державою своїх соціальних функцій та переорієнтацію і очікування населення на благодійну підтримку від підприємств та комерційних структур.

Недостатня поширеність практики формування та впровадження СВБ в Україні, зумовлена низкою факторів [2]:

- фінансова нестабільність більшості компаній та недостатньо розвинена корпоративна культура не сприяє поширенню принципів соціальної відповідальності;

- недосконалість нормативно-правового поля, у межах якого функціонує вітчизняний підприємець, призводить до прагнення не дотримуватись діючого чинного законодавства, це пояснюється якістю законів, їхньою нестабільністю та вибірковістю застосування;

- нерозуміння бізнесом механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності та не усвідомлення суспільством ролі бізнесу в її реалізації;

- відсутність прозорості та інформації відносно діяльності більшості українських компаній для громадськості;

- нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін.

Дослідження фахівців із соціальної відповідальності бізнесу вказує на те, що в Україні досі не використовується ряд практик, які є традиційними за кордоном: урахування культурного рівня споживача та наявність зворотного зв'язку з ним; екологічне і соціальне маркування продукції та повна інформованість про її якість; застосування принципів оцінки життєвого циклу товарів; уникнення використання та продажу генетично-модифікованих продуктів; моніторинг впливу на навколишнє середовище.

Окрім цього, досвід та практика впровадження соціальної відповідальності бізнесу за кордоном яскраво демонструє те, що в сучасних умовах господарювання бізнес має охоплювати не тільки економічну, а й інші сфери функціонування: участь у соціальних, освітніх програмах, програмах по збереженню навколишнього середовища, розвитку та підтримки культури.

Отже, соціальну відповідальність бізнесу в українському контексті можна визначити як таку, що діє на трьох основних рівнях:

1. Дотримання законних зобов'язань перед державою і суспільством (сплата податків, охорона здоров'я і безпека праці, права працівників, права споживачів, екологічні норми) 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 через інновації, інвестиції та партнерство, спрямовані на соціальний та екологічний добробут (наприклад, створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, вирішення конфліктів).

Необхідність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлено, зокрема, низкою факторів:

1. Низький рівень корпоративної культури та, як наслідок, фінансова й економічна слабкість значної частки компаній в Україні є однією з найбільш поширених перешкод. Діяльність економічно слабких суб'єктів орієнтована на виживання, а суспільство і держава часто посідають опозиційну до бізнесу позицію. Така загальна ситуація на тлі постійного браку коштів не сприяє поширенню ідей та принципів соціальної відповідальності на загальнодержавному рівні.

2. Правовий нігілізм і деформація правової свідомості – в Україні лише формується культура поваги до законів та права в цілому. Нині переважно панує прагнення оминати закон, а не дотримуватись його. На жаль, бізнес як найбільш активний та креативний суб'єкт суспільного життя не є виключенням. Частково це пояснюється якістю законів, що приймаються в Україні, їхньою нестабільністю та вибірковістю застосування.

3. Низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу – через відносно нетривалу сучасну історію вітчизняного бізнесу та ще більш коротку практику реалізації ним власної соціальної відповідальності в українському суспільстві майже не сформовано коректне розуміння зусиль бізнесу в цьому напрямі.

4. Термінологічна (нормативна) невизначеність – з огляду на відносно пізнє входження вітчизняних підприємницьких кіл до спільноти соціально відповідального бізнесу в Україні спостерігається елементарне нерозуміння як бізнесом, так й іншими членами суспільства основних завдань і механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності.

5. Закритість українських компаній для широкої громадськості – для більшості компаній детальна інформація про її діяльність є даними для суто внутрішнього користування. Лише чверть з опитаних підприємств мають затверджені кодекси поведінки (місію, кодекс етичних правил, проголошені цінності тощо).

6. Перекіс у реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями. Соціальна відповідальність українських компаній та організацій спрямовується, насамперед, на трудові практики і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Менш поширеними є заходи щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою: лише третина компаній здійснює соціальні інвестиції в громаду, половина підприємств не вживає заходів з охорони довкілля.

7. Нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін: найчастіше компанії враховують інтереси споживачів та органів державної влади, найрідше – недержавних організацій та дослідницьких організацій, навчальних закладів, співпраця з якими практично відсутня.

2. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні

З метою формування відповідного інституційного середовища в Україні розроблено Концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу,

реалізація якої дозволить створити інституційні механізми поширення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу. Як зазначено в Концепції, такі механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян [4].

У цій Концепції використовуються такі поняття і терміни:

Громадська організація – об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів.

Ділова досконалість – модель розвитку підприємства, яка базується на твердженні, що досконалі результати розвитку досягаються через очолювані лідерами політику і стратегію, належне управління персоналом, партнерськими стосунками, ресурсами і процесами.

