

Олеся Мандебура

## КОНЦЕПЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

*Стаття присвячена аналізу присутності концепції суспільної відповідальності в економічній сфері життєдіяльності українського соціуму. Зазначається, що головним «імпортером» поняття «суспільна відповідальність» в українське суспільство є зарубіжні компанії, які працюють в Україні чи навіть лише виходять на український ринок.*

**Ключові слова:** концепція суспільної відповідальності, підприємство, українське суспільство, економічна сфера.

**Olesia Mandebura. The concept of social responsibility: economic aspect.** *This article analyzes the concept of the social responsibility presence in the Ukrainian society's economic life. It is pointed out that the main source of the notion of «social responsibility» in Ukrainian society is foreign companies working in Ukraine, or even just entering the Ukrainian market.*

**Keywords:** *concept of social responsibility, enterprise, Ukrainian society, the economic sphere.*

Одним з основних принципів, на яких ґрунтується функціонування демократичного громадянського суспільства, є принцип відповідальності. Він є безпосереднім чинником державотворення поряд з такими засадами, як дотримання прав і свобод громадянина, забезпечення вільного волевиявлення громадян, відсутність цензури в інформаційному просторі країни, відповідальність влади тощо.

Поняття «суспільна відповідальність», попри всю свою важливу структуруючу та організуючу роль, на нинішньому етапі розвитку української держави перебуває здебільшого в початковому стані своєї запитаності. Його синоніми (зокрема, «політична відповідальність», «відповідальність влади», «соціальна відповідальність», «громадянська відповідальність» тощо) мають звужений характер і до певної міри розмивають основний зміст поняття, розпоршуючи увагу на окремих видах відповідальності.

Сучасні українські реалії фактично заклали у саму цю категорію значний суспільний протестний потенціал. Незважаючи на всю свою важливість і базовість, зокрема, у політико-владному полі, це поняття на даний момент виступає переважно в ролі певної абстрактної вербальної формули. З одного боку, її зміст і символіка потребують і теоретичного, і практичного напрацювання і наповнення. А з іншого, навіть у такій своїй наявній на сьогодні внутрішньо розмитій формі ця категорія є однією з найзапитаніших, особливо у періоди передвиборчих кампаній. Її величезний суспільно актуальний потенціал (як продемонстрував, зокрема, період передвиборчої агітації щодо парламентських виборів в Україні 2012 р.) активно використовується і окремими кандидатами-мажоритарниками, і політичними партіями та блоками політичних партій. В окремих випадках таке використання мало форму фактичного маніпулювання громадською думкою, в інших ставало одним із основних в ряду закликів революційного характеру (наприклад, у передвиборчій агітації Комуністичної партії), апелюючи до найгостріших соціальних невирішених проблем українського суспільства – доступного житла, не виплати заробітної плати, «безплатних» медицини і освіти, рівня корупційності країни тощо.

Навіть у науковому плані в галузях суспільствознавчих дисциплін ця категорія є мало дослідженою. На цю тему можна знайти лише декілька наукових і науково-популярних статей [1]. Окремо варто виділити дослідження політичної відповідальності – у цій площині є певні здобутки і напрацювання. Не менш активно досліджується і юридична, правова відповідальність у політико-владному полі. Ці дослідження мають чітку спрямованість, і тому не можуть бути без застережень застосовані щодо дослідження феномену суспільної відповідальності. Ще одна суттєва різниця полягає в тому, що, на думку дослідників, і публічна, і юридична, і політико-правова відповідальності мають суб'єктний характер. Натомість можна припустити, що суспільна відповідальність не оперує суб'єкт-об'єктними рамками, оскільки функціонує в інтерактивному режимі.

