

Внесене до порядку денного світового співтовариства питання сталого розвитку потребує постійного змістовного наповнення і збагачення з метою вироблення практик його реалізації. Не випадково на 57-й сесії Генеральної Асамблеї ООН період 2005-2015 рр. проголошено Десятиліттям освіти в інтересах сталого розвитку. Приведений вище аналіз характеристики політичного дискурсу сучасних політичних акторів можливо і є суб'єктивним, але значною мірою відбиває реалії політичної сфери відносин в Україні. На жаль факторів які заважають досягненню консенсусу і конструктиву у політичних акторів значно більше ніж тих, які сприяють цьому. Тому як результат держава десятиліттями перебуває на початковому етапі сталого розвитку і потребує нині активізації політики сталого розвитку, формування нових просторових підходів у розбудові стратегічних заходів.

1. Бек У. Влада і контр влада у добу глобалізації. Нова світова політична економія / Бек У.; пер. з нім. О. Юдіна. – К.: Ніка-Центр, 2011. – С. 133-134. 2. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. Академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України", 2012. – С. 47. 3. Статут Всеукраїнської громадської організації «Екологія та соціальний захист України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://esz.org.ua/page\\_id=2327](http://esz.org.ua/page_id=2327) 4. План заходів щодо реалізації у 2013 році Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні, затверджений Указом Президента України від 25 червня 2013 р. №342/2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/342/2013?> 5. «Зелена економіка» та профспілки. Фонд ім. Фрідріха Еберта в Україні. Спілка професіоналів інформаційних, комунікаційних та бізнес технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу [pit.org.ua](http://pit.org.ua) [profcom@pit.org.ua](mailto:profcom@pit.org.ua) 6. Хома Н.М. Моделі соціальної держави: світовий та український досвід: монографія. – К.: Юридична думка, 2012. – С. 485. 7. Співак В.М. Політико-правовий та соціокультурний виміри глобалізації: монографія. – К.: Логос, 2011. – С. 341, 344. 8. Дмитрук Н. А. Характеристики дискурсу вітчизняних політичних акторів, що заважають досягнення ними консенсусу / Н.А. Дмитрук // Міжнародна наукова конференція «Проблеми сталого розвитку суспільства за умов глобальних трансформацій»: зб. тез. – К.: Акад. праці і соц. відносин Федер. проф. спілок України, 2013. – С. 24-25.

УДК 321.01

**Н. М. ХОМА**

## **ЗРОСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК МОДЕРНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ**

*Розкрито сутність соціальної відповідальності бізнесу. Аналізуються сучасні соціальні зобов'язання бізнесу. Акцентовано увагу на значенні корпоративної відповідальності у процесі модернізації соціальної держави. Досліджено сучасні форми соціальної відповідальності бізнесу. Окреслено соціальні функції держави, які можуть реалізовуватися бізнесом. Показано перехід окремих функцій соціальної держави до соціально відповідального бізнесу.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна відповідальність, соціальна держава, модель соціальної держави.

© ХОМА Наталія Миколаївна – доктор політичних наук, доцент кафедри теорії та історії політичної науки Львівського національного університету імені Івана Франка

**Хома Н.М. Рост социальной ответственности бизнеса как фактор модернизации социального государства**

*Раскрыта сущность социальной ответственности бизнеса. Анализируются современные социальные обязательства бизнеса. Акцентируется внимание на значении корпоративной ответственности в процессе модернизации социального государства. Исследованы современные формы социальной ответственности бизнеса. Определены социальные функции государства, которые могут реализовываться бизнесом. Показано переход отдельных функций социального государства к социально ответственному бизнесу.*

**Ключевые слова:** *социальная ответственность бизнеса, корпоративная ответственность, социальное государство, модель социального государства.*

**Khoma Natalia. Growth social responsibility of business as a factor in the modernization of the welfare state**

*The essence of corporate social responsibility. Analyze contemporary social obligations of business. Focuses on the importance of corporate responsibility in the process of modernization of the welfare state. Studied modern forms of corporate social responsibility. Defined social functions of the state, which can be realized in business. Shows the transition of certain functions of the welfare state to the social responsibility of business.*

