

УДК 351:304

*І. М. Клименко,  
аспірант кафедри публічної політики та політичної аналітики,  
Національна академія державного управління при Президентові України*

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО ПОСТУПУ УКРАЇНИ

I. Klymenko,  
post-graduate student of the Department of Public Policy and Political Analysis  
of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

### SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BUSINESS AS ONE OF THE ELEMENTS OF THE EUROPEAN INTEGRATION OF UKRAINE

**У статті розглянуто інститут соціальної відповідальності бізнесу у контексті вироблення ефективної публічної політики. Проведено еволюційний аналіз досліджень та сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та Європейському співтоваристві. Розглянуто базові принципи СВБ та їх вплив на довгострокову стратегію розвитку організації, відповідність її діяльності правовим та етичним нормам, прийнятим у суспільстві, прозорість, підзвітність та узгодженість із цілями сталого розвитку суспільства. Доведено, що соціальна відповідальність бізнесу є важливою складовою процесу розвитку громадянського суспільства, а також необхідною умовою існування ефективної системи публічної політики. Доведено взаємозалежність при прийнятті рішень у трикутнику "влада — суспільство — соціально відповідальний бізнес" та необхідність формування стійкого інституту соціальної відповідальності бізнесу в Україні як чинника сталого розвитку, підвищення конкурентоздатності держави, сприйняття України як рівноцінного та бажаного актора у Європейській та світовій спільноті.**

**The article considers the institute of social responsibility of business in the context of developing effective public policy. An evolutionary analysis of research and current trends in the development of corporate social responsibility in Ukraine and the European Community has been conducted. The basic principles of CSR and their influence on the long-term strategy of organization development, compliance of its activity with the legal and ethical standards accepted in society, transparency, accountability and consistency with the goals of sustainable development of the society are considered. It is proved that social responsibility of the business is an important part of the development process of civil society, as well as a necessary condition for the existence of an effective system of public policy. The interdependence in making decisions in the triangle "power — society — socially responsible business" are proved and the necessity of formation of a stable institute of social responsibility of business in Ukraine as a factor of sustainable development, increase of competitiveness of the state, perception of Ukraine as equal and desirable actor in the European and world community are proved.**

*Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна соціальна сприйнятливість, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративне управління, етичний кодекс, корпоративна культура, сталий розвиток.*

*Keywords: Corporate social responsibility, corporate social susceptibility, social responsibility of business, corporate management, ethical code, corporate culture, sustainable development.*

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Події, що сталися за останні кілька років свідчать про те, що українська політична еліта після радикальних змін 2014 року направила вектор подальшого роз-

витку країни у західному напрямку та взяла курс на інтеграцію до європейських структур. Цей шлях поставив на порядок денний нові виклики як перед державною, так і перед суспільством та вказав на нагальну необхідність

відходу від "карго-культурного" сприйняття держави та переосмислення таких термінів і явищ, як "державна політика", "державне управління", "ефективне державне управління", наповнення їх новим змістом. Суть цього питання полягає в перенесенні акцентів від державних інституцій на громадянина, як носія влади та платника податків, а ключовою є зміна ролі держави в житті громадянина з "держави-патерналіста" на "сервісну державу".

Від традиційного радянського розуміння державного управління ми переходимо до публічного управління. Зокрема одним із ключових акторів ефективного публічного врядування, окрім держави та суспільства, є бізнес, який, з одного боку, є представником суспільства, а з іншого — поряд з державою, має значний вплив на рівень та умови життя громадян. Три складові єдиної суспільної системи: держава, громадянське суспільство та бізнес у своєму розвитку взаємообумовлюють одне одного, а формування ефективної публічної співпраці у трикутнику "влада — бізнес — громадянське суспільство" є потужним джерелом розвитку як економічної системи в цілому, так і вирішення соціальних проблем зокрема.

Соціальна відповідальність бізнесу (далі — СВБ) як елементу публічної політики виступає чинником узгодження соціально-економічних інтересів шляхом перерозподілу функцій соціальної відповідальності між державою, сферою бізнесу та громадянином. У цій ролі СВБ має ряд особливих характеристик: носить історичний характер; встановлює взаємну залежність індивідів один від одного у виконанні взаємних вимог, передбачає виконання певних дій; безпосередньо пов'язана із правовими відносинами; націлена на необхідність виконання зобов'язань; стосується виконання цих зобов'язань не лише індивідами, а й соціальними групами, державою.

