

АЛОНИ  
Геннадій

УДК [330.341:32]:346.12(477)

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ: ДОБРА ВОЛЯ ЧИ ОБОВ'ЯЗОК?

### SOCIAL RESPONSIBILITY OF BIG BUSINESS IN UKRAINE: FREE WILL OR OBLIGATION?

доктор філософських наук, Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України, CEO, засновник ГК "BSA Group"

*У статті розглядається проблема соціальної відповідальності великого бізнесу України у контексті перетворень у суспільстві та економіці й сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності. Доводиться, що сучасна епоха характеризується глибокими змінами у суспільно-економічній сфері (становлення держави загального добробуту, розвиток постіндустріальної економіки та економіки знання, підвищення ваги людського капіталу), які створюють нові умови у ринковій діяльності фірми. Аналіз діяльності сучасних великих благодійних корпоративних фондів дозволяє виявити низку проблем у їх діяльності (непрозорість, відсутність суспільного контролю, ангажованість), які автор пов'язує із нерозвиненістю громадянського суспільства в Україні та відповідно низьким рівнем його очікувань.*

*В статье рассматривается проблема социальной ответственности крупного бизнеса Украины в контексте преобразований в обществе и экономике и современной концепции корпоративной социальной ответственности. Доказывается, что современная эпоха характеризуется глубокими изменениями в общественно-экономической сфере (становление государства всеобщего благосостояния, развитие постиндустриальной экономики и экономики знания, повышение веса человеческого капитала), которые создают новые условия в рыночной деятельности фирмы. Анализ деятельности современных крупных благотворительных корпоративных фондов позволяет выявить ряд проблем в их деятельности (непрозрачность, отсутствие общественного контроля, ангажированность), которые автор связывает с неразвитостью гражданского общества в Украине и, соответственно, низким уровнем его ожиданий.*

*The research paper deals with the problem of social responsibility of big business in Ukraine in the context of transformations in the society and economy and the modern concept of corporate social responsibility. It is proved that the modern era is characterized by profound changes in social and economic sphere (formation of the state of a common welfare, development of post-industrial economy and knowledge economy, increase of weight of the human capital) that create new conditions in the market activity of the company. The analysis of activity of the modern large charitable corporate funds allows indentifying a number of problems in their activity (opacity, lack of social control, engagement) which the author relates to the underdeveloped civil society in Ukraine and accordingly low level of its expectations.*

**Ключові слова:** Україна, соціальна відповідальність, великий бізнес, благодійні фонди

**Ключевые слова:** Украина, социальная ответственность, большой бизнес, благотворительные фонды

**Keywords:** Ukraine, social responsibility, big business, charitable foundations

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Як можна помітити розглядаючи історичний досвід, в умовах сучасної економіки соціальна роль бізнесу підвищується, стаючись однією із провідних проблем суспільно-політичного та економічного життя. Цьому сприяє низка факторів: наявність демократичного політичного устрою, ускладнення суспільного поділу праці, розвиток технологій. Вже на початку XIX ст. соціально-економічні системи

європейських країни виходять за рамки традиційних форм організації господарства, що тягне за собою зміну усього укладу життя, головною рисою якого стало підвищення ступеня пов'язаності та взаємозалежності людей у суспільстві. На межі XIX - XX ст. було сказано вдалу фразу: не можна жити у суспільстві і бити вільним від суспільства. Якщо розуміти її як відображення процесу ускладнення соціально-економічних зав'язків у суспільстві, то

вона вдало відобразить вікові тенденції, які у 1953 р. знайшли ще одне відоме формулювання: “Що гарно для “Дженерал Моторз” є гарним для Америки”.

Чи є ця закономірність автоматичною? Чи не має протиріч між економічною та суспільною ефективністю бізнесу? Що треба зробити українському бізнесу для гармонізації власного становища у суспільстві?