**Key words:** *corporate social responsibility, corporate responsibility, social state, welfare state models.*

Однією з тенденцій розвитку сучасного суспільства є перехід від початку 1990-х років низки функцій, які традиційно реалізуються соціальною державою, до бізнесу. Необхідність урахування при ухваленні управлінських рішень, окрім економічної доцільності, соціальних та екологічних критеріїв є аксіомою для підприємств економічно розвинутих країн, запорукою їх ринкового успіху, гарантією сталого розвитку суспільства. Через об'єктивні умови, що визначили стан сучасного суспільства, соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) перестала мати вибірковий характер і бути «примхою» успішних суб'єктів підприємництва; сьогодні - це суттєва і невід'ємна складова бізнес-процесу. Відчуваючи наслідки світової фінансово-економічної кризи, державам усе важче проводити соціальну політику в країні, що й зумовлює зростання ролі СВБ. Соціальна держава нині істотно видозмінюється, й однією з рис цієї модернізації є покладання на бізнес-структури частини соціальних функцій держави. Нині виражена тенденція соціально відповідальних держав залучати до виконання соціальних функцій не тільки інститути громадянського суспільства, а й бізнес-структури. У відносинах між державою, громадськими інститутами та приватними компаніями відбулися зміни, які сприяли появі нових форм соціальної взаємодії.

Розвиток підприємництва як соціально-економічного феномена є предметом міждисциплінарних досліджень. Найфундаментальніші праці зарубіжних і вітчизняних дослідників із проблематики СВБ мають переважно економічну спрямованість, а наукова розробка політологічних аспектів перебуває на початковій стадії. Питання СВБ висвітлено у роботах економістів (Л. Грицина, Н. Діденко, С. Мельник, М. Небава, Л. Пашнюк, О. Солодуха, Н. Чала, О. Черних, Н. Щур), соціологів (А. Андрющенко, В. Пилипенко, Ю. Пачковський, О. Бондаренко, Л. Ткаченко), філософів (Н. Діденко, В. Зубов, Л. Ткаченко, Г. Сапожник). Окремі політологічні аспекти проблематики розкривають Д. Горчаков, В. Деріга, В. Співак, проте політологічний аспект СВБ є порівняно недослідженим сегментом у площині взаємовідносин бізнесу з іншими суб'єктами публічної політики, перш за все, з органами державної влади різних рівнів. Недостатньо розроблене питання про те, якою повинна бути ефективна система взаємовідносин бізнесу,

суспільства та держави для успішного розвитку країни. Це актуалізує завдання розкриття сутності, форм, меж СВБ у державі соціального зразка в період її стрімкого реформування.

Відповідальність соціальна, на відміну від юридичної, визначає рівень добровільної підтримки вирішення соціальних проблем підприємництвом. Законодавче мотивування та конкуренція роблять соціальну відповідальність популярною, дієвою формою взаємодії суб'єктів підприємництва та соціуму. Соціальна відповідальність для підприємства є також інструментом узгодження потреб найманих працівників у соціальній захищеності та гідній оплаті праці та власників підприємств у висококваліфікованих працівниках<sup>1</sup>. Цілями програм СВБ нині насамперед є:

- проведення добросовісної ділової практики;
- розвиток персоналу (реалізація навчальних програм підвищення професіоналізму працівників, застосування мотиваційних схем оплати праці, надання співробітникам компанії соціального пакету, створення умов для повноцінного відпочинку та дозвілля, підтримка в організації сприятливого соціально-психологічного клімату, залучення співробітників компанії до процесів прийняття управлінських рішень);
- розвиток місцевого співтовариства (добровільна реалізація програм підтримки соціально незахищених верств населення, збереження об'єктів культурно-історичного значення, спонсорування культурних, освітніх і спортивних організацій і заходів, підтримка соціально-значущих досліджень і кампаній, участь у благодійних акціях);
- природоохоронна діяльність і ресурсозбереження (ініціативні дії компанії щодо скорочення шкідливого впливу виробництва на навколишнє середовище, економного споживання природних ресурсів, повторного використання й утилізації відходів, із організації екологічно безпечного виробничого процесу, екологічно безпечних транспортних перевезень тощо);
- проведення в компанії соціально відповідальної реструктуризації (реорганізація діючих і створення нових структурних підрозділів із урахуванням насамперед інтересів персоналу);
- соціально відповідальне інвестування (пріоритетне вкладення коштів у соціальний розвиток компанії з дотриманням етичних норм).