Зацікавити бізнес бути соціально відповідальним у часи економічної, соціальної, екологічної кризи, залучити його до вирішення суспільних проблем є надважливим завданням держави та громадянського суспільства, особливо в світлі євроінтеграційних прагнень.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематику взаємовідносин у трикутнику "влада — бізнес — громадянське суспільство", теорію та методологію функціонування бізнес середовища в контексті формування публічної політики висвічували у своїх дослідженнях О. Бабкіна, К. Бондаренко, Д. Видрін, А. Гальчинський, О. Дергачов, А. Колодій, А. Колот, Ю. Мостова, О. Пасхавер, О. Пухкал, І. Рейтерович, О. Сушко, С. Ситник, С. Телешун, М. Томенко та ін.

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ (МЕТИ) СТАТТІ

Метою статті є доведення необхідності формування стійкого інституту соціальної відповідальності бізнесу в Україні як чинника сталого розвитку та підвищення конкурентоздатності держави.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інтереси великого бізнесу, держави та суспільства, як свідчить еволюція світової цивілізації в ХХ ст., не є

ідентичними. Більше того, протиріччя між ними достатньо часто призводили до соціальних потрясінь, фінансово-економічних криз тощо. Однак з кінця ХХ ст. для більшості країн Європи та Північної Америки, частини країн Азії є характерним досягнення консенсусу між великим капіталом і державою, що безпосередньо позитивно вплинуло на соціальну сферу [8].

Починаючи з кінця 70-х рр. ХХ ст., провідні корпорації США та ЄС розпочали процес оптимізації різних елементів корпоративної політики, пов'язаних із взаємовідносинами компанії з різними стейкхолдерами, для того щоб виробити єдині підходи до взаємодії із суспільством та державою. Нова політика, з одного боку, повинна була бути пов'язаною з філософією компанії, її маркетинговою стратегією, а з другого — обов'язково відповідати основним очікуванням суспільства [7].

Одночасно у науковій літературі розпочалась активна дискусія про соціальну відповідальність бізнесу, або корпоративну соціальну відповідальність (далі — КСВ) як раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії та відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю — це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому [3]. Термін "корпоративна соціальна відповідальність" є синонімічним до поняття "соціальна відповідальність бізнесу" та запозичений з англомовної наукової літератури. Корпорація у даному контексті розглядається як будь-яка юридична особа, основною метою якої є отримання прибутку [5]. Основною ідеєю цієї теорії стало переконання, що підприємства повинні розділити з державою відповідальність за екологічні і соціальні проблеми суспільства.

Першопрохідцями серед підприємців, які почали повною мірою застосовувати у своїй діяльності принципи соціально відповідального підприємництва, вважаються Д. Дюранд (1964), М. Сільберт (1971), Д. Дальтон (1963) та М. Юнус (1976). Вони максимально залучали до роботи у своїх компаніях розумово неповноцінних людей, нарко- та алкозалежних, колишніх ув'язнених, приділяючи значну увагу різноманітним реабілітаційним заходам (при цьому показово, що їх компанії були фінансово успішними). Що стосується України, то початок прояву соціально відповідального бізнесу припадає ще на ХІХ ст., адже кооперативний рух, що концентрувався довкола товариства "Просвіта", згідно із сучасними стандартами є нічим іншим, як соціально відповідальним підприємництвом [7].

Важливим поштовхом до розвитку КСВ стало визнання ролі соціальної відповідальності у сталому розвитку суспільства на Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро в 1992 р., на якій стратегія сталого розвитку була проголошена стратегією виживання цивілізації у ХХІ ст., а КСВ — засобом її реалізації. Наступні міжнародні саміти, що відбуваються кожні п'ять років, не лише актуалізували потребу в розробці практичних рекомендацій щодо реалізації даної стратегії, а й виявили необхідність у на-

ковому аналізі та теоретичному обґрунтуванні проблеми [10].

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) є однією із складових оцінки міжнародної конкурентоспроможності за версією Міжнародного інституту розвитку управління. А за результатами глобального дослідження, проведеного компанією IBM у 2008 р., саме соціальна відповідальність є однією із п'яти базових характеристик успішного підприємства майбутнього [4].

Поширенню стандартів СВБ у світовій практиці сприяла, також, глобальна ініціатива — Глобальний договір (UN Global Compact, 2000), скерований на реалізацію практичних шляхів розв'язання сучасних проблем глобалізації [1], що об'єднав на добровільних началах установи ООН з компаніями, трудовими неурядовими організаціями та іншими структурами громадянського суспільства, зацікавленими в стимулюванні дій і партнерства на підтримку принципів у сфері прав людини, трудових відносин та охорони довкілля [9].

Глобальний договір (далі — ГД) є базовим міжнародним проектом підтримки стратегії сталого розвитку і соціальної відповідальності бізнесу та одним із найбільш важливих міжнародних документів, в якому сформовано концептуальне розуміння ролі інституту соціальної відповідальності в розвитку суспільства. Згідно з умовами ГД члени його мережі (організації та уряди) беруть на себе добровільне зобов'язання дотримуватися у своїй діяльності універсальних принципів у таких основних сферах: права людини; трудові відносини; охорона навколишнього середовища; боротьба з корупцією [10].

Головними причинами, що призвели до необхідності формування принципів соціальної відповідальності бізнесу, слід виділити посилення тиску з боку держави на бізнес у контексті захисту прав робітників, охорони навколишнього середовища тощо, посилення тиску профспілок, насамперед у сфері охорони праці та в соціальній політиці, а також зростання безпосереднього взаємозв'язку між громадською думкою та рівнем продажів продукції компанії [7].

На сьогодні у контексті національних і міжнародних подій, соціальна відповідальність бізнесу стає все більш важливим елементом у національних і транснаціональних політичних програмах європейського і світового співтовариства. СВБ є наскрізною темою, яка проходить через кілька областей політичного життя суспільства, відіграє фундаментальну роль у забезпеченні сталого економічного зростання при одночасному пом'якшенні негативних соціальних та екологічних наслідків економічної діяльності суб'єктів господарювання як в Європейському Союзі, так і в усьому світі.

Заявляючи про свою соціальну відповідальність і добровільно беручи на себе зобов'язання, що виходять за рамки загальних вимог законів компанії прагнуть підвищувати стандарти соціального розвитку, захисту навколишнього середовища й фундаментальних прав людини. Вони обирають шлях відкритого врядування, узгоджуючи інтереси різних зацікавлених сторін через загальний підхід, що базується на принципах якості й сталого розвитку. Такі дії ведуть до розвитку нового партнерства та нових сфер взаємин: всередині компанії — стосовно соціального діалогу, набуття нових умінь і на-

вичок, реалізації принципу рівних можливостей, передчуття змін і управління змінами; на місцевому і національному рівні — стосовно зміцнення економічної й соціальної згуртованості та поліпшення охорони здоров'я, а в цілому, на глобальному рівні — стосовно захисту навколишнього середовища та фундаментальних прав людини [2].

Разом з тим корпоративна соціальна відповідальність бізнесу є важливою складовою процесу розвитку громадянського суспільства, а також необхідною умовою існування ефективної системи публічної політики, оскільки, витрачаючи кошти на різноманітні соціальні програми, компанії створюють у довгостроковій перспективі сприятливе соціальне середовище, максимально комфортне для ведення бізнесу [7].

Зважаючи на актуальність та надзвичайну важливість питання сталого розвитку та соціально відповідальних відносин у трикутнику "влада — суспільство — бізнес", принаймні частково, через акцент на ведення відповідального бізнесу, стоїть на порядку денному політики ЄС. Це можна прослідкувати вивчаючи діяльність Європейської Комісії, яка з початку 2000 року є активним гравцем у просуванні КСВ у всіх державах-членах ЄС.

Саме завдяки цілеспрямованій та проактивній участі Комісії в інституціоналізації та просуванні соціальної відповідальності бізнесу спочатку у 2002, а потім і в 2006 роках було закладено основу для спільного розуміння КСВ в Європі. З 2006 року Комісія взяла на себе зобов'язання по просуванню численних ініціатив, спрямованих на підтримку КСВ, кожна з яких спрямована на одну з восьми пріоритетних областей: підвищення обізнаності та обмін кращими практиками з КСВ, підтримка багатосторонніх ініціатив, співпраці з державами-членами, прозорості інформації, наукових досліджень, освіти, МСП, а також міжнародний аспект розвитку КСВ [13].

У 2009—2010 роках за сприяння Європейської Комісії здійснено дослідження "правової бази в області захисту прав людини і навколишнього середовища, які застосовуються до європейських підприємств, що працюють за межами Європейського Союзу", запущено ініціативи на підтримку нових держав-членів, що вступили до ЄС у 2004 та 2007 роках, та країн кандидатів на вступ, здійснено проект "Прискорення практик КСВ у нових державах-членах ЄС та країнах-кандидатах в якості засобу гармонізації, конкурентоспроможності та соціальної згуртованості в ЄС". Проект мав на меті проведення аналізу ситуації, просування багатосторонніх ініціатив з підвищення обізнаності та обміну найкращими практиками з КСВ, а також виявлення національного та місцевого потенціалу у галузі КСВ в окремих країнах (Болгарії, Хорватії, Угорщині, Литві, Македонії, Польщі, Словаччині і Туреччині).

Навесні 2011 опубліковано компендіум з питань реалізації публічної політики у галузі КСВ в усіх країнах членах ЄС, а у жовтні 2011 року Комісією опублікована оновлена Стратегія ЄС 2011—2014 роках з КСВ, в якій корпоративну соціальну відповідальність визначено як "відповідальність підприємств за їх впливу на суспільство" [13].

Розробляючи нову стратегію з КСВ, Комісія ставила за мету об'єднати інтереси бізнесу і суспільства. Адже корпоративна соціальна відповідальність може принести вигоди підприємствам у вигляді спрощення управління ризиками, економії коштів, доступу до капіталу, покращення відносин з клієнтами, управління людськими ресурсами, а також капіталізації інновацій. Окрім того, оскільки КСВ вимагає взаємодії з внутрішніми і зовнішніми зацікавленими сторонами, то це дозволяє бізнесу здійснювати більш точні прогнози та швидко пристосуватися до зміни суспільних очікувань і умов експлуатації. Це, в свою чергу, може стимулювати розвиток нових ринків і створити можливості для зростання. Будуючи бізнес на основі соціальної відповідальності, власник на довгий час отримує кваліфікованого працівника, "свого" споживача і довіру громадян як основу для стійких бізнес-моделей. Більш високий рівень довіри, в свою чергу, допоможе створити середовище, яке сприятиме підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі, зміцненню її ділової репутації, вирішенню завдань сталої розвитку організації.

З іншого боку за допомогою КСВ, підприємства можуть внести істотний внесок в реалізацію цілей сталої розвитку. Особливо це важливо в кризові та посткризові часи у вигляді допомоги по пом'якшенню соціальних наслідків. КСВ пропонує набір цінностей, на основі яких можливе створення більш згуртованого суспільства та перехід до сталої економічної системи. КСВ підкріплює мету стратегії "Європа-2020" спрямовану на інтелектуальне зростання, що спирається на інвестиції в освіту, дослідження та інновації; стале зростання як розвиток економіки на засадах сталості, ефективного та ощадливого використання природних ресурсів; інклюзивне зростання, що має на меті зниження рівня бідності, забезпечення максимальних показників зайнятості; ґрунтується на засадах соціального залучення [15].

У стратегії "Європа-2020", як і в більшості програмних документів Європейського Союзу, КСВ розглядається як аналог поняття "соціальна відповідальність бізнесу", яка визначається як добровільні зобов'язання підприємницьких структур, що виходять за межі чинних законодавчих норм, нести відповідальність за результати своєї діяльності не лише в економічній, але й у соціальній та екологічній сферах. Ця відповідальність поширюється на значне коло зацікавлених осіб — власників, працівників компанії, місцеве населення і суспільство загалом [10].

Базовими принципами СВБ, на яких має будуватися стратегія компанії, є: відповідальність за результати діяльності, добровільність, врахування потреб та очікувань заінтересованих осіб, інтегрованість у довгострокову стратегію розвитку організації, відповідність правовим та етичним нормам, прийнятим у суспільстві, прозорість діяльності, підзвітність, узгодженість із цілями сталої розвитку суспільства [16].