Етична поведінка – поведінка згідно з прийнятими принципами правильної та належної поведінки, у контексті конкретної ситуації, та відповідно до міжнародних норм поведінки.

Стейкхолдер – особа або група, що має інтерес у рішеннях або діях компанії, організації.

Компанія, організація – суб'єкт господарювання, що створений і діє відповідно до законодавства України.

Навколишнє середовище – природне оточення, в якому діє організація, у т.ч.: повітря, вода, земля, природні ресурси, флора, фауна та люди в їх взаємозв'язку.

Нефінансовий звіт – затверджений організацією, компанією (верифікований або не верифікований) документ, що містить опис інших, аніж фінансові, показників діяльності компанії, організації.

Прозорість – відкритість рішень і дій, що впливають на суспільство, економіку та навколишнє середовище, прагнення висвітлювати ці питання чітко, вчасно, чесно та у повному обсязі.

Соціальна відповідальність – відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

Соціальний діалог – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання соціально-трудових відносин.

Споживач – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб.

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

В більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціальної відповідальності бізнесу. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності тощо [1].

В Україні підтримка держави необхідна як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки компаній, просування кращих практик вітчизняних компаній із соціальної відповідальності в Україні та за кордоном, так і для підвищення престижності досконалих організацій і процесів безперервного системного вдосконалення. Це дозволить більшості компаній посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших заінтересованих сторін.

Ця теза ще більш актуалізована сучасними глобалізаційними та інтеграційними процесами, оскільки уряди іноземних держав надають великого значення процесам роботи своїх компаній на ринках, що розвиваються, і дотриманню ними стандартів щодо забезпечення прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища.

Найбільш доцільним у цьому контексті є ухвалення відповідної Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (далі – Стратегія), яка має чітко зафіксувати позицію держави у цій сфері. Прийняття такого документа покращить імідж Української Держави всередині країни і за кордоном, продемонструє прагнення України рухатися відповідно до сучасних європейських і світових тенденцій, дотримуватися концепції сталого розвитку, відповідально ставитися до проблем суспільства і навколишнього середовища.

Метою Стратегії є створення підґрунтя (як комплексу норм, правил, окремих організаційних механізмів) та сприятливих умов для інтеграції соціальної відповідальності бізнесу у діяльність компаній задля сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах.

Основними завданнями Стратегії є:

- розвиток соціальної відповідальності бізнесу як фактора модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності з метою визнання українського бізнесу на світовій арені як соціально відповідального, його полегшеної інтеграції в міжнародні ринки, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах;

- запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма групами заінтересованих осіб;
- розвиток системи не фінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо різних аспектів соціальної відповідальності бізнесу;
- удосконалення існуючих і розвиток нових форм державно-приватного партнерства задля економічного, соціального й екологічного розвитку громад і територій присутності;
- формування ефективної системи соціального і громадського діалогу;
- створення передумов для гарантій забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства;
- розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності, «озеленення» бізнесу та економіки країни в цілому;
- розвиток процесів ділового удосконалення підприємств, організацій і установ.

Актуальність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена її суттєвим впливом на досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей, які стають рушіями подальшого розвитку соціальної відповідальності бізнесу, що сприяє підвищенню конкурентоздатності вітчизняного бізнесу й економіки країни в цілому.

Економічні цілі:

- забезпечення конкурентоспроможності національної економіки через покращення принципів прозорості і підзвітності діяльності компаній в Україні;
- збільшення інвестицій в підвищення кваліфікації працівників, їхнє безперервне навчання та працевлаштування;
- стабільний та передбачуваний розвиток внутрішнього ринку і підвищення ефективності його функціонування;
- формування привабливої національної інноваційної інфраструктури через спрямування інвестицій у новітні технології;
- надання сучасного інструментарію для державного регулювання: чіткі сигнали від держави щодо важливості соціальної відповідальності бізнесу, стимулювання без посилення адміністративного тиску, сприяння та заохочення до СВБ всіх учасників ринку (відсутність вибіркості) стимулюють організації та компанії впроваджувати принципи соціальної відповідальності;
- розвиток культури споживання та підвищення рівня обізнаності споживачів. СВБ спонукає споживачів цікавитись екологічними, економічними та соціальними аспектами товарів/послуг, а також репутацією виробника або надавача послуг, що, своєю чергою, стає рушієм розвитку практик соціальної відповідальності бізнесу серед компаній;
- поширення в Україні систем управління якістю організації виробництва (ISO 9000). Вітчизняні компанії, що впроваджують системи управління якістю менеджменту та які є лідерами у впровадженні ділової досконалості, становлять приклад для інших підприємств, в тому числі з європейських країн;

– підвищення бізнес-культури в країні: рівень поінформованості та ступінь розуміння соціальної відповідальності бізнесу серед власників, керівників компаній, бізнес-партнерів, працівників, постачальників, представників засобів масової інформації, державних і недержавних організацій та інших груп визначає ступінь розвитку бізнес-культури в країні, що особливо важливо для інвестиційної привабливості ринку.