Оскільки держави самостійно вже не в змозі впоратись із проблемами фінансування соціальної політики, відбувається значне скорочення державного фінансування соціальної сфери. Зокрема, усі держави-члени ЄС за останні роки вже стикнулись із зростанням обсягу надання соціальних послуг і труднощами їх фінансування, що зумовило радикальні реформи та бурхливі протести європейців. За цих умов зростає значення соціальних програм бізнесу, який не повинен обмежуватися тільки економічними цілями, а зобов'язаний урахувати соціальний вплив своєї діяльності на працівників, споживачів і місцеву територіальну громаду. У той же час просування СВБ не замінює і не може замінити ефективного виконання державою своїх функцій; СВБ не повинна замінити собою державні соціальні програми, компенсуючи низьку якість державного та муніципального управління.

Обов'язковою умовою формування принципів соціально-відповідального підприємництва є соціальне спрямування діяльності держави. Головна увага при визначенні пріоритетів економічного розвитку має надаватися потребам людини як найвищій цінності суспільства, у відповідності з якими будується державна соціальна політика. При оцінці ефективності розвитку економіки авторитетними міжнародними організаціями та порівнянні конкурентоспроможності економік

різних країн завжди визначається індекс соціального виміру, до складу якого входить оцінка якості і безпеки життя, індекс людського розвитку та ін.<sup>2</sup> У новому розумінні ролі підприємництва у розвитку країни увагу необхідно звернути на перехід від добродійних проектів до реалізації проектів соціального розвитку<sup>3</sup>.

Загальною тенденцією в розвинених країнах є підтримка СВБ державою, розробка національних програм, стандартів і критеріїв оцінки соціальної відповідальності компаній, наявність різних форм інституціоналізації СВБ. Досвід розвинених країн показує, що активна роль держави в питанні заохочення підприємців здійснювати соціально відповідальну діяльність сприятиме розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств<sup>4</sup>. На цьому акцентує увагу український політолог В. Співак, на думку якого, СВБ не є природним явищем, а є результатом цілеспрямованої політики. Нині і держава, і бізнес повинні мати єдину мету – забезпечення сталого розвитку, розвитку в ім'я і на благо людини<sup>5</sup>. Звичайно, визначальна роль у створенні економіки добробуту продовжує належати державі, але в деяких галузях лише державних коштів недостатньо, а приватні інвестиції пов'язані з високими ризиками, і як наслідок - важко здійсненні (фундаментальна наука, освіта, охорона здоров'я, екологія та ін.). Тут соціальні інвестиції є одним із найважливіших інструментів створення соціально-орієнтованої економіки. Цей вид діяльності сьогодні у пострадянських державах ускладнений у зв'язку з відсутністю єдиного уявлення про соціальні інвестиції, безсистемним підходом до соціального інвестування, відсутністю загальноприйнятих стандартів публічної соціальної звітності компаній.

