

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКАСТРАТЕГІЯ ПОЛІСУБ'ЄКТНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ:
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇSTRATEGY OF COMMON SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE:
IMPLEMENTATION ISSUES

У статті отримали подальший розвиток підходи до стратегії реалізації в Україні соціальної відповідальності, спільної для комерційних, громадських та державних інститутів і пересічних громадян. Запропоновано комплекс організаційних, інфраструктурних, управлінських і фінансових заходів, необхідних для практичного втілення пріоритетів цієї реалізації. У цьому контексті обґрунтовано необхідність модернізації публічно-приватного партнерства в Україні, а також доцільність ширшого використання громадських джерел фінансування соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: соціальна відповідальність, стратегія, підтримка, забезпечення, організація, громадянське суспільство.

В статье получили дальнейшее развитие подходы к стратегии реализации в Украине социальной ответственности, общей для коммерческих, общественных и государственных институтов и рядовых граждан. Предложен комплекс организационных, инфраструктурных, управленческих и финансовых мер, необходимых для практического воплощения приоритетов этой реализации. В этом контексте обоснована

необходимость модернизации государственно-частного партнерства в Украине, а также целесообразность более широкого использования общественных источников финансирования социально-экономического развития.

Ключевые слова: социальная ответственность, стратегия, поддержка, обеспечение, организация, гражданское общество.

The paper evolves the strategic approaches to the realization of social responsibility in Ukraine. A framework for the national strategy of social responsibility is set. Herein social responsibility is perceived as a multi-agent phenomenon, not reduced to corporate issues, but also relevant to civil and public institutions, as well as to common individuals. The paper formulates the complex of organizational, infrastructural, managerial and financial measures necessary for the practical realization of that strategy. In this regard, the vistas of modernization of public-private partnership in Ukraine are presented and the reasons for the wider use of crowdfunding, social impact bonds and other innovative financial tools in Ukraine are given.

Key words: social responsibility, strategy, support, provision, organization, civil society.

УДК 334+316.4

Звонар В.П.

к.е.н., старший науковий співробітник
Інститут демографії та соціальних
досліджень ім. М.В. Птухи
НАН України

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність (СВ) – це комплексний суспільний феномен, до формування та реалізації якого причетні всі учасники соціальної взаємодії і всі суспільні інститути (не тільки комерційні організації). Водночас в економічному науковому дискурсі та в господарській практиці у світі та в Україні нині все ще переважає сприйняття СВ як корпоративного інструмента та як зобов'язання насамперед з боку бізнес-інститутів. Корпоративна СВ отримала належну увагу як академічних, так і управлінських експертних кіл. Про це свідчать, зокрема, давні і численні наукові розвідки цієї проблематики, а також авторитетні розробки міжнародних та національних стандартів етичної поведінки компаній і правил відповідального господарювання. Водночас в багатьох країнах сьогодні впроваджується найвищий ступінь інституціоналізації СВ бізнесу, а саме рівень національного стратегічного планування. В Україні теж сьогодні ініційоване створення Національної стратегії корпоративної СВ. Це означає, що СВ комерційних організацій стає загальноновизнаним стратегічним пріоритетом і вагомим чинником соціально-економічного розвитку дер-

жави. Але потенціал активізації цього розвитку може бути значно більшим за умови залучення до СВ ширшого спектру інститутів (не тільки бізнесу, але й органів влади, громадянського суспільства, домогосподарств тощо). З метою такого залучення робота з інституціоналізації корпоративної СВ має доповнюватися створенням і забезпеченням реалізації стратегії полісуб'єктної (спільної) СВ, де бізнес позиціонуватиметься серед низки інших суб'єктів економіки та соціального життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність розробки стратегічного нормативного документа, який формує інституційне підґрунтя для подальшого поширення корпоративної СВ в Україні, окреслена провідними незалежними вітчизняними аналітичними агенціями (серед них слід назвати Центр «Розвиток КСВ», Український союз промисловців і підприємців). Цими ж агенціями запропоновано варіанти змістового наповнення зазначеного документа. Тим часом відомі економісти-науковці ініціювали фахову дискусію про доцільність практичного економічного освоєння СВ як полісуб'єктного багатоцільового управлінського інструмента, вплив якого є комплексним

