

БЛАГОДІЙНІСТЬ ЯК ПРОЯВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті розглянуто благодійність у контексті соціальної відповідальності. Показано специфіку благодійності в українському суспільстві. Обґрунтовано доцільність залучення потенціалу благодійництва до формування соціальної відповідальності в суспільстві методами соціального інвестування, запропоновано основні напрями таких інвестицій.

В статье рассмотрена благотворительность в контексте социальной ответственности. Показана специфика благотворительности в украинском обществе. Обоснована целесообразность вовлечения потенциала благотворительности в процессы формирования социальной ответственности в обществе методами социального инвестирования, предложены основные направления таких инвестиций.

The article considers the charity in the context of social responsibility. The specificity of charity in Ukrainian society is stated. Expediency of charity potential involvement in processes of formation of social responsibility by using social investment methods is grounded, the basic directions of such investments are proposed.

Ключові слова. Благодійність, соціальна відповідальність, соціальне інвестування, мотивація.

Ключевые слова. Благотворительность, социальная ответственность, социальное инвестирование, мотивация.

Key words. Charity, social responsibility, social investment, motivation.

Вступ. Одним із важливих проявів соціальної відповідальності в суспільстві, який одночасно характеризує і перспективи становлення соціально відповідальної поведінки суб'єктів соціального розвитку, є наявність і розвиненість у ньому благодійності. Розвинена благодійна діяльність свідчить про ціннісно-мотиваційну готовність суспільства до соціально відповідальної поведінки ключових суб'єктів його розвитку та впровадження відповідних організаційно-управлінських, інституційних, нормативно-правових, фінансових та інших механізмів підтримки соціальної відповідальності, як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях.

Одним з ключових напрямів розробки та впровадження ефективних механізмів діяльності в сфері соціальної відповідальності та, зокрема, благодійництва є на цей час концепція соціального інвестування [1; 2; 5; 7]. Розробка та впровадження таких механізмів потребує урахування, з одного боку, стану та динаміки змін у сфері соціальної відповідальності, які існують на цей час в Україні, а з іншого — сучасного світового досвіду створення механізмів, що забезпечують соціально відповідальну поведінку ключових суб'єктів розвитку суспільства.

В Україні наразі існує низка проблем, що перешкоджають втіленню принципів соціальної відповідальності у реальну практику соціально-економічної діяльності суспільства. Дослідження цих проблем і пошук шляхів їх вирішення містяться в роботах О. Грішної, А. Колода, Е. Лібанової, О. Новікової та багатьох інших учених. До переліку найгостріших проблем відносяться відсутність реальної підтримки з боку держави та бізнесу, недостатня розробленість питань нормативно-правового забезпечення соціально відповідальної діяльності, невирішеними також залишається велика кількість питань її науково-методичного забезпечення.

Зокрема, недостатньо дослідженою в контексті соціальної відповідальності залишається сфера благодійної діяльності, яка за своєю суттю може розглядатись як специфічний і вельми яскравий прояв соціально відповідальної поведінки. В цьому контексті перспективним може стати дослідження умов і можливостей поєднання наявного у суспільстві потенціалу благодійної діяльності із новітніми методами та технологіями забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, зокрема — з механізмами соціального інвестування.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає у визначенні особливостей існуючого в українському суспільстві потенціалу добродійної діяльності та обґрунтуванні напрямів його залучення до розвитку соціальної відповідальності на основі механізмів соціального інвестування.

Результати дослідження. Рівень участі у благодійній діяльності, як організацій, так і простих громадян, є важливим показником, що характеризує ступінь готовності суспільства та основних суб'єктів його розвитку до соціально відповідальної поведінки¹. Причому має значення як безпосередня участь у благодійній діяльності, так і опосередкована — через підтримку та участь у діяльності благодійних організацій і фондів.

У цьому зв'язку показовими є результати дослідження «Всесвітній індекс благодійності», який проводиться щорічно крупною британською благодійною організацією Charities Aid Foundation (CAF) на базі даних всесвітнього опитування компанії Gallup (Gallup's WorldView poll)².