На сьогодні думки українських дослідників щодо змісту цього поняття характеризуються значним розмаїттям та подекуди навіть

діаметральністю. Ряд науковців визначальною вважає соціальну відповідальність, розглядаючи моральну, політичну, юридичну тощо відповідальності як різновиди соціальної. Причому у таких переліках суспільна відповідальність як окремий різновид може взагалі бути відсутньою. Характерною ознакою при цьому є належність науковців до конкретних наукових дисциплін. Відсутня ця категорія і в різноманітних енциклопедичних виданнях.

Поняття суспільної відповідальності можна розглядати як багаторівневу складну систему. З одного боку, саме суспільна відповідальність може трактуватися як один з неформалізованих, але від того не менш важливих інститутів сталого громадянського суспільства, який відіграє важливу роль у взаєминах влада/суспільство. З іншого боку, останніми роками у науковому, суспільному та політичному дискурсах актуалізувалася дискусія про безпосередню відповідальність суспільства в цілому і кожного громадянина зокрема за наявний стан справ у країні. Визначальним при цьому є оперування до категорії «громадянська відповідальність». При цьому висновки науковців та громадських діячів переважно є досить песимістичними щодо майбутнього нашої країни саме з огляду на безвідповідальність, апатичність та байдужість українського суспільства. У цьому контексті зауважимо, що вказана дискусія значною мірою підкреслює значення інтелектуалів (у широкому сенсі цього слова) у формуванні нової громадянської свідомості нинішнього українського суспільства [2].

На сьогодні серед усіх сфер життєдіяльності українського соціуму поняття «суспільна відповідальність» найактивніше використовується в економічній сфері. Особливістю його використання є виражений практичний характер. Однак акцентування на цьому напрямі роботи, його окреме виділення властиве іноземним компаніям, що працюють в Україні, значно більшою мірою, аніж українським. Для прикладу наведемо кілька фактів.

Веб-сторінки фірм різних напрямів діяльності і форм власності на головній сторінці свого сайту мають окремий розділ, варіанти назви якого, зокрема, можуть бути такими: «соціальна відповідальність», «суспільна відповідальність», «відповідальне підприємство».

Іноземні компанії, які виходять на український ринок, використовують це поняття як уже напрацьоване. Для українських підприємств воно здебільшого має фіктивний характер, який, якщо і підкріплюється певними діями в напрямі соціальної роботи, то переважно з рекламною метою. Суспільна відповідальність як така в сучасних українських умовах переважно не є ані характерною рисою великого вітчизняного бізнесу у масовому вияві, ані – його потребою, і тим більше – у форматі публічної демонстрації.

Скажімо, компанія «Running Code», яка позиціонує себе лідером аутсорсінгових провайдерів дизайну вебсайтів та розробок програмного забезпечення в Україні, у розділі «суспільна відповідальність» першим реченням зазначає: «Ми активно працюємо, щоб зробити цей світ кращим». Основні зусилля компанія спрямовує на допомогу запуску вебсайтів та друку брошур неприбуткових організацій. У їх числі – дизайн та розвиток вебсайту фільму «Голодомор», співпраця з Фондом «Діти Чорнобиля». Вибір партнерів для співпраці ґрунтується усього на двох вимогах: а) це мають бути неприбуткові організації і б) ці організації мають прагнути вчитися та покращувати життя людей та навколишнього середовища [3].

Аналогічним чином декларують свою діяльність й інші компанії – «Decora» (допомога тим хто найбільш її потребує, насамперед, хворим (інвалідам) та дітям з бідних родин) [4], «ValexMetal». Остання, зокрема, презентацію своєї діяльності починає словами: «Ми віримо, що соціальний діалог є важливою функцією кожної фірми». Компанія зорієнтована на роботу з місцевими громадами, різноманітними товариствами, групами за інтересами, благодійними, спортивними, культурними, церковними організаціями, медичними закладами. Основною метою задекларовано покращення життя суспільства, тому підприємство «підтримує різні ініціативи, скеровані на суспільство, а також благодійні та культурні починання» [5].