і не обмежується діяльністю традиційного бізнесу [1; 2]. Вагомий науковий доробок цих та інших дослідників, вочевидь, став причиною того факту, що проблематику спільної СВ і бізнесу, і держави, і громадського суспільства зафіксовано у Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», затвердженій Президентом України у січні 2015 р. На жаль, у цьому документі вказана проблематика відображена вкрай фрагментарно. Ми ж у попередніх публікаціях, спираючись на авторитетні наукові джерела і відомі практики, здійснили спробу напрацювання базових елементів фундаментального стратегічного документа, який предметно та повноцінно розглядав би спільну СВ в контексті потреб соціально-економічного розвитку України (національної стратегії реалізації СВ бізнесу, публічної влади та громадянського суспільства) [3]. Для розвитку наших минулих напрацювань є сенс зосередитися на вивченні можливостей імплементаційної підтримки втілення такої стратегії в життя.

Постановка завдання. Мета статті полягає у формулюванні та обґрунтуванні комплексу заходів з імплементації національної стратегії СВ як полісуб'єктного комплексного соціально-економічного явища в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. За нашим баченням, висвітленим у попередніх працях, національна стратегія спільної СВ в Україні – це нормативний документ визначально-установчого рівня, у якому відображені довгострокові пріоритети, суб'єкти (й окремо драйвери), напрями та загальний інструментарій реалізації СВ у зв'язку із завданням соціально-економічного розвитку країни. Стратегічним *пріоритетом* при цьому є формування системи партнерських відносин між основними соціально-економічними інститутами (громадськими об'єднаннями, публічною владою і бізнесом). Злагоджена взаємодія суб'єктів-інститутів має супроводжуватися конструктивною трансформацією самих інститутів і всебічно сприяти забезпеченню/розширенню умов соціальної реалізації і самореалізації індивідуальних суб'єктів, тобто громадян. Водночас ключовим *драйвером* реалізації СВ треба вважати громадські інститути, які, власне, і залучають публічно-владних і комерційних інститутів та громадян до сфери СВ. Визначальну роль громадянського суспільства у широкому колі питань консолідації українського суспільства нині підтверджує практичний досвід та емпіричні спостереження останніх років, саме громадські інститути сьогодні стоять в авангарді конструктивних змін в країні.

Відповідно до нашої обґрунтованої раніше позиції реалізація СВ в Україні за провідної ролі громадянського суспільства може відбуватися за такими *стратегічними напрями*, як освіта, праця і комунікація. Так, *освіта* є гарантом адекватного оцінювання суб'єктами переваг порядного

поводження у соціально-економічному середовищі, а також значною мірою запобігає толеруванню громадянами нечесної поведінки оточуючих. У контексті стратегії СВ *працю* як створення матеріальних і духовних благ треба протиставляти бездіяльності чи злочинній економічній діяльності (шахрайству). А *комунікація* у цьому контексті передбачає публічність вчинків і відкритість мотивів/передумов діяльності. У межах стратегії СВ нами раніше було запропоновано конкретні партнерські засоби освітнього, трудового та комунікаційного змісту (*інструментарій реалізації СВ*) для використання громадянським суспільством у співпраці з релевантними інститутами влади та бізнесу. За освітнім напрямом це громадсько-активна школа (інноваційний навчальний заклад, що функціонує як загальноосвітній, ресурсний і культурний осередок життєдіяльності місцевої громади); за трудовим напрямом – соціальні підприємства; за комунікаційним напрямом – «розумна громада» (smart-громада) як практична модель інтенсифікації місцевого розвитку на основі застосування комп'ютерно-інформаційних технологій.

Розвиваючи ідею про стратегування СВ як багатосуб'єктного і комплексного соціально-економічного феномену в Україні, визначимо комплекс заходів імплементаційної підтримки стратегії такої СВ. Без реальних імплементаційних зусиль стратегія (власне, як і сам феномен СВ) ризикує перетворитися на черговий малозрозумілий симулякр. Подібних симулякрів, на жаль, з часом не меншає у вітчизняній законодавчій і господарській практиці.