Зарубіжний досвід дозволяє констатувати, що активне інтегрування бізнесу в суспільне життя стимулює економічне зростання, залагоджує соціальні конфлікти, створює сприятливе середовище для інноваційного розвитку<sup>6</sup>. Наділення працівників більшими повноваженнями, забезпечення кращого обміну інформацією в компанії, кращого балансу між роботою, родиною та відпочинком, більшого різноманіття людських ресурсів, рівноправності в оплаті праці та кар'єрних перспективах для жінок, схеми справедливого розподілу прибутку й акціонерної власності, турбота про працездатність і захищеність прав робітників – сенс діяльності СВБ. Особлива роль належить навчанню протягом життя, створення середовища, яке б заохочувало до навчання протягом життя всіх працівників, особливо, менш освічених і кваліфікованих та робітників старшого віку. СВБ сприяє зниженню рівня бідності, працевлаштуванню людей із обмеженими можливостями, професійному навчанню, поліпшенню системи охорони здоров'я, зменшенню забруднення довкілля, більш раціональному використанню ресурсів, виробленню інновацій у відповідь на соціальні й екологічні виклики тощо.

СВБ бізнесу має також зовнішній вимір, який виявляється в тому, що виходить далеко за межі діяльності окремої компанії, поширюється на місцеву громаду та охоплює, окрім працівників і акціонерів, зацікавлених сторін: бізнес-партнерів і постачальників, споживачів, державні структури та неурядові організації місцевої громади<sup>7</sup>.

Корисним для вивчення є досвід країн ЄС, де багато компаній залучаються до вирішення місцевих справ, особливо шляхом створення додаткових місць для професійного навчання, допомоги благодійним екологічним організаціям, найму на роботу людей із категорії соціально вилучених, забезпечення дітей своїх робітників дитячими закладами, партнерства з місцевими громадами, спонсорвання місцевих спортивних і культурних заходів або пожертв на добродійну діяльність. Вітається діяльність таких компаній, які будують міцні взаємовідносини з клієнтами, зосереджуючи увагу всієї своєї організації на прагненні зрозуміти, чого потребують і хочуть клієнти, та надаючи їм найвищу якість, без-

печність, надійність і сервіс. Нині зусилля інститутів влади на рівні ЄС зосереджуються на: 1) вдосконаленні правового поля (поступовій кодифікації бізнес-етики) та 2) створенні та просуванні різних додаткових не законодавчих ініціатив, покликаних переконати бізнес впроваджувати та розширювати практику соціальної відповідальності.

Українськими підприємцями СВБ сприймається поки що як маркетингова або PR-технологія та обмежується соціальними акціями; під СВБ багато помилково продовжують розуміти винятково сплату податків і створення робочих місць, хоча існують й інші підходи, коли акцентується увага на добровільності соціальних ініціатив, орієнтації підприємців на українського споживача, уникненні агресивних форм реклами тощо<sup>8</sup>. Проте вихід великих українських компаній на міжнародний рівень поставив перед ними низку питань, із якими вони раніше не стикалися на внутрішньому ринку: необхідність брати на себе широкі соціальні зобов'язання на куплених іноземних активах, етичність ведення бізнесу, екологічний аудит проектів тощо. Що ж до середнього бізнесу практика СВБ майже не розвинена, фінансуються зазвичай проекти СВБ для поліпшення корпоративного іміджу або просування власних брендів. Окрім об'єктивних перешкод (складна економічна ситуація, значне податкове навантаження, недосконале та нестабільне законодавство), серйозною проблемою є нерозуміння суті та переваг відповідального підходу до ведення бізнесу. Це поняття переважно сприймається як виконання вимог законодавства у трудовій, податковій, екологічній сферах, як благодійна діяльність, як інструмент паблік рілейшнз і т.п. самого підприємства.

В українських компаніях переважають мотиви традиційної благодійності: альтруїзм, милосердя, особисті амбіції; значимі й мотиви стратегічної благодійності, насамперед, імідж компанії. Однак представники бізнесу вважають за краще напрацьовувати позитивний імідж не для здобуття конкурентних переваг і рейтингу, який був би оцінений громадськістю, а для досягнення компромісу з владою.

Оскільки нині СВБ не обмежується благодійністю, а полягає у виробництві товарів і послуг високої якості, повній сплаті податків, створенні безпечних умов праці, добросовісній діловій практиці щодо партнерів/конкурентів, наданні компаніями інформації про свою діяльність, турботі про соціальний захист і розвиток як власного персоналу, так і місцевої громади, природоохоронних заходах, то як результат - формуються принципово нових відносин між бізнесом і суспільством. Найпрогресивніші компанії починають асоціювати себе з місцевим співтовариством, шукати можливості самостійного (не під контролем влади) внеску в життя суспільства.