Соціальні цілі:

– коректне сприйняття бізнесу як явища населенням. З огляду на непростий період становлення більшості успішних українських компаній в суспільстві побутує думка про успішність одних за рахунок неуспішності інших. Через це діяльність компаній, що має ознаки соціальної відповідальності, часто сприймається суспільством як належне. Традиційно значимими для України є благодійність і меценатство;

– вищий рівень інтеграції до ринку праці та соціальної залученості: прагнення підприємств залучати більше представників з уразливих груп населення та безперервне навчання працівників зменшує соціальне розшарування і сприяє подоланню бідності і повазі до прав людини;

– розвиток інновацій у соціальній сфері: створення умов праці, що сприятимуть інноваційній діяльності.

Екологічні цілі:

– більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня викидів, що досягається інвестуванням компаній в еко-інновації та створенням системи екологічного менеджменту, що передбачає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо [4].

В *Стратегії сталого розвитку України на період до 2020 року*, яка в теперішній час розроблена на виконання Указу Президента України №614/2014 від 23 липня 2014 року та підлягає широкому обґрунтуванню, в колі векторів руху передбачено застосування відповідальності.

Її конкретизація щодо соціальної політики повинна бути наповненою низкою напрямів та заходів, які визначають, що необхідно робити для їх реалізації:

– сприяти культивуванню у свідомості всіх верств населення переваг суспільних відносин, які базуються на соціальній відповідальності суб'єктів та інститутів суспільства (людини, сім'ї, школи, колективу, підприємства, галузі, регіону, держави);

– президентові України ініціювати модернізацію суспільних відносин та державного управління на засадах соціальної відповідальності;

– широко висвітлювати та розповсюджувати приклади соціально відповідальної поведінки перших осіб держави;

– включити до змісту Послання Президента України Верховній Раді України окремий розділ, у якому висвітлено звіт про стан запровадження соціальної відповідальності та перспективи її розвитку в Україні;

– провести оцінку стану та перешкод розвитку соціальної відповідальності в державі, які посилюють прояв загроз національної безпеки щодо зростання майнової диференціації в суспільстві та рівня бідності; падіння престижу та цінності праці, зниження соціальної згуртованості та патріотизму; нерозвиненості громадянського суспільства і демократичних інститутів тощо; зростання сепаратизму та тероризму;

– здійснити аналіз та оцінку виконання соціального законодавства України, визначити повноту затребування відповідальності при його нереалізованості, встановити причини, які перешкоджають застосуванню відповідальності;

– сприяти становленню та розвитку соціальної відповідальності особистості, суспільства, бізнесу та держави через культивування її престижності як національного інтересу на міжнародному та державному рівнях;

– відстежувати рівень досягнення пріоритетів розвитку держави (щодо підвищення рівня і якості життя, економічного зростання та інноваційного розвитку, забезпечення соціальної орієнтації економіки), встановлених у правових документах, та здійснення оцінку рівня їх виконання при визначенні соціальної відповідальності держави;

– здійснити соціальне замовлення на проведення наукових досліджень щодо теоретичних та прикладних аспектів соціальної відповідальності суб'єктів й інститутів держави і суспільства та розробити на цій підставі Концепцію соціальної відповідальності в Україні.

3. Очікувані результати реалізації Національної стратегії соціального бізнесу в Україні

У процесі реалізації Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні мають бути створені інституційні механізми поширення СВБ серед вітчизняних суб'єктів господарювання та організацій. Означені механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку соціальної відповідальності бізнесу як інструменту державного стимулювання.

Очікувані результати для національної економіки:

Короткострокові результати (до трьох років з моменту затвердження Стратегії):

– усталення явища соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві,
– формування ефективних механізмів соціального діалогу між різними суб'єктами суспільного процесу (бізнес, профспілки, владні структури, громадські організації тощо);

– збільшення кількості компаній різного розміру, що розробляють і реалізують власні стратегії соціальної відповідальності;

– поширення кращих практик соціальної відповідальності українського бізнесу щодо етичної та чесної поведінки, поліпшення умов праці; захисту і покращення соціально-трудова прав працівника; захисту прав споживачів;

дотримання сучасних стандартів безпеки праці та розвитку людини;

- збільшення кількості нефінансових звітів компаній;
- розробка державних механізмів підтримки та стимулювання реалізації політики безперервного системного вдосконалення соціальної відповідальності компаній;
- інтеграція вітчизняних фахівців з СВБ до європейського та світового фахового середовища [2].

Довгострокові результати:

- забезпечення сталого розвитку країни;
- розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнятої тенденції;
- підвищення конкурентоспроможності країни і таких її показників, як: рівень макроекономічної стабільності; ефективність діяльності державних і приватних інституцій; ефективність і розмір ринку товарів та праці; рівень оплати праці; рівень розвитку і ділової досконалості бізнесу; якість інфраструктури; рівень легкості ведення бізнесу; інноваційний та технологічний розвиток; якість людського капіталу;
- полегшена інтеграція до європейського економічного і соціального простору і, зрештою, поступова інтеграція до ЄС;
- активізація інвестиційних та інноваційних процесів;
- підтримка розвитку торговельно-економічного, науково-технічного та інвестиційного співробітництва України з іноземними державами на засадах взаємної вигоди шляхом дотримання міжнародних стандартів з соціальної відповідальності бізнесу українськими комерційними організаціями;
- збільшення обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки, адже на сьогодні у світі набуває поширення тенденція, коли компанії принципово не виходять на нестабільні і ненадійні ринки, дотримуючись принципів чесного і етичного ведення бізнесу.

Фінансування реалізації Стратегії може здійснюватися за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, інвестицій підприємств та організацій, грантів міжнародних організацій, коштів діючих спільних операційних програм Європейського інструменту сусідства та партнерства (ЄІСП), а також інших джерел. Детальне обґрунтування та розрахунок необхідних інвестицій під впровадження тих чи інших ініціатив Стратегії буде зроблено після ухвалення Концепції та викладено в окремому документі. Лише після його розробки розглядатимуться можливості та джерела фінансування ініціатив Стратегії [4].

З метою системної та ефективної реалізації Стратегії пропонується створити Форум донорів для фінансування та координації програм.

Зважаючи на ту роль, яку відіграє соціальна відповідальність бізнесу у період трансформаційних змін економіки України, необхідно провести ряд заходів, які б пришвидшили розвиток Національної стратегії, а саме:

- створити законодавчу базу, в якій буде чітко прописано принципи, механізми, суб'єкти та об'єкти СВБ, як це зроблено, приміром, у ЄС. Так, у «Зеленій книзі соціальної відповідальності бізнесу»

(«GreenPaperonCorporateSocialResponsibility») та «Білій книзі соціальної відповідальності бізнесу» («WaitPaperCommunicationonSRD»), виданих Єврокомісією, міститься стратегія впровадження соціальної відповідальності бізнесу у країнах-членах Європейського Союзу;

– визначити органи державної влади, які будуть відповідати за політику у сфері СББ, як це зробили деякі країни ЄС;

– популяризувати соціальної відповідальності бізнесу шляхом створення спеціалізованих сайтів або порталів, організації круглих столів, семінарів, форумів за участю представників адміністрації, бізнесу та профспілок, шляхом публікації фахових періодичних видань, а також надання підприємствами пільг соціально незахищеним верствам населення;

– зобов'язати всі підприємства, незалежно від сфери діяльності та форм власності, оприлюднювати інформацію про реалізацію соціальної відповідальності, не тільки зовнішньої, але і внутрішньої. Це можна зробити шляхом звітування по соціальній відповідальності у річних чи фінансових звітах компаній;

– організовувати конкурси та виставки серед підприємств з соціальної відповідальності бізнесу.

Сподіваємось, що реалізація даних заходів забезпечить створення такої моделі соціальної відповідальності бізнесу, яка б відповідала реаліям сьогодення та сприяла сталому розвитку національної економіки.

Питання для самоконтролю:

1. На якій стадії знаходиться СББ в Україні?
2. За якими трьома основними рівнями можна визначити соціальну відповідальність в українському контексті?
3. Якими факторами зумовлена необхідність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні?
4. Назвіть основні завдання Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні
5. Назвіть екологічні цілі соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
6. Якими є очікувані результати для національної економіки від впровадження Стратегії?

Список використаних джерел

1. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
2. Воробей В. Аналіз національних стратегій СББ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СББ / В. Воробей // Спільнота соціально відповідального бізнесу, 2010. – 10 с.
3. Гриненко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект оцінювання соціальної діяльності / А. М. Гриценко // Формування ринкової економіки :зб. наук. пр. – Спец. вип. Праця в ХХІ столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток: у 2 т. – Т. 2. – К. : КНЕУ, 2012. – 680 с. – С. 58 – 68.
4. Концепція Національної Стратегії Соціальної Відповідальності Бізнесу [Електронний документ]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua>

Навчальне видання

Золотарьова Ольга Володимирівна
Лебедева Валентина Костянтинівна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій

Тем. план 2018, поз. _____

Підписано до друку _____. Формат 60x84 1/16. Папір друк. Друк плоский.
Облік-вид. арк. _____. Умов.-друк. арк. _____. Тираж 100 пр. Замовлення № _____.

Національна металургійна академія України
49600, Дніпро, пр. Гагаріна, 4

Редакційно-видавничий відділ НМетАУ