На нашу думку, організаційною платформою для імплементації стратегії СВ в Україні може слугувати структура публічно-приватно-громадського партнерства (ППГП) як інноваційної форми співробітництва основних соціально-економічних інститутів. Підстави для інтенсифікації його розвитку в нашій країні формує необхідність посилення соціальної спрямованості (соціалізації) проектів традиційного публічно-приватного партнерства (ППП) [4]. Із закордонної практики відомо, що соціалізація ППП супроводжується доцільним залученням до взаємодії державного і приватного секторів третього партнера, а саме контингенту інститутів громадянського суспільства. Зарубіжні фахівці протиставляють класичну конфігурацію, умовно позначену як “3П” (“public – private partnership”), модерній конфігурації вигляду “4П” (“public – private – people partnership”, або «публічно-приватно-громадське партнерство»), що ґрунтується на повномасштабній участі громадських активістів у ППП [5]. По-перше, поступове осучаснення ППП до ППГП викликане спробою подолати поширене нехтування у процедурах планування та реалізації проектів ППП «голосу» громадськості, тобто безпосереднього бенефіціара цих проектів. По-друге, воно зумовлене намаганням зміцнити інституційне середовище, в якому

відбувається взаємодія між публічним і приватним секторами. Адже розвинуте і конструктивно налаштоване стосовно бізнесу та влади громадянське суспільство є запорукою прозорості й адресності відповідних партнерських зусиль.

В Україні дискусію про практичне освоєння ППГП започатковано вітчизняними громадськими активістами і науковцями у першій декаді 2000-х рр. Нині ця дискусія перейшла зі сфери переважно академічного інтересу чи неформальної практики у сферу національної соціальної політики. Наприклад, Національною стратегією сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 рр. (затвердженою Указом Президента України від 26 лютого 2016 р. № 68/2016) передбачено, окрім іншого, розширення сфер застосування ППГП за участю організацій громадянського суспільства. Як видається, визнання необхідності розвивати ППГП на найвищому управлінському рівні додає практичної ваги і перспективи ППГП, зокрема, як організаційної платформи для імплементації стратегії СВ.

Вважаємо, що на базі цієї платформи треба передбачити інфраструктурні, адміністративні та фінансові імплементаційні заходи. Узагальнення вітчизняної та закордонної практики дає можливість висловити припущення про доцільність використання мережі спеціальних агенцій, а саме соціальних «хабів» («хабів» соціальної активності), для *інфраструктурного забезпечення* стратегії. Такі агенції є різновидом «хабів» як таких, тобто популярних нових осередків основної зайнятості та невимушеної взаємодії підприємливих і творчих осіб як альтернативи рутинній (шаблонній) офісній роботі. З практики відомо, що ці осередки можуть бути влаштовані як класичні бізнес-структури (для надання платних послуг робочого місця, конференц-простору, професійних тренінгів тощо) або декларувати здебільшого соціальні цілі (для матеріально-технічного, кадрового, консультаційного, ресурсно-інформаційного супроводу втілення в життя різноманітних соціальних ініціатив). На нашу думку, рухом створення як комерційних, так і соціальних «хабів» нині охоплені всі основні географічні ареали території України. Згадаймо львівський соціальний «хаб» «Станція Лема», славнозвісний одеський «Imprast Hub», «хаб» соціальної активності «Студія 42» із м. Харків тощо.

Власне, соціальні «хаби» могли б слугувати наріжним елементом інфраструктурної підтримки стратегії реалізації СВ у країні. На цій основі ми пропонуємо включити освітні, трудові і комунікаційні питання реалізації СВ у порядок денний наявних і новостворених соціальних «хабів» в Україні. За спільної ініціативи громадськості, бізнесу та публічної влади реальною є перспектива налагодження ефективної роботи так званих соціаль-

них «мультихабів», діяльність яких спрямовуватиметься на всі три стратегічні напрями реалізації СВ. Згідно з нашою пропозицією функціонування «мультихабу» передбачає існування трьох окремих просторів (робочих зон), приурочених кожному компоненту стратегії (освітньому, трудовому, комунікаційному). У відповідному просторі має бути налагоджено передусім діяльність коворкінг-центру та менторської служби для суб'єктів, зацікавлених і задіяних у реалізації СВ.