Підприємництво в доповнення до відповідальності економічного характеру повинно враховувати людські та соціальні аспекти впливу бізнесу на робітників, споживачів, місцеві спільноти, де відбувається їх діяльність, а також вносити певний позитивний вклад в рішення певних соціальних проблем суспільства в цілому. Тобто, суспільна свідомість чекає від підприємництва не тільки високих економічних результатів, але й суттєвих досягнень із точки зору соціальних потреб суспільства<sup>9</sup>.

СВБ є однією з умов життєздатності та ефективності конструктивної взаємодії у триаді: влада-бізнес-суспільство. Говорячи про СВБ, ми не маємо забувати про відповідальність зворотню - суспільства і держави перед бізнесом. Зокрема, держава повинна та може стимулювати розвиток соціальної відповідальності корпорацій, причому не тільки матеріальної, а й із моральної сторони.

Дослідники з Міжнародного Центру корпоративної соціальної відповідальності при Університеті Ноттинггема) у статі «Behind the Mask: Revealing the True

Face of Corporate Citizenship»<sup>10</sup> пропонують аналізувати СВБ із позицій ліберальних концепцій громадянства: окремі компанії в сучасних умовах посідають місце держави та виконують функції гарантування громадянських, політичних і соціальних прав. Є, на їх думку, щонайменше дві причини для появи та реалізації корпоративного громадянства: глобалізація та відсутність у держави ресурсів для здійснення своїх обов'язків, тому їм на допомогу приходить бізнес.

Безумовно, співпраця держави та бізнесу має низку позитивів співпраці: між державою і бізнесом (а також неурядовими організаціями) закладаються правила ведення діалогу, ціннісні основи поваги прав і обов'язків один одного; отримує розвиток й інституційно оформляється такий важливий феномен для будь-якого демократичного суспільства, як лобізм; через успішну та всеосяжну реалізацію тих чи інших соціальних програм, бізнес без зайвої реклами та при опорі на легітимність і авторитет держави, покращує свою репутацію, покращується ставлення до приватної ініціативи в цілому; держава, переймаючи передовий досвід, технології, а також культурні цінності бізнесу, починає працювати більш ефективно.

Сьогодні окреслюється перспективність такої моделі соціальної держави, що активізує соціальний капітал, по-новому розподіляє відповідальність між державою, суспільством, бізнесом і громадянами, інвестує в **людський капітал, створює умови для саморозвитку особистості через трудову активність, здійснює соціальне інвестування**. Ця модель передбачає забезпечення державою лише основних потреб людини при одночасному зростанні ролі бізнесу та посиленні відповідальності особи за власний добробут, а також запровадження спеціального індексу для оцінки ступеня соціальної відповідальності компаній, щорічний соціальний звіт компаній. Отже, вітчизняна модель соціальної держави має базуватися на консолідації влади, бізнесу та громадськості у вирішенні соціально значущих питань, підвищенні якості людського потенціалу, стимулюванні розвитку корпоративної відповідальності, підвищенні соціальної відповідальності бізнесу; соціальному діалозі роботодавців і працівників, розвитку системи соціального партнерства. СВБ як новий інститут, у рамках якого здійснюється добровільна некомерційна діяльність компанії, має служити довгостроковим інтересам як бізнесу, так і суспільства. Баланс інтересів держави, суспільства і корпорацій сприяє суспільній стабільності, підвищенню якості та рівня життя громадян, заповнює прогалини державної соціальної політики, знижує нефінансові ризики корпорацій.