#### *Аналіз останніх досліджень і публікацій*

Ці і подібні їм проблеми досить широко висвітлені у світовій науковій літературі. За підрахунками Ф. де Беккера, П. Гроневергена та Ф. ден Хонда вони є центральною та найбільш висвітлюваною темою у сучасних дослідженнях із бізнесу та його відносин із суспільством [9]. У ході цих досліджень були розвинуті такі впливові нині наукові доктрини як теорія стейкхолдерів та корпоративного громадянства (corporate citizenship) [9; 10; 11]. Видаються авторитетні наукові журнали, де ця тема є провідною, зокрема, “Journal of Business Ethics”, “International Journal of Business Governance and Ethics”, “Business Ethics Quarterly” та ін. Протягом десятиліть, починаючи із середини 1970-х рр., дослідження соціальної ролі та соціальної відповідальності бізнесу були однією із провідних тем академічного дискурсу у економічній науці США та країн Європи. У рамках цих досліджень було вироблено узагальнюючу концепцію корпоративної соціальної діяльності, корпоративної соціальної відповідальності та цілий спектр аналітичних підходів, як суто економічного, так і соціологічного, філософського, міждисциплінарного характеру. Зокрема, у рамках аналізу витрат та вигод, стейкхолдеристського підходу та ін. У вітчизняній науці проблеми соціальної відповідальності бізнесу висвітлюються у роботах С.В. Безчотнікової, Ю.К. Зайцева, окремих працях Н. Супруна, М. Долішнього, В. Осецького, А. Чухна, О. Василика, О. Маліновської та В. Гейця. Але загальний обсяг публікацій є вкрай малим; проблема соціальної відповідальності великого бізнесу України, незважаючи на свою гостру актуальність, не набула суттєвої теоретичної розробки. У той же час, щодо українських реалій, дослідження практичного досвіду реалізації принципів соціальної бізнесу та їх теоретичне узагальнення є проблемою, яка має величезну суспільну і наукову актуальність.

#### **МЕТА СТАТТІ**

Метою даної статті є класифікація та аналіз досвіду практики соціальної відповідальності великого бізнесу України.

#### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ**

Під соціальною відповідальністю бізнесу (corporate social responsibility – CSR) розуміють наявність у підприємства активної суспільної позиції, спрямованої на досягнення стану гармонійного співіснування із соціумом, встановлення між ними продуктивного та взаємодіючого діалогу, усвідомлення бізнесом своєї ролі у виникненні проблем суспільного значення та у їх вирішенні. Корпоративна соціальна діяльність (Corporate Social Performance – CSP) передбачає використання

бізнесом своїх ресурсів для вирішення соціальних проблем та для досягнення певних соціальних цілей.

Від приватної філантропії попереднього історичного періоду новітня корпоративна соціальна відповідальність відрізняється перш за все своїм інституціалізованим та секулярним характером. Соціальна діяльність корпорацій мислиться як необхідний компонент діючої суспільної системи, а не як приватна добродіяльність окремої особи чи групи осіб.

Як відомо, у класичній економічній науці існують два радикальних підходи до проблеми суспільної ролі бізнесу, у найбільш загальному вигляді поставленому у так званому “парадоксі Манделівія” [4]: у доктрині Адама Сміта підприємництво законом “невидимої руки” конкурентних ринків спрямовується до досягнення найбільшої економічної ефективності, служачи задоволенню інтересів суспільства; у вченні Карла Маркса капіталістична система є побудованою на законі експлуатації, неминуче визискуючи робітників та розбещуючи суспільство погонею за прибутком. Економіка та соціологія ХХ ст. розширили кругозір щодо постановки проблеми, знявши гострі соціальні протиріччя, які найбільше хвилювали сучасників Маркса, за допомогою системи регульованої ринкової економіки та держави загального добробуту. Але те ж ХХ ст. поставило серію нових гострих питань щодо позиціонування бізнесу до низки таких нетрадиційних для історичного минулого проблем як стан довколишнього середовища, права меншин, політична участь і т. ін., результатом чого і стала поява концепту соціальної відповідальності бізнесу та підходів до його вирішення.