Умовою повноцінного виконання стратегії СВ в Україні є відповідні заходи з її *адміністративної підтримки* в рамках ППГП. На нашу думку, ця підтримка має передбачати, по-перше, узгодження процесу реалізації СВ з процесами децентралізації публічного управління в країні, по-друге, використання переваг ділового саморегулювання, а по-третє, активне запровадження в управлінську сферу практик ігрофікації (гейміфікації).

При цьому ми спираємося на те, що реформа децентралізації нині загальноновизнано є основним трендом осучаснення публічного управління в країні. Тому плани щодо реалізації СВ безальтернативно мають враховувати цей тренд. Як видається, освітній компонент стратегії найбільше стосується децентралізаційного контексту, адже реформа управління освітньою галуззю загальноновизнано формує окремий перелік трансформаційних завдань децентралізації. З цих міркувань перспективним видається і включення до них проблематики функціонування громадських активних шкіл. На нашу думку, воно має таку перспективу. З одного боку, передача на рівень місцевих громад значної частини публічно-владних повноважень і необхідних для їх реалізації ресурсів, ймовірно, сприятиме розвитку руху громадських активних шкіл. Діяльність таких шкіл зосереджена навколо життя тієї чи іншої громади, тому очікуване зростання добробуту громад приноситиме безпосередню користь школам. З іншого боку, школи самі можуть стати вагомим чинником успіху децентралізаційних заходів, роз'яснюючи місцевому населенню зміст реформи та долучившись до громадського контролю над відповідними управлінськими процесами.

Нові перспективи громадських активних шкіл виявляє функціонування мережі опорних навчальних закладів та їх філій. Як відомо, опорні школи покликані стати альтернативою малокомплектним школам у сільських громадах та забезпечувати знаннями основної та старшої середньої школи. Тоді як ліквідовані малокомплектні заклади мають поступово перетворитися на філії опорних шкіл, залишивши за собою функції початкової школи (або початкової та основної). Важливо, що загальні цілі діяльності опорних шкіл і громадських активних шкіл тотожні, а саме забезпечення якісної і доступної освіти, підвищення ефективності використання ресурсів. З огляду на те, що

опорні навчальні заклади відповідно до чинного законодавства вибираються на конкурсних засадах, отримати статус опорних добрий шанс мають саме громадські активні школи.

З ідеологією децентралізації тісно пов'язаний концепт ділового саморегулювання. Децентралізація втілює територіальний аспект управління процесом реалізації СВ, тим часом саморегулювання стосується галузевого та організаційного управління. Попри відомі проблеми розвитку цього саморегулювання в Україні [6], є підстави розраховувати на цей управлінський підхід в контексті трудового компоненту стратегії реалізації СВ, а саме для активізації бізнесу з метою підтримки соціальних підприємств. З аналізу спеціалізованої літератури випливає, що потенціал саморегулювання є чи не найбільшим у питанні розробки та консенсусного прийняття правил і стандартів комерційної та професійної діяльності, а також у питанні контролю за їх дотриманням з найменшими трансакційними витратами. Тому воно може слугувати засобом популяризації кодексів корпоративної етики та стандартів корпоративної СВ, зокрема тих, які спонукають традиційний комерційно орієнтований бізнес підтримувати соціальні підприємства. Наприклад, найбільш повний і прогресивний підхід до розуміння та управління організаційної СВ нині сформульовано в міжнародному стандарті ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності». Напрацьований з урахуванням позицій і точок зору безпрецедентної кількості фахівців з різних куточків світу він фіксує глобальну згоду щодо термінології і розуміння СВ організації як інструмента сталого розвитку. Характерно, що ISO 26000 сферою реалізації СВ організації проголошує взаємини між бізнес-організацією та її стейкхолдерами (зацікавленими сторонами). Окрім іншого, цей документ встановлює, що організація має співробітничати зі стейкхолдерами за такими напрямками, як права людини, наймана праця, захист довкілля, добросовісна ділова практика, культура споживання, розвиток місцевих громад [7]. Останній напрям передбачає активність корпорації щодо розширення можливостей зайнятості на території її ділової присутності, підтримання локальних громадських ініціатив, інвестицій у місцеву інфраструктуру тощо. Як свідчить міжнародна практика, цей напрям саме і зосереджує в собі зусилля бізнесу зі сприяння соціальному підприємництву.