1. Черних О.В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: / О.В. Черних. – Донецьк, 2012. – С. 17. 2. Згуровський М. 3. Україна в глобальних вимірах сталого розвитку / М.З. Згуровський // Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство / Рада конкурентоспроможності України; за ред. Полунеева Ю.В. – К.: ЛАТ&К, 2006. – С. 21. 3. Чала Н.Д. Формування принципів соціально-відповідального підприємництва / Н.Д. Чала // Державне та муніципальне управління: зб. наук. праць / [за заг. ред.: В. К. Присяжнюка, В. Д. Бакуменка]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр Академії муніципального управління, 2008. – С. 219. 4. Черних О.В. Цит. праця. – С. 17-18. 5. Співак В.М. Політика держави щодо соціальної відповідальності бізнесу / В.М. Співак // Держава і право. – 2002. – Вип. 56. – С. 564. 6. Didenko N.G. Political legislative basis of corporate social responsibility in the EU countries: experience of Ukraine / N.G. Didenko // Philosophy of financial civilization: human in the world of money: Materials IV International philosophical-economical readings (18-20 May 2011, Lviv) / Editorial board: Z.S. Skrynnyk. – Lviv, 2011. – P.178. 7. Там само. – С. 181. 8. Небава М.І. ІФормування соціальної відповідальності

бізнесу в умовах глобалізації / М.І. Небава, І.М. Небава // Механізм регулювання економіки. – 2008 – № 3. – Т. 1. – С. 186. 9. Ткаченко Л.Г. Соціальна відповідальність підприємця у вимірах масової свідомості / Л. Г. Ткаченко // Культурологічний вісник нижньої Наддніпрянщини. – 2007. – Вип. 18. – С. 178. 10. *Matten D., Crane A., Chapple W. Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship / D. Matten, A. Crane, W. Chapple // Journal of Business Ethics . – Vol. 45, Issue 1-2, pp. 109-120.*

УДК 32: 316. 346. 2

**О. Б. ЯРОШ**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЕНДЕРНОЇ ЧУТЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ У СУЧАСНОМУ СВІТІ**

*Аналізуються причини та особливості гендерної чутливості політичних партій. У розвитку політичних партій намітилась тенденція до підвищення їх гендерної чутливості. Жінки - найбільша соціальна група, що має специфічні потреби, які можуть бути реалізовані у політичній сфері. Основні складові гендерної чутливості політичних партій: кадрова (гендерний баланс членів політичних партій); ціннісна (гендерний вимір партійних програм); інституційна (секції, групи, політичні громадські об'єднання). Причини зростання гендерного чинника у політичних партіях: чисельність як основа конкурентної боротьби, демократичне управління, ідеологічна основа партій, фінансова незалежність партійних структур, політична культура громадян.*

**Ключові слова:** гендерна чутливість, партійна програма, політична ідеологія, політичні партії, соціальна база.

### **Ярош О.Б. Тенденции развития гендерной чувствительности политических партий в современном мире**

*Анализируются причины и особенности гендерной чувствительности политических партий. В развитии политических партий наметилась тенденция к повышению их гендерной чувствительности. Женщины - крупнейшая социальная группа, имеющая свои специфические потребности. Основные составляющие гендерной чувствительности политических партий: кадровая (гендерный баланс членов политических партий) ценностная (гендерное измерение партийных программ) институциональная (секции, группы, политические общественные объединения). Причины роста гендерного фактора в политических партиях: численность как основа конкурентной борьбы, демократическое управление, идеологическая основа партий, финансовая независимость партийных структур, политическая культура граждан. Ключевые слова: гендерная чувствительность, партийная программа, политическая идеология, политические партии, социальная база.*

### **Yarosh Oksana. Trends in gender sensitization of political parties in the modern world**

*This article analyzes the causes and characteristics of gender sensitization of political parties. In the development of political parties has tended to increase their gender sensitivity. Women are the largest social group with specific needs. The main components of gender sensitization of political parties: human resources (gender balance members of political parties) values (gender dimension of party programs), institutional (sections, groups, political associations). The reasons for the gender factor in the growth of political parties: the number as a*

© ЯРОШ Оксана Богданівна – доктор політичних наук, доцент, доцент кафедри політології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки