

УДК 330.341

DOI <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.6/03>**Рудакевич М.І.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Рудакевич О.М.

Західноукраїнський національний університет

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СУЧАСНІЙ ДЕРЖАВІ: МОРАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА РОЗВИТОК

Соціальна відповідальність розглядається в широкому сенсі поняття «відповідальність». З'ясована важливість утвердження в Україні моральних засад корпоративної соціальної відповідальності як чинника подальшого цивілізаційного розвитку українського соціуму в умовах глобалізованого світу.

Розкрито зміст головної моральної дилеми корпоративної соціальної відповідальності: неможливо домагатися визнання та власної вигоди, лише виконуючи закони і статут організації, без осмислення та реалізації таких цінностей демократичного суспільства, як повага гідності, довіра, спільнота, співпраця, взаємодопомога, сприяння іншим учасникам суспільного процесу. Акцентовано увагу на місці та ролі традиційних і нових апробованих інституцій суспільної й корпоративної етики: етичних кодексів, пактів доброчесності, процедур підзвітності й контролю (етична експертиза управлінських рішень, соціально-моральний аудит діяльності підприємства, т. зв. «нефінансовий» звіт перед суспільством; аналіз виконання угод між зацікавленими організаціями про співпрацю на засадах ідеї корпоративної соціальної відповідальності тощо). Розкрито зміст мотивації соціальної відповідальності організації, потреб, які лежать в її основі та цілей їх реалізації у сфері економічних, правових і морально-етичних відносин.

Обґрунтовано висновок про необхідність розроблення та реалізації Національної стратегії корпоративної соціальної відповідальності на колективно узгоджених загальнолюдських і національних морально-етичних засадах, а також підвищення вимог до органів публічної влади, інститутів громадянського суспільства й бізнес-структур стосовно консолідації зусиль щодо комплексного розвитку громад і територій, що сприятиме утвердженню концептуальних засад «нового державного менеджменту».

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне громадянство, моральні засади корпоративної соціальної відповідальності, інституції корпоративної етики, держава, спільнота, організація, громадянське суспільство.

Постановка проблеми. Термін «соціальна відповідальність» доволі широкий і багатогранний: він відображає усвідомлення нових цінностей демократичного суспільства і потребу вироблення нових практик суспільних відносин і взаємодії. Простір трактувань явища соціальної відповідальності відображають терміни «соціальна турбота», «соціальні інвестиції», «соціальна цінність», «доброчинність», «соціальний аудит», «корпоративна філантропія» тощо; частина з них взаємодоповнюють, а частина – взаємно виключають один одного. У радянські часи відповідальність держави була закріплена в Кодексі законів про працю та в соціальному законодавстві. Після розпаду СРСР, у процесі так званої «приватизації», Конституція України формально не зняла з держави соціальної відповідальності. Проте стало

очевидним, що в демократичній державі відповідальність за стан суспільства, добробут людини, вплив на оточуюче середовище, тобто соціальну відповідальність, несуть усі організації. У тому числі органи державного управління і місцевого самоврядування, комерційні, неприбуткові, громадські організації та самі громадяни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз змісту понять «соціальна ефективність», «соціальна відповідальність», «сталий розвиток», «корпоративне громадянство» вітчизняними та зарубіжними дослідниками (Л. Албастова, Г. Атаманчук, В. Іванова, Т. Заславська, Г. Щокін, Де Джордж Річард Т., Дж. Дункан, Ф. Лютенс та ін.) засвідчив не лише факт руйнування примітивного уявлення про механічний зв'язок між рівнем економічного розвитку держави і добро-

бутом населення, а й нову ціннісну суспільну орієнтацію. Йдеться про соціальну відповідальність не лише за внесок у добробут суспільства, а й за вплив на оточуюче соціальне і природне середовище. Її несуть підприємства (організації) різних типів: комерційні, державні, неприбуткові, громадські, а також органи публічного управління.

Виклад основного матеріалу. Тема соціальної відповідальності почала обговорюватися в Україні з кінця 90-х років минулого сторіччя з ініціативи Центру корпоративної соціальної відповідальності, створеного за підтримки міжнародних інституцій. Спільно з недержавними організаціями, за фінансової підтримки зарубіжних партнерів, Центром КСВ було започатковано ряд пілотних проектів [1; 5; 6]. Починаючи з 2000 року до цієї проблематики долучилися наукові кола України, бізнесмени, владні органи, наголошуючи на соціально-моральній якості даного феномена. У 2006 р. відбувся перший «круглий стіл» експертів на тему: «Корпоративна соціальна відповідальність: роль держави, очікування громадянського суспільства та практика українського комерційного сектору». Рекомендації цього форуму щодо запровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) стосувалися двох складових: зовнішньої та внутрішньої. Зміст першої з них розкривали 11 пунктів, у т.ч. десятий – «етичні підходи до взаємодії із зовнішнім світом (ЗМІ, споживачі, органи влади, партнери)». У Рекомендаціях «круглого столу» стосовно другої складової також містився пункт про «екологічні, етичні та інші стандарти роботи підприємства». Однак етичні питання не були відображені в заявлених доповідях. Обговорення проблеми здійснювалося в традиційному руслі аналізу потенційного зиску, який може мати підприємство від імплементації КСВ у бізнес-діяльність. Учасники круглого столу не розглядали мораль-етику в якості стержня даного явища [6]. Проте сама ідея впровадження КСВ у практику українського бізнесу у формі соціального проекту виявилася продуктивною. Вона набула якості інструмента соціальних змін завдяки розвитку в суспільстві, насамперед у середовищі бізнесу, соціальної суб'єктності. Окремі бізнесмени, громадські організації, державні органи на початку нинішнього сторіччя стали виступати за поширення соціально-відповідальної поведінки у власній діяльності [6].

Мета статті – розкрити моральні засади соціальної відповідальності в сучасній українській державі як основу розвитку корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів суспільних відносин.

Сьогодні окремі підприємства мають стратегії розвитку КСВ. Найчастіше вони пов'язані з дотриманням законодавства або реалізацією окремих добродійних проектів. Однак бізнес-проекти найчастіше реалізуються поза ідеєю соціальної відповідальності. Чинну законодавчу базу України, що регулює ідею соціальної відповідальності, можна назвати такою, що лише опосередковано забезпечує КСВ [7].

На жаль, в українському суспільстві поки що відсутня ціннісно-нормативна база соціальної консолідації (солідарності); законодавча база перебуває в процесі становлення, а довіра до влади невисока. Проте навіть у такій ситуації, як свідчить світова практика і досвід діяльності вітчизняного Центру КСВ, вирішення проблеми соціальної відповідальності все таки може стати рятівним кругом, здатним стимулювати бізнес і суспільство до переосмислення власного буття. Активізувало цей процес прийняття ООН концепцій сталого розвитку, корпоративного громадянства та ін.

Ще один інструмент, що пройшов успішну перевірку практикою в контексті соціальної відповідальності, – «Новий публічний менеджмент» (New Public Management). Автори «випереджаючого державного управління» (ідеологи і практики концепції NPM) Д. Осборн і Т. Геблер визначили його як концепцію, зорієнтовану на ефективність і результативність процесу державного управління в економічній, соціальній і організаційній сферах [11]. Вони сформулювали загальні принципи державного управління в рамках цієї моделі, що характеризують соціально-політичну відповідальність влади і мають яскраво виражену морально-етичну основу: закон моральної керівної дії – влада і совість; все більша передача влади громадянам; керуватися цілями й принципами, а не правилами; головні інструменти діяльності: закон, моральні принципи, культура керівництва.

Уникнути маніпулювання або ж однобокого трактування сутності й змісту соціальної відповідальності дозволить вироблення сучасної концепції соціально відповідальної організації не лише сфери бізнесу, а й органів державної влади та місцевого самоврядування на засадах міжнародних угод. Про це йдеться, зокрема, в Глобальному договорі ООН (Global Compact) «Цілі розвитку тисячоліття» (1999 р.) [10]. Даний документ розглядає соціальну відповідальність у сферах прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища, боротьби з корупцією тощо.