Реалізуючи стратегію соціальної відповідальності бізнесу, компанії повинні будувати її на зазначених вище принципах та з урахуванням стратегічних цілей СВБ: побудова добросусідських і взаємовигідних відносин з усіма заінтересованими сторонами; врахування суспіль-

них очікувань та загальноприйнятих етичних норм у діловій практиці; виробництво доброякісної продукції та послуг для споживачів; інвестиції в розвиток виробництва та людського потенціалу; неухильне виконання вимог законодавства; концепція бізнесу, орієнтованого на підвищення національної конкурентоспроможності; формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти суспільного розвитку [15].

Отже, у цілому можна стверджувати, що соціальна відповідальність бізнесу — це своєрідний суспільний договір між бізнесом, владою та суспільством, головна мета якого полягає у сприянні блага всього суспільства. При цьому традиційна практика добродійності та філантропії компаній поступово відходить у минуле. Провідні корпорації виходять за рамки "класичної" філантропії — фінансової або товарної допомоги від компанії благодійним, соціальним, культурним організаціям [7].

Разом з тим, КСВ є не лише внутрішньо-організаційною стратегією розвитку, а може розглядатися як активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством та виявляється в участі компанії у вирішенні найгостріших соціальних проблем громади та суспільства. У такому контексті КСВ виступає важливим чинником зростання соціальної згуртованості. Відповідно, від впровадження соціально-відповідальних ініціатив окремих організацій значні переваги отримують усі члени суспільства [10].

Однак для створення дійсно стійкого та ефективного інституту соціально відповідального бізнесу необхідно враховувати, що процес розвитку повинен бути тристороннім.

У першу чергу саме організації (компанії), що здійснюють свою діяльність на території нашої держави, повинні бути зацікавленими на дотримання етичних норм у сфері соціальної взаємодії та прийняття на себе відповідальності за вплив на навколишнє середовище, партнерів, споживачів, працівників, громади тощо. Актуальним є покращення репутації компанії як всередині держави, так і на зовнішніх ринках, що дає можливість, використовуючи прозорі партнерські відносини з органами влади, зменшити представницькі та рекламні витрати, а також утримувати кваліфіковані кадри у своїй структурі. Як показує наше дослідження, сучасним європейським трендом є соціально відповідальне інвестування (англ. socially-responsible investing, SRI) або етичне інвестування (англ. ethical investing), коли інвестори обирають місцем вкладення ресурсів компанії не тільки з економічних мотивів, а з урахуванням у що саме будуть інвестовані їх кошти, які наслідки це матиме для природного середовища, суспільства загалом та локальної громади.

По-друге, у формуванні соціально відповідального бізнесу повинна бути зацікавлена держава. Це дасть змогу, з одного боку, зменшити рівень соціальної напруги в суспільстві (як в окремих регіонах, орієнтованих на ті чи інші сфери промисловості, так і в країні в цілому). З другого — активний розвиток соціально відповідального бізнесу в перспективі може привести до зменшення деяких соціальних видатків державного бюджету, які буде фінансувати великий бізнес [7].

Нарешті, до формування соціально відповідально-го бізнесу повинно бути готове саме суспільство, яке повинно на рівні з державою захищати інтереси працівників, відстоювати і пропагувати перед органами державної влади інтереси роботодавців у реалізації проєктів, що мають соціально відповідальне направлення. Суспільство, на чолі з громадськими організаціями, різними аналітичними та освітніми центрами має бути готовим долучатися до вирішення численних питань на шляху до становлення інституту ефективного та соціально відповідального бізнесу, здійснювати функції інформаційно-аналітичного супроводження, вироблення стратегії розвитку та лобювання інтересів відповідального бізнесу України.

У цілому український великий бізнес дозрів для впровадження передових моделей соціальної відповідальності і готовий до реалізації масштабних і довгострокових соціальних проєктів. Підтвердженням цьому є конкурс кейсів з КСВ проведений Центром "Розвиток КСВ". За його результатами опублікована збірка "Практики КСВ в Україні 2017" [6] в яку включено 28 кейсів з корпоративної соціальної відповідальності компаній в Україні. В публікації вперше представлені практики компаній України в рамках 10-ти Цілей сталого розвитку, що стосуються охорони здоров'я (Ціль 3), якісної освіти (Ціль 4), гендерної рівності (Ціль 5), гідної роботи (Ціль 8), зменшення нерівності (Ціль 10), сталості міст (Ціль 11), сталого споживання (Ціль 12), зміни клімату (Ціль 13), захисту екосистем суші (Ціль 15) та розвитку миру (Ціль 16). Всі практики є реальними і були впроваджені компаніями, що працюють в Україні [6].

### ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Протягом останніх чотирьох років війна, соціальне зuboжіння, невдалі і псевдо-вдалі реформи, популістична боротьба політичних еліт за вище місце у передвиборних рейтингах створили в Україні середовище малосприятливе для життя та ведення бізнесу. У наслідок кількох економічних та соціальних криз, в умовах військового протистояння понад вісімдесят відсотків населення країни знаходиться на межі та поза межею бідності, а політична еліта, що прийшла до влади після революції Гідності виявилася не готовою до безлічі викликів продикуваних сучасним станом речей як всередині держави, так і в світі в цілому.

У цих умовах виникає гостра необхідність у нових підходах до формування механізмів ефективно публічної політики як у сфері державного управління, так і в економіці. Перш за все, мова йде про зміну системи соціального управління, виробництва і споживання. Доцільно говорити про державу як про арбітра, здатного цілеспрямовано організувати суспільство на отримання прогнозованого соціально значущого результату [11].

У свою чергу, бізнес може і повинен стати соціально відповідальним суб'єктом реформування суспільних відносин, інакше він стане провокатором соціальних конфліктів і економічних потрясінь. Проте його діяльність повинна знаходитися в рамках суспільного договору і контролюватися інститутами громадянського суспільства і частково — держави [11]. У кінцевому рахунку, беручи на себе соціальну відповідальність,

бізнес добровільно пропонує державі і суспільству своє посилене сприяння у вирішенні різних проблем.

У цілому, потрібно враховувати, що сьогодення — це час формування нового світового порядку, коли формуються нові геополітичні і національні інтереси світових і регіональних акторів-держав. Ефективна держава, яка думає про своє майбутнє, стає менеджером щодо пошуку моделей соціальної ефективності, спроможних об'єднати громадян навколо національної ідеї та ідентичності та високого рівня життя. Для процвітання — необхідно запропонувати свою власну конкурентну модель управління нового сторіччя.

На нашу думку, такою моделлю для сучасної України є модель гідності, коли Гідність — це адекватна і ефективна система управління, зорієнтована на вирішення суспільно значущих проблем усіма ключовими державними і не державними акторами, які зорієнтовані на громадянина- платника податків, гаранта стабільності і прогресу, носія влади і її оборонця [12].

Об'єднані зусилля трикутника "влада — суспільство — соціально відповідальний бізнес" діяти у заданому векторі здатні вивести державу на новий рівень розвитку, зробити її конкурентоздатною та бажаною в Європейській та світовій спільноті.

#### Література:

1. Глобальний договір ООН [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua>
2. Зелена книга "Створення умов для поширення соціальної відповідальності бізнесу в Європі" / Європейська комісія, Брюссель, 18.7.2001, COM (2001) 366. — К., 2010. — 34 с.
3. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія. — 2013. — № 4. — С. 5—26. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2013\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2)
4. Корнильєв К.Г. Предприятие будущего: результаты глобального исследования компании IBM / Г.К. Корнильєв // Российский журнал менеджмента. — 2009. — Т. 7, № 1. — С. 149—178.
5. Петухов К.А. Политика корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний: автореф. дисс. канд. экон. наук: 23.00.02 / К.А. Петухов. — Пермь, 2012. — 25 с.
6. Практики КСВ в Україні 2017 / Під ред. Саприкіної. — М.; Центр "Розвиток КСВ". — К.: 2018. — 88 с.
7. Публічна політика: навч. посіб. / Авт. кол.: С.О. Телешун, С.В. Ситник, І.В. Рейтерович та ін.; за заг. ред. С.О. Телешуна, д-ра політ. наук, проф. — Київ: НАДУ, 2016. — 340 с.
8. Пухкал О.Г. Взаємовідносини влади та бізнесу в контексті формування основ громадянського суспільства в Україні / О.Г. Пухкал // Теорія та практика державного управління. — 2009. — Вип. 4. — С. 192—198. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpd\\_2009\\_4\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpd_2009_4_30)
9. Рейтерович І.В. Особливості формування соціально відповідального бізнесу в Україні / І.В. Рейтерович, О.Г. Пухкал // Інвестиції: практика та досвід. — 2013. — № 10. — С. 131—134. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2013\\_10\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_10_31)

10. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії "Europe-2020") / Н. А. Супрун // Український соціум. — 2013. — № 2. — С. 163-176. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc\\_2013\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_2_14)

11. Телешун С.О. Эффективное управление и социальные последствия нового экономического порядка в начале XXI века [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2012/12/blog-post\\_7.html](http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2012/12/blog-post_7.html)

12. Телешун С.О. "Ми можемо бути незалежними за умови конкурентності і високого рівня життя" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://people.in.ua/2017/02/strana/policy/mi-mozhemo-buti-nezalezhnimi-za-umovi-konkurentnosti-i-visokogo-rivnya-zhittya-sergij-teleshun/>

13. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. Brussels, 25.10.2011 COM(2011) 681 final [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>

14. Corporate Social Responsibility, National Public Policies in the European [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=632&type=2&furtherPubs=yes>

15. Europe-2020, European Commission [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm)

16. ISO 26000 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.iso.org/iso/home.html>

References:

1. The official site of Global Compact Network in Ukraine (2018), "UN Global Compact", available at: <http://www.globalcompact.org.ua> (Accessed 05 Aug 2018).

2. European Commission (2001), Zelena knyha "Stvorennia umov dlia poshyrennia sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu v Yevropi" [Green Paper "Creating conditions for the spread of CSR in Europe"], Kyiv, Ukraine.

3. Kolot, A.M. (2013), "Corporate Social Responsibility: Evolution and Development of Theoretical Views", Ekonomichna teoriia, vol. 4, pp. 5—26.

4. Korniliev, K.G. (2009), "Enterprise of the future: the results of IBM's global research", Rossijskij zhurnal menedzhmenta, vol. 7, no. 1, p. 149—178.

5. Petukhov, K.A. (2012), "The policy of corporate social responsibility of the largest Russian companies", Abstract of Ph.D. dissertation, Global economy, Perm State National Research University, Permian, Russia.

6. Saprykina, M. (2018), Praktyku KSV v Ukraini 2017 [CSR Practices in Ukraine 2017], Tsentr "Rozvytok KSV", Kyiv, Ukraine.

7. Teleshun, S.O. Sytnyk, S.V. and Rejterovych, I.V. (2016), Publichna polityka [Public policy], NADU, Kyiv, Ukraine.

8. Puhkal, O.G. (2009), "Relations between government and business in the context of the formation of the foundations of civil society in Ukraine", Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, vol. 4, pp. 192—198.

9. Reiterovich, I.V. and Puhkal, O.G. (2013), "Features of the formation of socially responsible business in Ukraine", Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 10, pp. 131—134.

10. Suprun, N.A. (2013), "Corporate Social Responsibility of the Social Security Code (in the context of the strategy "Europe-2020")", Ukrain'skyj sotsium, vol. 2, pp. 163—176.

11. Teleshun, S.O. (2012), "Effective management and social consequences of the new economic order in the early 21st century", Vidkryti-ochi, available at: [http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2012/12/blog-post\\_7.html](http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2012/12/blog-post_7.html) (Accessed 05 Aug 2018).

12. Teleshun, S.O. (2017), "We can be independent on condition of competitiveness and a high standard of living", People In, available at: <https://people.in.ua/2017/02/strana/policy/mi-mozhemo-buti-nezalezhnimi-za-umovi-konkurentnosti-i-visokogo-rivnya-zhittya-sergij-teleshun/> (Accessed 05 Aug 2018).

13. European Commission (2011), "Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions", available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF> (Accessed 05 Aug 2018).

14. European Commission (2014), "Corporate Social Responsibility National Public Policies in the European Union", available at: [ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=632&type=2&furtherPubs=yes](http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=632&type=2&furtherPubs=yes) (Accessed 05 Aug 2018).

15. European Commission (2010), "Europe-2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth", available at: [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm) (Accessed 05 Aug 2018).

16. International Organization for Standardization (2018), "ISO 26000" available at: <http://www.iso.org/iso/home.html> (Accessed 05 Aug 2018).

Стаття надійшла до редакції 07.08.2018 р.

[www.dy.nayka.com.ua](http://www.dy.nayka.com.ua)

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ  
удосконалення та розвитку

Виходить 12 разів на рік

Видання включено до переліку  
наукових фахових видань України  
з ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

e-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73