Спробуємо надати класифікацію проблем, пов'язаних із суспільною роллю підприємництва, узагальнивши наявні теоретичні підходи й проблематику дискусій у суспільстві та експертному співтоваристві.

- 1) Гармонізація відносин труда і капіталу.
- 2) Гарантування прав споживачів.
- 3) Справедлива компенсація за отримувани суспільні блага.
- 4) Прозорість та добросовісність у досягненні власних цілей.
- 5) Моральна відповідальність.

Кожен із перелічених пунктів є кластером, який включає перелік проблем. Так, гармонізація відносин труда і капіталу включає проблеми справедливої заробітної плати, створення комфортних умов праці, надання соціальних гарантій за втратою працездатності, безробіттям та ін.

Кожен із пунктів потребує спеціальних методів та інструментарію суспільного регулювання. Визнано, що діючи у умовах конкретного середовища вільних ринків, бізнес має своєю метою отримання прибутку, що є невід'ємним внутрішнім стимулом його діяльності. Не можна вимагати від бізнесу дій, які суперечать цій меті, адже така вимога ставить його за межі існування. Забезпечення суспільних інтересів за пп. 1, 2 можливе за умов створення рівних для всіх учасників ринку законодавчих рамок діяльності, тобто створення ситуації, коли діяльність

підприємства відповідає суспільному інтересу. Забезпечення суспільних інтересів за п. 3 досягається головним чином через створення справедливої та прозорої системи оподаткування. Ситуація прозорості та доброчесності у досягненні власних цілей потребує активної позиції суспільства, демократичного політичного устрою, нетерпимості до явищ корупції. Зрештою, моральна відповідальність бізнесу є справою сумління власників та менеджменту (для акціонерних підприємств); її інституціоналізація стала можливою порівняно нещодавно зі зростанням моральних стандартів суспільства у цілому, коли вимоги суспільства до бізнесу отримали вигляду систематичного тиску із боку громадянського суспільства та була стверджена концепція соціальної корпоративної ефективності (social corporate performance).

Р. Курінько пропонує модель соціальної відповідальності бізнесу, де вона має вигляд піраміди, базовий шар якої є обов'язковим та складає відповідність вимогам суспільства – що реалізується у слідуванні вимогам законодавства; інші два шари є добровільними для бізнесу і складають очікування суспільства – соціальну активність заради користі та соціальну активність не заради користі [3]. Останнє може значити побудову корпоративних місій і стратегій таким чином, щоб вони відповідали певному суспільному інтересу і позитивно позиціонували компанію, буде вона отримувати прямий чи посередній прибуток від такого позиціонування, чи ні. Поза основним бізнесом така діяльність може розцінюватися як філантропія, будучи інтегрованою у основний бізнес – як інновація. Якнайчастіше зміни, які призвели до творення сучасних концепцій корпоративної відповідальності та поглядів на соціальну відповідальність бізнесу, суто історично пов'язують із масовими суспільними рухами 1970-х рр., вважаємо, що ця трансформація має під собою і зрушення у суспільній системі, які відбувалися протягом другої половини ХХ ст.

Гранично чітко зміни відобразив Д. Паккард, засновник корпорації Hewlett Packard: “Багато хто помилково вважають, що мета існування будь-якої компанії - робити гроші. Однак, незважаючи на те, що гроші - важливий результат роботи, ми прийшли до висновку: група людей стає тим, що ми називаємо компанією, щоб отримати можливість колективно здійснити те, що не під силу одиначкам, - внести вклад в життя суспільства” [3].

Самі підприємства здатні формулювати етичний порядок денний у суспільстві. Це може ставати частиною їх корпоративного іміджу, або частиною етичної дії їх власників, менеджменту, колективів; що є не лише актом філантропії, але й частиною місій підприємства, формулювання яких на сьогодні стало невід'ємною частиною ведення бізнесу. Сучасні “капітани бізнесу” стають лідерами громадських ініціатив та суспільних перетворень. Із численних прикладів чого можна навести діяльність Б. Гейтса, засновника Фонду Білла та Мелінди Гейтс. Так, із 2009 р. публікуються щорічні “Послання Б. Гейтса”, присвячені комплексам визначних ним гострих

соціальних тем: від дитячої смертності і стану сільського господарства до проблем освіти й виховання [8].

В умовах України чітка оцінка змісту соціальної відповідальності бізнесу є дещо ускладненою через існування численних пережитків радянської ментальності, радянських рудиментів у правовій системі, соціальних і політичних інститутах. До таких слід віднести механізми перехресного субсидювання підприємствами житлово-комунального сектору, відповідальність підприємств за “соціальну сферу” та ін.

З іншого боку, існують досить численні приклади, коли великий бізнес намагається брати на себе роль суспільного лідера, впливаючи на порядок денний у суспільстві. Перш за все, йдеться про досвід створення корпоративних цільових фондів, завданням яких є соціальна політика, яка відповідає сучасним стандартам соціальної відповідальності бізнесу.

Так, у 2006 р. був заснований Фонд Віктора Пінчука – незалежна приватна благодійна установа, призначена для модернізації України в різних напрямках. Відповідно до власної місії, мета фонду “надати новим поколінням можливість стати творцями майбутніх змін” [5]. Фонд здійснює широкий спектр із більш ніж двадцяти проектів у напрямках “людина”, “суспільство”, “світ”, серед яких: боротьба зі СНІДом, стипендійна програма Завтра.UA, Київська школа економіки, центр сучасного мистецтва PinchukArtCentre, організація конференції Ялтинська Європейська стратегія. Фонд Віктора Пінчука є членом Європейського Центру Фондів та Українського Форуму Грантодавців. У цілому, хоча така ціль у місії фонду не оголошується, його діяльність спрямована на створення “нового типу лідера”, тобто, рекрутування та соціальне просування лояльних до фінансової та політичної групи Пінчука особистостей, та забезпечення групі міжнародного іміджу. Фонд здійснює PR-позиціонування себе як орієнтованої на молодь, майбутнє та світову еліту інноваційної структури. Найбільш відомість фонд отримав завдяки резонансним акціям із просування сучасного мистецтва.

Фонд Ріната Ахметова є більш традиційно та соціально орієнтованою структурою, яка робить ставку на формування власного соціального іміджу. У рамках програми “Рак виликівний” були здійснені безпрецедентні щодо приватного капіталу соціальні інвестиції у розмірі 315 млн. гривень у розвиток державної онкологічної служби України [7]. Фонд здійснює низку соціальних програм спрямованих на охорону здоров'я, допомогу дітям-сиротам, адресну допомогу нужденним. Фонд диверсифікує власну діяльність за регіонами, але робить виразний акцент на діяльності у Донецькому регіоні; особливо активізувавши діяльність під час бойових дій на Сході України, коли був створений Гуманітарний штаб Фонду Ріната Ахметова.

Як і у випадку із В. Пінчуком, фонди Р. Ахметова складають групу спеціалізованих структур. Зокрема, фонд Р. Ахметова “Ефективне управління” було створено 2007 р., у час політичної боротьби,

пов'язаної із прем'єрством та президентськими амбіціями В. Януковича. Фонд мав за мету створити програму економічних реформ на 2007-2011 рр. Замовником цієї програми виступив уряд, а безпосереднім розроблювачем стала одна з провідних міжнародних компаній, яка, за словами р. Ахметова. "з успіхом консультувала багато держав і урядів. Ця компанія має якісну експертизу, великий досвід і неодноразово доводила ефективність своїх рекомендацій" [2]. Програма виявилася теоретичною та політичною невдачею фонду та особисто Р. Ахметова. на сьогоднішній день фонд перебуває у "замороженому" стані та займається економічною аналітикою із тематики розвитку регіонів [1].