Ще одним прикладом впровадження в українське суспільство усталених у Європі підходів у руслі суспільної відповідальності є діяльність міжнародної торговельної мережі супермаркетів «Ашан», український веб-сайт якої також має аналогічний розділ під назвою «відповідальне підприємство» (гарантія якості, піклування про співробітників, допомога дитячим будинкам).

У рубриці «Піклування про співробітників» пріоритетним визначено піклування про здоров'я своїх співробітників. Стратегія компанії у цьому напрямі визначається у контексті конкретної країни і щодо України має характер дворічної програми з профілактики здоров'я, яка регулярно змінюватиме свою тематику. Нині такою для України є проблема ВІЛ/СНІД [6]. Окремий напрям роботи – допомога у вигляді шефства над дитячими будинками [7].

Така позиція європейських компаній особливо вирізняється на фоні не значної присутності публічного декларування принципів суспільної відповідальності в роботі українських підприємств. Скажімо, на веб-сайті національної мережі гіпермаркетів «Епіцентр» ані на головній сторінці, ані в інших розділах це питання не порушується. Деяку інформацію можна віднайти в рубриці «Новини» (підтримка українського спорту, а також робота в «дитячому» напрямі – встановлення дитячих майданчиків та облаштування місць відпочинку дітей і батьків, проведення дитячих свят тощо) [8]. Втім, подача такого матеріалу більшою мірою має рекламний характер.

Аналогічним чином не містить інформації про соціальну відповідальність і сайт кондитерської корпорації ROSHEN. Незважаючи на те, що корпорація заявляє про себе як про одного з найбільших світових виробників кондитерських виробів, робота у напрямі соціальної відповідальності на сайті не представлена [9].

Усе ж, деякі підприємства великого українського бізнесу дотримуються практики присутності у своїй діяльності принципів суспільної відповідальності. Як приклад наведемо веб-сайт МХП (Миронівський хлібопродукт) – одного з найбільших агропромислових комплексів України, який позиціонує себе лідером агроринку в сегменті птахівництва. На головній сторінці сайту є розділ «корпоративна відповідальність», у якому розкрита діяльність підприємства у напрямі реалізації спонсорських та різноманітних соціальних програм. Метою роботи є дотримання найкращих методів у всіх напрямках діяльності, внесок в розвиток місцевих громад, турбота про співробітників та мінімізація навантаження на навколишнє середовище (зокрема, щодо підвищення рівня біобезпеки) [10]. В ще одному розділі – «Наше видение и цен-

ности», – компанія зазначає як головне у своїй діяльності розуміння того, що вона має відповідати інтересам та потребам суспільства.

Аналогічним чином містить рубрику «корпоративна відповідальність» і сайт корпорації «Оболонь» [11]. Його окремі пункти: соціальна звітність, персонал, відповідальне споживання, соціальні інвестиції, екологія. Компанія окремо наголошує, що працює в рамках Глобального договору ООН в Україні, який є добровільною ініціативою соціально відповідальних компаній. У зв'язку з цим регулярно надається інформація з корпоративної соціальної відповідальності у вигляді соціального звіту.

Обсяги статті не дозволяють проаналізувати функціонування багатьох інших українських підприємств на предмет присутності / несутності у їхній діяльності принципів корпоративної суспільної відповідальності. Та все ж саме зарубіжний бізнес, який працює в Україні (чи навіть лише виходить на український ринок), на сьогодні є головним адресантом поняття «суспільна відповідальність» в українській соціум.

Утім, актуальність питання становлення та розвитку соціально-відповідального бізнесу в українських реаліях, значна соціальна та економічна вага суспільно орієнтованого бізнесу поступово виходять на порядок денний у взаємовідносинах влада/суспільство і стають предметом окремого обговорення. Запитаність теми підкреслюється організацією і проведенням відповідних публічних заходів. Одним з таких стала програма в рамках «соціального ток-НЕшоу «Київський форум»». Серед інших для обговорення були запропоновані питання налагодження діалогу між бізнесом та суспільством на національному рівні, основні напрями державної політики, які стимулюють корпоративну суспільну відповідальність та потребують реалізації на всіх рівнях соціального партнерства. До участі у програмі були запрошені міністр соціальної політики, голова Федерації профспілок України, деякі народні депутати, а також представники різних організацій, установ, інститутів, фондів [12].

Суспільно орієнтований бізнес опікується тими проблемами, які є для суспільства і держави гострими і злободенними, і, в першу чергу, соціальними. У цьому контексті насамперед ідеться про інвалідів – людей з особливими потребами та дітей з малозабезпечених родин та дитячих будинків. Не оминають увагою і фінан-

совою підтримкою і медичні та спортивну галузі. Вочевидь, не буде великим перебільшенням стверджувати, що саме в соціальній сфері, яка є серйозним випробуванням для керівництва країни і водночас – безпосереднім виявом і маркером його ефективної і успішної суспільно відповідальної роботи, виявляються всі вразливі точки його роботи. І до певної міри бізнес в Україні (переважно – зарубіжний) частково бере на себе виконання завдань, які є прямим обов'язком держави, а саме – захист і допомога соціально вразливим верствам населення.

Те, що Україна, принаймні в економічній сфері, починає переймати поширені (зокрема, у країнах Європи) моделі суспільної відповідальності, підтверджується діяльністю Центру «Розвиток КСВ» – Centre Corporate Social Responsibility Development. Свою місію організація вбачає у впровадженні системних змін задля розвитку соціальної відповідальності в Україні [13]. Центр позиціонує себе провідною експертною організацією в Україні, що не тільки реалізує необхідні для українського бізнесу проекти, але й допомагає компаніям розробляти КСВ стратегії та готувати не фінансові звіти. З організацією співпрацюють експерти з 20 країн. Діяльність організації проявляється у розробці та реалізації різноманітних проектів, підготовці та виданні різних публікацій (зокрема, праці «Корпоративна соціальна відповідальність: все, що необхідно знати»), проведенні публічних заходів за участю представників бізнесу, громадських організацій та ЗМІ, заснуванні бізнес-лабораторії для розвитку компетенцій з питань КСВ, організації та проведенні конкурсу для журналістів з тематики КСВ, тижня корпоративного волонтерства та багато інших заходів. Здобутком компанії є проведення першої в Україні виставки соціальних та екологічних проектів CSR Marketplace, першого Конкурсу на кращий нефінансовий звіт та Національного конкурсу бізнес-кейсів з КСВ.

Станом на 02.08.2013 р. членами центру були 37 провідних компаній України найрізноманітніших напрямів діяльності. У їх числі – МХП (Миронівський хлібопродукт), Carlsberg Ukraine, ПУМБ (Перший Український Міжнародний банк), ТОВ «Емвей Україна», ТОВ «Самсунг Електронікс Україна Компані», ООО «Нікомед Україна», Корпорація «Індустріальний Союз Донбасу», АТ «СБЕРБАНК РОСІЇ», ВАТ «Мобільні ТелеСистеми», ВАТ

«Прикарпаттяобленерго», Правова група «Павленко і Побережнюк», «Ernst & Young», ПрАТ «Київстар», «Japan Tobacco International» та багато інших.

І якщо з економічного точки зору у відповідних маркетингових дослідженнях концепція суспільної відповідальності бізнесу сьогодні розглядається як запорука створення тривалої конкурентної переваги компанії на сучасному ринку [14], то у ширшому розумінні цього поняття йдеться загалом про стабільну взаємодію із суспільством, ефективний соціальний діалог, допомогу компанії у розв'язанні найгостріших соціальних проблем конкретного соціуму. Фактично йдеться про розроблені і впроваджені компаніями своєрідні кодекси суспільної поведінки. У них викладені основні положення, на яких ґрунтується діяльність компанії в суспільному вимірі, мета діяльності, принципи дії, орієнтири суспільного прогресу тощо.

Однією з основних засад успішної реалізації роботи в напрямі суспільної відповідальності є наявність спільних інтересів і потреб, з одного боку, та відповідність економічних акторів суспільним очікуванням, з іншого. Однією із головних системоутворюючих засад у концепції суспільної відповідальності є двостороння адекватність та відповідність цінностей. Фактично йдеться про стратегію узгодження систем цінностей компанії як суб'єкта економічної діяльності та суспільства як кінцевого споживача послуг, у тому числі – в напрямі соціального діалогу.

Усі ці основні принципи цілком придатні для використання і в інших сферах життєдіяльності та функціонування українського соціуму. У першу чергу – політичній, яка, на противагу економічній, характеризується іншими показниками наповнення внутрішньої суті цього поняття. Це проявляється у різних площинах – і в політичній мові вищого керівництва країни (виборі публічної лексики), і офіційних документах (зокрема, передвиборчих програмах політичних партій та кандидатів у депутати), і в наявній на сьогодні політичній культурі.

---

1. Див., наприклад: Лола В. Суспільна відповідальність персоналу публічної влади [Електронний ресурс] В. Лола// [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dums/2010\\_2/10lvvppv.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2010_2/10lvvppv.pdf). – Режим доступу на 18.07.2013 – вільний, мова: укр.



2. Див., зокрема: Пахльовська О. Влада рейдерів і суспільна прострація [Електронний ресурс] / Пахльовська // <http://tyzhden.ua/Columns/50/70579>. – Режим доступу на 18.07.2013 – вільний, мова: укр.

3. Суспільна відповідальність [Електронний ресурс] // <http://www.running-code.com/ua/about-company/social-responsibility/>. – Режим доступу на 20.07.2013 – вільний, мова: укр.

4. Суспільна відповідальність [Електронний ресурс] // [http://www.decoga.ua/aboutus/corporate\\_social\\_responsibility](http://www.decoga.ua/aboutus/corporate_social_responsibility). – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

5. Група Balex. Суспільна відповідальність [Електронний ресурс] // <http://www.balex.eu/ua/c/%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

6. Піклування про співробітників [Електронний ресурс] // <http://www.auchan.ua/uk/responsibility/profilactika/>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

7. Допомога дитячим будинкам [Електронний ресурс] // <http://www.auchan.ua/uk/responsibility/dopomoga-dityachim-budinkam/>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

8. Новини. [Електронний ресурс] // <http://epicentrk.com.ua/news.php>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

9. Див: [Електронний ресурс] <http://roshen.com/ua/about/general/>. – Режим доступу на 10.09.2013 – вільний, мова: укр.

10. Спонсорство и социальные программы [Електронний ресурс] // <http://www.mhp.com.ua/ru/responsibility/charity>. – Режим доступу на 17.10.2013 – вільний, мова: рос.

11. Див.: Корпоративна відповідальність [Електронний ресурс] // <http://obolon.ua/uk/corporate-responsibility/social-reporting/>. – Режим доступу на 17.10.2013 – вільний, мова: укр.

12. 5 лютого о 19.30 прямиий ефір соціального ток-НЕшоу «Київський форум» з Реною Назаровою на тему: «Бізнес в Україні: pro bono publico?» [Електронний ресурс] // <http://www.unian.ua/news/550116-5-lyutogo-o-1930-pryamiy-efir-sotsialnogo-tok-neshou-kijivskiy-forum-z-renoju-nazarovoyu-na-temu-biznes-v-ukrajini-pro-bono-publico.htm>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

13. Місія центру впроваджувати системні зміни задля розвитку соціальної відповідальності в Україні [Електронний ресурс] // <http://csr-ukraine.org/about.html>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.

14. Див, наприклад: Ліманські А. Підстави вибору стратегії суспільної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] А. Ліманські // <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11451/1/60.pdf>. – Режим доступу на 21.07.2013 – вільний, мова: укр.