Звертаємо увагу на доцільність використання для потреб реалізації СВ в Україні такого нетрадиційного управлінського підходу, як соціальна ігрофікація (гейміфікація), тобто застосування елементів гри в обставинах реального управління соціально-економічними процесами. Існують практичні свідчення стосовно того, що ці елементи з управлінської точки зору здатні конструктивно

замінити примус чи зобов'язання визначених суб'єктів їхньою самоактивністю і самозалученням [8]. Власне, тим самим, на нашу думку, зміцнюється потенціал децентралізації і саморегулювання. Оскільки запровадження соціальної ігрофікації, як правило, обмежене масштабом поширення електронних технологій, припускаємо, що основним об'єктом цього управлінського підходу стануть «розумні громади» (тобто комунікаційний компонент стратегії СВ). У цих громадах є сенс застосовувати ігрофікацію перш за все для організації взаємодії стейкхолдерів, зокрема навколо формулювання та втілення в життя соціальних програм і проєктів.

Імплементативна підтримка стратегії СВ має спиратися на відповідну *фінансову основу*. По-перше, необхідно зважати на те, що громадянське суспільство є провідним виконавцем стратегії. Тому фінансова складова імплементативної, вочевидь, відзначатиметься специфікою, пов'язаною саме з діяльністю цього суб'єкта. Зазначена специфіка явно виявлятиметься навіть у разі використання коштів бізнесу чи публічних фінансів. Вона означає, що фінансування стратегії загалом матиме *громадське спрямування* на користь громадських інститутів чи на безпосередню реалізацію їхніх суспільно значущих планів у співпраці з партнерами з комерційного та владного секторів. По-друге, ми пропонуємо розглянути можливості активізації також і *громадських джерел* фінансування. Їх потенціал в Україні досі залишається фактично зигнорованим. Зрозуміло, що такі джерела не можуть бути єдиними чи пріоритетними у всіх випадках. Проте їх присутність та активне використання є бажаними, бо урізноманітнюють ресурсні потенції для фінансового забезпечення стратегії СВ.

З огляду на це доречно розглянути можливості використання в Україні такого новітнього інструмента мобілізації приватних фінансів для досягнення визначених соціальних цілей, яким є соціальні облигації (облигації соціального впливу). Із закордонних джерел відомо, що емісію цих цінних паперів, як правило, ініціює організація, основною діяльністю якої є вирішення соціальних проблем (наприклад, соціальне підприємство, громадська організація). Зацікавлені бізнес-інститути вільно купують емітовані соціальні облигації, виявляючи свою корпоративну СВ. Водночас органами публічної влади забезпечуються фінансові гарантії цих облигацій. У разі успіху соціальної акції, для якої залучалися кошти, влада зі свого боку компенсує приватному інвестору понесені витрати з невеликим фіксованим процентним доходом або без такого доходу. Якщо акція виявилася безрезультатною і не мала належного соціального ефекту, кошти за соціальними облигаціями інвесторам не виплачуються [9]. Мотивація з боку держави стосовно гарантування соціальних облигацій

за рахунок бюджетних коштів полягає в тому, що виплати приватному інвестору є відтермінованим зобов'язанням. А залучені від нього кошти дають змогу невідкладно ініціювати необхідні заходи соціальної політики. Якщо виконавцем цих заходів зголошується бути від початку є визначена громадська (недержавна) структура, то очікується, що виплати інвестору за соціальними облигаціями будуть меншими, ніж витрати безпосередньої роботи бюджетних (публічних) виконавців.

У контексті стратегії СВ в Україні необхідно зазначити, що вітчизняними вченими сьогодні активно висловлюються пропозиції про доцільне використання соціальних облигацій для фінансового сприяння діяльності соціальних підприємств [10]. Власне, тому щонайменше один компонент стратегії (трудоий), як видається, без особливих застережень може бути охоплений фінансуванням через випуск таких облигацій у перспективі. На нашу думку, зазначена фінансова новація може виявитися актуальною і для підтримки ініціатив інших соціально орієнтованих організацій, наприклад громадських активних шкіл. У цьому разі емітентом облигацій, вочевидь, стануть муніципальні органи. Обстоюючи реалістичність таких дій, нагадуємо, що органи місцевого самоврядування в Україні (зокрема, в містах) добре знайомі з практикою емісії цінних паперів з огляду на чинний і передбачений саме для них механізм випуску облигацій місцевої позики. Щоправда, останніми роками місцева влада майже не вдається до місцевих запозичень. Фахівці стверджують, що місцеві позики відновляться внаслідок децентралізаційної реформи. На нашу думку, фахову дискусію щодо випуску соціальних облигацій органами місцевого самоврядування доцільно об'єднати з проблематикою емісії ними звичних облигацій місцевої позики.