Зміст соціальної відповідальності ми розглядаємо в широкому сенсі поняття «відповідаль-

ність». Це означає, що: 1) будь-яке підприємство, організація і насамперед влада зобов'язані давати відповіді на запити соціуму, в якому вони функціонують, а також усім, кого вони стосуються; 2) будь-яка суспільна діяльність – державна, підприємницька, громадська тощо повинна розглядатися в широкому соціальному контексті як діяльність, у процесі якої особи добровільно об'єднуються для виробництва, обміну товарами і послугами для взаємної вигоди. Лише в контексті мотивації турботи про людину, її гідність, права, потреби, інтереси, комфортне середовище проживання тощо – влада, бізнес, громадські організації, їх взаємодія та спілкування і, ширше, – творення спільноти – набуває істинного соціально відповідального значення. Основні складові частини мотивації соціально відповідальності організацій та відповідні потреби й цілі представлені в табл. 1.

Отже, соціально відповідальна організація, як суспільний суб'єкт, взаємодіє із суспільством на засадах моралі й етики, а їх відносини (як і взаємні обов'язки) – це багатосторонній процес, що має внутрішній і зовнішній аспекти. Саме тому кожна соціально відповідальна організація, як і суспільство в цілому, може успішно функціонувати лише за наявності моральних передумов –

засад суспільної моралі, як результату спільних домовленостей і зусиль громадян.

Зумовлена прагненням зацікавлених організацій реагувати на зростаючі вимоги суспільства до їх діяльності, соціальна відповідальність носить яскраво виражену ціннісну ознаку. Проте її впровадження потребує державної і громадської підтримки, а також стимулювання засобами суспільного контролю, у т.ч. соціального аудиту та інспектування соціальної поведінки кожної із зацікавлених сторін. Структури влади, бізнес чи громадські організації, які не готові до сприйняття власної діяльності з точки зору інтересів територіальної спільноти, суспільства, його цінностей і моралі, стикаються з дилемою: вони починають розуміти, що для підтримання позитивної репутації необхідно керуватися соціально-моральними принципами і навчитися розв'язувати «вічні» моральні дилеми під час прийняття рішень. Зокрема, співвідносити цілі своєї діяльності з місією та цінностями організації; узгоджувати особисті, групові й суспільні інтереси, цілі й засоби їх досягнення; обирати короткотермінову вигоду або довготривалий результат; співвідносити матеріальні й духовні цінності тощо [9].

Сказане означає, що свобода і відповідальність влади, бізнесу, інших суб'єктів суспільної діяль-

Таблиця 1

Мотивація соціальної відповідальності організації

Різновиди соціальної відповідальності	Потреби	Мотивація діяльності та відносин	Цілі
Економічна відповідальність	Матеріальні потреби	Прагнення до стабільного позитивного фінансового стану. Прагнення до визнання, утвердження ділової репутації та позитивного іміджу	Динамічний ріст фінансово-матеріального стану. Визнання діловими, соціальними партнерами і споживачами. Довіра суспільства
Юридична відповідальність	Потреба в безпеці	Прагнення відчувати стабільність, упевненість, законність здійснюваної діяльності, довіру суспільства	Стабільність, упевненість, безпека, розвиток
Морально-етична відповідальність	Потреба в причетності до справ колективу, спільноти, суспільства. Потреба в довірі, повазі, у визнанні власної значущості.	Прагнення відповідати етичним принципам, прийнятим у спільноті. Прагнення до схвалення суспільством. Розширення норм етичної поведінки (діяльності, відносин, спілкування). Прагнення до вдосконалення особистої системи моральних цінностей.	Прийняття морально-етичних принципів і правил, (Кодексу етики) органу влади, підприємства, установи громадської організації, спільноти (громади). Розвиток морально-етичних відносин. Моральне задоволення.
Особистісна, групова відповідальність	Потреба в самореалізації особистості та колективу; відчуття власної значущості	Прагнення до морально-професійного розвитку особистості. Прагнення до соціально-морального схвалення вчинків і дій. Прагнення зробити внесок у соціально-моральний розвиток колективу, спільноти, у вирішення соціальних проблем.	Морально-етичне схвалення. Суспільне визнання.

ності залежать від норм, правил, традицій, рівня довіри, вироблених громадою та суспільством. Вони матеріалізуються у прийнятих рішеннях (згідно цінностей), що їх утверджує закон і реалізує держава та спільнота. Найбільш адекватною концепцією серед теоретичних обґрунтувань феномену відповідальності є концепція «соціальної відповідальності», що ґрунтується на розумінні місця і ролі людини, держави й бізнесу в суспільстві і є наслідком еволюції теорії й практики менеджменту.

Класична теорія менеджменту, теорія соціальних систем розглядали організацію як замкнену систему, ізольовану від довкілля (природного і соціального середовища). Теорія відкритих систем розглядає організацію в широкому соціальному контексті, як сукупність взаємозв'язаних частин, що взаємодіють із оточуючим середовищем, як живу істоту – «корпоративного громадянина», який керується загальноприйнятими суспільними цінностями і правилами. Тобто ідея «соціальної відповідальності» організації (підприємства) розглядається в контексті ідеї діалогу працівника і підприємця, підприємця і споживача, організації (бізнесу) і територіальної громади (спільноти), бізнесу і влади.

У цьому зв'язку проблемою розвитку соціальної відповідальності є розробка загального контексту, в якому діяльність держави, організації, підприємства може бути оцінена об'єктивно з точки зору етики, а також тих важелів, що забезпечують і підсилюють її моральну спрямованість. У цьому процесі важлива роль належить державі. Держава повинна виробити нову соціальну політику, спрямовану на розвиток соціально-трудової сфери. Справедливе законодавство, визнане таким етичною експертизою, повинно гарантувати обов'язковість виконання владою закону, з одного боку, а з іншого – уряд повинен активно розвивати КСВ, розуміючи важливість діалогу. У широкому контексті це питання вироблення національної політики соціальної відповідальності, яку ще належить прийняти [7].

Критеріями соціальної відповідальності організації (підприємства) як органічного елементу суспільства є основні обов'язки, що визначають її стратегію та управлінські рішення.

1. Дотримання «морального мінімуму» – не наносити шкоди всьому, на що впливає його діяльність, насамперед людині, як найвищій суспільній цінності. Моральний мінімум поширюється на всі аспекти діяльності організації, починаючи із ставлення до персоналу, громадянина (клієнтів), партнерів і до суспільства в цілому, включно з турбо-

тою про оточуюче середовище життєдіяльності (природне й соціальне).

2. Не звужувати свободи вільної конкуренції, як базової цінності системи господарювання, оскільки її цілісність і гармонійність зумовлює чесну конкуренцію між її суб'єктами і стан ринкової економіки. Ця вимога – обов'язок підприємства не лише не допускати хабарництва, але і не брати участі в монопольній практиці.

3. Дотримуватися і чесно виконувати добровільно укладені контракти, які є кровоносними судинами системи вільного підприємництва. Сторони, які укладають контракти, розраховують на чесність і надійність партнерів (у т.ч. влади). Це стосується не лише правдивості реклами, забезпечення високої якості товарів і послуг, а й у випадку невиконання умов контракту – справедливої компенсації збитків. Підсилює таке ставлення бізнесу до підписаних угод і контрактів законодавчо закріплене право на їх примусове виконання. Такою є міжнародна практика [3, с. 472].

Цілеспрямовану, а не точкову чи «демонстративну» соціально-етичну практику забезпечують апробовані інституції суспільної та корпоративної етики: етичні кодекси і рекомендації з їх упровадження; пакти доброчесності; правила, що стимулюють етичну поведінку персоналу; процедури підзвітності (етична експертиза управлінських рішень, соціально-моральний аудит діяльності підприємства та «нефінансовий» звіт перед суспільством тощо); організація прийому інформації від суспільних суб'єктів про їх вимоги, моніторинг їх очікувань, побоювань, порушень у виконанні зобов'язань тощо. Дієвість цих засобів залежить від механізмів, здатних попереджати і вирішувати моральні дилеми. Це, зокрема, етична інфраструктура організації, держави: кодекс етики, пакт про доброчесність, моральний керівник, спеціальна організаційна структура (відділ чи комітет з питань етики), посадова особа для розгляду скарг, етична «гаряча лінія» тощо [8, с. 259–274].

Мірилом соціальної відповідальності підприємства за розвиток території служить не лише його рейтинг на ринку праці, а також вклад у розвиток спільноти, на території якої воно діє [4, с. 472–481]. Особлива соціальна відповідальність за розвиток територіальної спільноти лежить на територіальних органах влади та містоформуючих підприємствах. Механізмом її реалізації успішно зарекомендував себе зарубіжний досвід «public-private partnership». Йдеться про практику залучення до реалізації суспільних (публічних) інтересів не лише держави, а й інших

Напрями та зміст соціальної відповідальності організації перед суспільством

Напрямок	Зміст відповідальності
Оточуюче середовище	Контроль за забрудненням, впорядкування території організації та громади. Збереження природних багатств. Замкнений цикл виробництва. Програми енергозбереження.
Охорона здоров'я	Холістичні (цілісні) знання про єдність світу, природи й людини. Турбота про здоров'я і безпеку працівників фірми, мешканців території. Фінансування програм лікування алкоголізму і наркоманії.
Розвиток особистості працівників	Загальноосвітні програми. Підвищення кваліфікації. Делегування повноважень. Залучення до прийняття управлінських рішень. Планування кар'єри персоналу. Навчання соціокультурним технологіям. Турбота про якість трудового життя працівників.
Освіта і культур	Фінансування програм освіти й культури. Розвиток стратегічного ресурсу фірми. Самовдосконалення і самоутвердження працівників. Розвиток позитивного й цілісного мислення.
Участь у житті суспільства	Висока якість продукції. Фінансування соціальних проектів. Реалізація основних концепцій розвитку гармонійного суспільства. Високий рівень управлінської культури керівників.

носіїв такого інтересу (стейкхолдерів). У цьому контексті доцільно також активізувати приватно-державне партнерство. Тобто оцінка підприємства здійснюється за внутрішніми і зовнішніми показниками соціальної відповідальності.

У 2011 р. Європейською комісією ЄС прийнята стратегія КСВ як складова частина Стратегії розвитку Європи до 2020 р. Вона стала стимулом для розробки і прийняття національної політики рядом держав, насамперед тих, які розвивають інноваційний тип економіки (Данія, Франція, Фінляндія та ін., всього 15 країн). Основним завданням такої політики визначено підтримку сталого розвитку підприємства, що передбачає покращення ситуації на ринку праці, а також підвищення якості продукції і послуг.

Поширення ідей КСВ в Україні здійснюється через програми співробітництва із зарубіжними партнерами (зокрема Мережу Глобального договору ООН), що реалізувалися Центром «Розвитку КСВ» за підтримки Українського союзу промисловців і підприємців (див., напр. [2]).

Програма соціальної відповідальності підприємства включає ряд заходів на підставі комплексної системи управління якістю, яку воно зобов'язується виконувати добровільно. Форми контролю діяльності з боку суспільства, а також впровадження стандартів соціально-етичної діяльності підприємства в широкому розумінні наведено в табл. 2.

Така практика властива поки що лише незначній кількості вітчизняних підприємств, більшість із яких, як правило, мають частку іноземного капіталу [7]. Вона ґрунтується на інноваційній економіці та сучасній організаційно-економічній культурі підприємства. Ці підприємства працюють під егідою Центру «Розвиток КСВ», який об'єднує близько двох сотень організацій України. Майже половина з них декларують соціальну відповідальність, проте не всі публікують звіти про СВ, або ж декларують СВ лише в окремих напрямках. Вужча практика СВ властива багатьом середнім і малим підприємствам України.