Ще одним прикладом благодійного фонду, пов'язаного із великим бізнесом є Фонд Олександра Фельдмана, створений ще 1997 р. Фонд є меншим за обсяги ніж перші два, у середині 2000-х рр. обсяг річного фінансування його діяльності не перевищував 1,5 млн. доларів [6]. Діяльність фонду має етнічну та культурно-мистецьку спрямованість. Фонд фінансував створення єврейського культурно-історичного середовища (будівництво меморіального комплексу "Дробицький яр" та ін.), низку культурно-розважальних заходів для Харкова ("Фельдман Екопарк").

Цікаво, що корпоративні благодійні фонди, які діють в Україні не розкривають власних бюджетів та ведуть діяльність із непрозорою бухгалтерією.

Діяльність фондів має помітну спеціалізацію та виражену спрямованість на забезпечення політичних інтересів асоційованих із ними фінансових та політичних груп.

### ВИСНОВКИ

Таким чином, вирішення проблеми співвідношення приватного інтересу, як рушійної цілі діяльності фірми у ринковому середовищі, та суспільного блага, у сучасному суспільстві набуває дещо нових форм, які вирізняють його її від суспільно-економічної ситуації попередньої історичної доби. В Україні потрібними є як законодавчі зміни, так і активність громадянського суспільства, спрямовані на підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу на всіх визначених нами п'яти рівнях такої відповідальності.

Наразі соціальна діяльність великого бізнесу не відзначається високим стандартом, що відповідає невисоким запитам суспільства, орієнтованого на етатистсько-патерналістську модель відносин (тобто, очікує дій від переважно та головним чином від держави). Бізнесу не властиве відчуття соціальної

відповідальності перед суспільством, бізнес не є моральним авторитетом та суспільним лідером, приватні корпоративні проекти відзначаються непрозорістю та надмірною політичною ангажованістю.

Втім, наскільки дієвим є суспільний запит до бізнесу у окремих суспільствах, зокрема, в Україні, і якими є чинники його формування, є питанням, яке потребує подальшого вивчення.

### Список використаних джерел

1. Competitive Ukraine: Проект Фонда "Эффективное управление" [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://competitiveukraine.org.ua/>
2. Ахметов на замовлення Януковича буде реформувати економіку Українська правда. – (Понеділок, 9 липня 2007) [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2007/07/9/3255289/>
3. Куринько Р. Что такое социальная ответственность бизнеса? / Р. Куринько // *SB. Sustainable Business.* – (ресурс) – Режим доступу: <http://csrjournal.com/839-что-такое-sob-что-такое-socialnaja.html>
4. Мандевиль Б. Басня о пчелах [Перевод с англ. Е.С. Лагутина; Вступ. статья Б.В. Мееровского, с. 5-42] / М. Б. – Москва Мысль, 1974. – 376 с. — (Философское наследие).
5. Фонд Віктора Пінчука [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://pinchukfund.org/ua/>
6. Фонд Олександра Фельдмана [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.feldman.org.ua/>
7. Фонд Рината Ахметова [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://fund.fdu.org.ua/>
8. The blog of Bill Gates [Електроний ресурс] – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drgn\\_2012\\_4\\_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drgn_2012_4_21.pdf)
9. de Bakker F. G. A. A bibliometrical analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance / F.G.A. de Bakker, P. Groenewegen and F. den Hond // *Business & Society.* – 2005. Vol. 44 – № 3. – p. 283-317.
10. Donaldson T. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications / T. Donaldson and L. Preston // *The Academy of Management Review.* – 1995. Vol. 20 – № 1. – p. 65-91.
11. Gardber N. Corporate citizenship: Creating intangible assets across institutional environments / N. Gardber and C. Fombrun // *The Academy of Management Review.* – 2006. Vol. 31 – № 2. – p. 329-346.