Припускаємо, що гарантування за соціальними облигаціями може стати новим перспективним проявом корпоративної СВ в Україні. Ймовірно, комерційні структури, які бажають продемонструвати суспільству соціальну складову своєї діяльності, могли б не тільки купувати, але й гарантувати соціальні облигації соціального підприємства в разі успішного досягнення соціальних цілей. Приватні гарантії можуть практикуватися окремо або доповнювати гарантії з боку органів публічної влади. У такий спосіб спектр гарантів диверсифікуватиметься, а також досягатиметься економія коштів платників податків.

У контексті підтримки стратегії СВ в Україні може бути корисним ще один нетрадиційний спосіб фінансування громадських інститутів та їх суспільно значущих заходів, а саме відсоткова філантропія (трансфер податку). Його сутність полягає в тому, що пересічний платник податку на доходи фізичних осіб отримує право переадресувати певний встановлений законом відсоток суми цього

податку до організації, яка декларує соціальні цілі або реалізує суспільний інтерес [11]. В Україні фахова дискусія щодо цього триває з 2009 р., коли громадські активісти презентували підготовлений ними законопроект, призначенням якого є регулювання механізму відсоткової філантропії (офіційно трансферу податку). У 2010 р. цей документ було зареєстровано у Верховній Раді України, але невдовзі знято з розгляду з причини ухвалення Податкового кодексу України. У 2012 р. зацікавлені громадські організації відновили роботу у цьому напрямі. Було напрацьовано новий рамковий законопроект. За активної позиції громадськості у 2015 р. ініційовано його розгляд у парламенті. У законопроекті, який розглядають парламентарі, зокрема, передбачено право платника податку з доходів фізичних осіб доручити відповідним органам перерахування на користь однієї з неприбуткових організацій 2% від суми податку, сплаченого за звітний рік. Отримати кошти може організація, яка функціонує на території України в статусі неприбуткової організації не менше одного року. При цьому неприбутковими організаціями вважаються установи та організації, включені до відповідного державного реєстру згідно з ознакою неприбутковості (громадські об'єднання, благодійні та релігійні організації, бюджетні установи тощо). Водночас законопроект уточнює, що бенефіціарами не можуть бути органи державної влади, органи місцевого самоврядування, житлово-будівельні кооперативи, об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, політичні партії, пенсійні фонди та фонди соціального страхування, кредитні та професійні спілки, об'єднання юридичних осіб. Процедурно трансфер податку виглядає як перерахування казначейством коштів з бюджетного рахунку на поточний банківський рахунок відповідної неприбуткової організації на основі розрахунків податкового органу, здійснених на підставі даних, вказаних в податкових деклараціях громадян.

Підтримуючи цю ініціативу загалом, вважаємо, що для досягнення цілей підтримки стратегії СВ в Україні об'єкт і процедуру відсоткової філантропії треба дещо трансформувати. Так, недоцільно обмежувати сферу цього застосування аспектами утримання конкретної неприбуткової організації (нехай навіть найбільш прогресивної та справді вартій підтримки). Натомість трансфер податку треба орієнтувати перш за все на досягнення визначеного соціально-економічного результату, робота над яким може не потребувати зусиль однієї організації, а залежати від злагодженого співробітництва кількох зацікавлених установ. З цих міркувань пріоритетним об'єктом відсоткової філантропії має стати певна програма дій або соціальний проект із визначеними цілями, строками, виконавцями, територією реалізації. Як відомо, проектна діяльність відрізняється від

будь-якої іншої громадської ініціативи та процесу її втілення тим, що фокусується передусім на суспільно значущій проблемі, яка потребує вирішення, та зосереджує увагу на продуктивному використанні наявних ресурсів. При цьому господарські та функціональні запити зацікавленої установи є вторинними та повністю підпорядкованими очікуваному результату вирішення проблеми.

Не буде зайвим зауважити, що запропоноване уточнення об'єкта трансферу податку цілком узгоджується, зокрема, з тенденцією набуття пріоритетності програмно-цільового методу до здійснення бюджетних видатків, яка актуалізується з 2002 р. на рівні державного бюджету, а від 2007 р. на місцевому рівні (на противагу відомчому/функціональному фінансуванню) [12].

Програмне (проектне) спрямування коштів від відсоткової філантропії, вочевидь, вимагатиме і певних змін технічної процедури її здійснення. Звісно, годі розраховувати на те, що пересічний платник податків вникатиме в технічні нюанси проектної діяльності неприбуткової організації, приймаючи рішення про її підтримку. Очікувано він керуватиметься великою мірою суб'єктивними симпатіями. У зв'язку з цим пропонуємо два сценарії організації трансферу податку. Перший сценарій передбачає, що організації, які бачать себе потенційними реципієнтами трансферу податку, мають публічно засвідчити свою прихильність і готовність до проектного способу використання мобілізованих коштів (презентувати населенню проект, під який вони очікують надходження коштів). Отже, громадяни, симпатизуючи комусь, все ж таки оцінюватимуть не організації як такі, а проектні громадські ініціативи. Про результати освоєння отриманих коштів організації зобов'язуються публічно прозвітувати. Наявність і змістовність звіту стане умовою допуску організацій до розподілу трансферу податку в наступному фіскальному періоді.

Другий сценарій передбачає спрямування відповідними податковими органами і казначейством мобілізованих сум податку на рахунки обмеженого переліку вибраних організацій, які зобов'язані здійснити селекцію та профінансувати громадські проекти і програми. На нашу думку, такими організаціями можуть бути соціальні «хаби», окремим напрямом роботи яких має стати грантування локальних ініціатив, оформлених як програми/проекти. За такого сценарію платник податків в податковій декларації указуватиме не організацію, яку хотів би підтримати, а бажаний проблемний (проектний) напрям роботи, що видається йому вартим фінансового зосередження.

Міркуючи про громадські джерела фінансової підтримки стратегії СВ в Україні, вкажемо на краудфандинг, що має на меті здебільшого підтримку саме програм/проектів. Його сутність полягає у колективному внесенні невеликих грошових сум

великою кількістю осіб з використанням спеціалізованих інтернет-платформ на користь некомерційних соціальних і культурних ініціатив, а також бізнес-стартапів і виробничих проектів. Умовно це є глобальною складчиною, учасників якої (пересічних людей із «натовпу») не пов'язують між собою ні сталі особисті стосунки, ні спільний ареал (територія, країна) проживання, ні будь-який інший фактор, крім суб'єктивної зацікавленості конкретною ідеєю. Автор такої ідеї попередньо має зареєструватися на відповідному інтернет-ресурсі та докладно (структурно) описати її, аргументуючи обсяг і кожну позицію фінансової потреби.

У світі нині відбувається «краудфандинговий бум». З 2011 р. його обсяги щорічно подвоюються. У мережі Інтернет функціонує понад 450 сучасних краудфандингових платформ. Найбільші з них фактично конкурують за значущістю з великими інвестиційними компаніями [13]. Краудфандинг активно розвивається і в Україні. Його піонером стала започаткована у 2012 р. інтернет-спільнотою «Велика ідея» платформа «Спільнокошт», де збирають кошти для проектів у сфері охорони здоров'я, освіти, літературних і журналістських проектів, наукових досліджень. Цю та інші діючі інтернет-платформи без будь-яких умовностей можна вважати відкритими для проектів за кожним із визначених нами компонентів стратегії реалізації СВ, а саме освітнього (шкільного), трудового (соціально-підприємницького) та комунікативного (smart-громадівського).