Висновки. Підсумовуючи, можна стверджувати, що в Україні існує нагальна потреба прийняття Національної стратегії з КСВ, що засвідчила б визнання КСВ із боку держави і надала організаціям орієнтири й перспективу підтримки. До її розроблення слід залучити фахівців із морально-етичних засад публічного управління, представників бізнесу та дослідників моральної сфери життя сучасного національного і світового суспільного простору. Ключовою практичною проблемою слід визнати формування чинників мотивації соціальної відповідальності організацій, і не в останню чергу – активізації та підняття статусу її морально-етичної компоненти. З огляду на велику залежність компаній від підтримки публічної влади доцільно було б окремо визначити вимоги з розвитку КСВ до державних

компаній. На місцевому рівні доцільно формувати банк даних про потенційні можливості, а також потреби регіону. Реальним стимулом для впровадження КСВ в Україні повинно стати законодавче встановлення для великих та державних підприємств норми оприлюднення фінансових і «нефінансових показників» у щорічному звіті,

згідно з Європейськими Директивами [8]. Слід вивчати та поширювати досвід корпоративної соціальної відповідальності в компаніях-членах бізнес-асоціацій, таких як Українська спілка промисловців і підприємців, галузеві об'єднання підприємців, а також компаній, що є лідерами із впровадження КСВ.

Список літератури:

1. Бегма Ю.К., Вінніков О.Ю., Редько О.І. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Київ, 2006. 129 с.
2. Вісник Української спілки підприємців і промисловців. 2012. № 3(30).
3. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. Москва, 2002. 576 с.
4. Де Джордж Ричард Т. Деловая этика. Учебн. курс для колледжей и ун-тов. Москва : ИГ «Прогресс», 2003. 736 с.
5. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. Київ, 2007.
6. Розвиток КСВ в Україні 2010-2018. URL : <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018>.
7. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. КМУ. Розпорядження від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.
8. Рудакевич М.І. Професійна етика державних службовців: теорія і практика формування в умовах демократизації державного управління: моногр. Тернопіль : Астон, 2007. 398 с.
9. Рудакевич М.І., Рудакевич О.М. Концептуальні засади соціальної відповідальності бізнесу. *Моральні дилеми бізнесу*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2009.
10. Цілі сталого розвитку 2016-2030. *ПРООН в Україні*. URL : www.un.org.ua/tsih-rozvitku.
11. Simon Gerbert A. Administrative Behaviour, 2 end ed. New York : The Free Press, 1965.

Rudakevych M.I., Rudakevych O.M. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MODERN STATE: MORAL FUNDAMENTALS AND DEVELOPMENT

Social responsibility is considered in a broad sense of the term “responsibility”. The importance of establishing the moral foundations of corporate social responsibility in Ukraine as a factor in the further civilizational development of Ukrainian society in a globalized world has been clarified.

The content of the main moral dilemma of corporate social responsibility is revealed: it is impossible to seek one's own recognition and benefit only by obeying the law without understanding and realizing such values of a democratic society as respect for dignity, trust, community, cooperation, mutual assistance, assistance to other participants. Emphasis is placed on the place and role of traditional and new proven institutions and tools of public and corporate ethics: codes of ethics, “pacts of integrity”, accountability and control procedures (ethical examination of management decisions, socio-moral audit of the enterprise, so-called “non-financial” report to the public; analysis of the implementation of agreements between interested organizations on cooperation based on the idea of corporate social responsibility, etc.). The content of motivation of social responsibility of the organization, the needs that underlie it and the goals of their implementation in the field of economic, legal and moral and ethical relations are considered.

The conclusion on the need to develop and implement a National Strategy for Corporate Social Responsibility on a collectively agreed universal and national moral and ethical basis, as well as increasing requirements for public authorities, civil society institutions and business structures to consolidate efforts for integrated development of communities and territories will contribute to the establishment of the conceptual foundations of the “new state management”.

Key words: social responsibility, corporate social responsibility, corporate citizenship, moral principles of corporate social responsibility, institutions of corporate ethics, state, community, organization, civil society.