Водночас доводиться рахуватися з несприятливими соціально-економічними умовами розвитку краудфандингу сьогодні в Україні. Найбільшою проблемою хрестоматійно позиціонується низький рівень доходів населення, адже громадяни часто виявляються орієнтованими переважно на поточне споживання і мало цікавляться інноваційними способами капіталовкладень [14]. Дослідники зазначають, що криза в державі, справді перешкоджаючи повноцінному розвитку краудфандингу, водночас посилює його акценти саме на проектах соціального спрямування [15]. Тобто краудфандинг в Україні, ймовірно, нескоро сприйматиметься як напрям інвестиційної активності для заробітку, але як фінансовий важіль прискорення позитивних соціальних змін він вже зараз є актуальним. Власне, для реалізації СВ в Україні виразні соціальні пріоритети вітчизняного краудфандингу є вкрай доречними.

Висновки з проведеного дослідження. Національну стратегію багатосуб'єктної (солідарної) СВ в сучасній Україні треба сприймати як вагому передумову активізації соціально-економічного розвитку країни та повноцінної реалізації задекларованих на найвищому управлінському рівні пріоритетів соціалізації та гуманізації вітчизняної економіки. При цьому необхідно усвідомлювати,

що без закономірної імплементаційної підтримки ця стратегія (напевно, як і сам феномен солідарної СВ) може зійти нанівець, ставши в один ряд із тривіальними соціально популістськими та ідеологічно заангажованими очікуваннями й гаслами. Комплекс відповідних імплементаційних заходів має передбачати організаційний, інфраструктурний, управлінський та фінансовий супровід стратегії СВ. Цей комплекс необхідним чином слід узгодити з ініційованими в країні реформою децентралізації та освітньою реформою, а також орієнтувати на широке залучення інститутів громадянського суспільства (зокрема, у фінансових питаннях забезпечення стратегії СВ).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / за наук. ред. А.М. Колота. Київ: КНЕУ, 2012. 501 с.
2. Костишина Т.А., Рудич Л.В. Стратегія соціальної відповідальності споживчої кооперації як складової формування людського потенціалу та забезпечення якості життя сільського населення. Україна: аспекти праці. 2015. № 6. С. 45-50.
3. Звонар В.П. Стратегія реалізації соціальної відповідальності як соціоекономічного феномену в Україні. Причорноморські економічні студії. 2017. № 18. С. 129-134.
4. Зубченко С.О. Перспективи використання державно-приватного партнерства у реалізації українських гуманітарних проектів: аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. 2013. Лютий. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1068>.
5. Public-Private People Partnership: Winning in collaboration / Pricewaterhouse Coopers (PwC). URL: <http://www.pwc.in/assets/pdfs/publications/2014/public-private-people-partnership-winning-in-collaboration.pdf>.
6. Лавриненко І., Файчак Х. та ін. Зелена книга саморегулювання в Україні. Київ: Офіс ефективного регулювання, 2017. 98 с.
7. Schematic overview of ISO 26000 / International Organization for Standardization. URL: http://www.iso.org/iso/ru/sr_schematic-overview.pdf.
8. Zatwarnicka-Madura B. Gamification: current status, trends and development prospects. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 180. С. 376-382.
9. Coble W. Health Impact Bonds: Removing the Legal Barriers. University of Pittsburgh Law Review. 2014. Т. 76. Р. 113-130.
10. Свинчук А.А. Соціальні облигації як фінансовий інструмент розвитку соціальних підприємств в Україні. Наука й економіка. 2015. № 2. С. 7-12.
11. Куц С. Відсоткова філантропія. Аналітична записка за результатами аналізу державної політики в галузі фінансування організацій громадянського суспільства. URL: <http://www.philanthropy.org.ua/filestorage/File/Onepersent-brief.htm>.
12. Станкус Т. Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі на рівні місцевих бюджетів. Харків: Фактор, 2017. 128 с.
13. Пятковский Ю. Народное финансирование IT-проектов. URL: http://www.ukr.net/news/narodnoe_finansirovanie_it_proektov_kraudfanding-20587134-1.html.
14. Марченко О.С. Соціально-економічні умови та проблеми розвитку краудфандингу в Україні. Вісник нац. ун-ту «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого». Серія «Економічна теорія та право». 2014. № 2. С. 37-46.
15. Ткачук І.Я. Краудфандинг в контексті залучення додаткових ресурсів для реалізації проектів державно-приватного партнерства. Інноваційна економіка. 2016. № 5-6. С. 183-186.