У табл. 1 вибірково наведено окремі порівняльні дані по різних країнах за результатами дослідження 2013 року, у тому числі по Україні, за такими параметрами, як участь у добровільній благодійній діяльності (волонтерство), фінансові пожертвування, а також з такого важливого показника, як «готовність допомогти незнайомцю».

Таблиця 1

УЧАСТЬ У СОЦІАЛЬНО-БЛАГОДІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В РІЗНИХ КРАЇНАХ

Місце в рейтингу	Країна	Жертвують гроші, %	Беруть участь у волонтерській діяльності, %	Готові допомогти незнайомцю, %
1	США	62	45	77
22	Германія	47	27	56
77	Франція	24	25	35
84	Польща	32	12	37
102	Україна	8	29	36
123	Росія	6	17	33
135	Греція	6	4	30

Як видно з даних таблиці, на даний момент ситуація з благодійністю на Україні є в цілому неблагополучною. За значенням сукупного індексу зазначених трьох параметрів Україна у 2013 році зайняла 102 місце в рейтингу (хоча за даними такого ж дослідження 2012 року вона займала 111 місце) [8], і значно поступається розвиненим країнам. Характерною особливістю благодійності в Україні є дуже низьке число людей, які жертвують гроші на благодійні цілі. Основні причини — це низький рівень життя, бідність основної маси населення та недовіра людей до благодійних інститутів (фондів, громадських організацій), а також непоінформованість про їх діяльність, загальна нерозвиненість і непрозорість діяльності цих інститутів. Тобто, грошові пожертви та інституційна благодійність знаходяться на низькому рівні.

У той же час показники участі в добровільчій діяльності і готовності допомогти незнайомцеві, хоча і поступаються цим показникам по розвинутих країнам, проте відрізняються не настільки радикально, і знаходяться приблизно на тому ж рівні, як і у таких європейських країн, як Франція та Польща. Українські дослідники також відмічають схильність більшості українців довіряти власним можливостям здійснювати благодійну діяльність, надаючи безпосередню допомогу тим, хто її потребує [3, с. 36].

Таким чином, можна зробити висновок, що на індивідуальному рівні в суспільстві існує певний потенціал залучення до добродійної та соціально відповідальної діяльності, специфічною рисою якого більша готовність до безпосередньої участі, ніж до грошових жертв.

Виходячи із зазначеного, при формуванні стратегії розвитку соціальної відповідальності акцент доцільно робити на створенні відповідних організаційно-управлінських та інституційних умов, з тим, щоб залучити та ефективно використати наявний потенціал благодійності, який уже існує на рівні індивідуальної свідомості. При розробці такої стратегії

¹ Хоча в ряді досліджень благодійність і соціально відповідальна поведінка розглядаються як окремі явища [7, с. 80—81], аналіз їхньої ціннісно-мотиваційної складової свідчить про їхню значну спорідненість і взаємну кореляцію. Про це також свідчить той факт, що суспільства, яким притаманні розвинені практики благодійної діяльності, одночасно характеризує і висока ступінь розвиненості корпоративної соціальної відповідальності.

² Детальніше про це опитування див. [9].

та механізму і заходів щодо її практичної реалізації, обов'язково повинні враховуватися стан і динаміка факторів, які впливають на розвиток благодійності.

До таких факторів можуть бути віднесені:

- ступінь розвиненості інститутів, що займаються благодійною діяльністю (релігійних організацій, громадських організацій, благодійних фондів), основні напрямки реалізованої ними благодійної діяльності, чисельність і кваліфікація їх співробітників, досвід і тривалість роботи;
- особливості нормативно-правового забезпечення благодійної діяльності, коло питань, який ним регулюється;
- ступінь релігійності суспільства, того, яке значення в повсякденному житті людей має релігія;
- ступінь організаційно-управлінської, фінансової, інформаційної та іншої підтримки благодійної діяльності з боку бізнесу та органів влади;
- кількість і ресурсна (фінансова, кадрова, матеріально-технічна) забезпеченість діяльності благодійних організацій (обсяги та джерела фінансування, наявність необхідних кадрів та ін.);
- прозорість і зрозумілість використання фінансових коштів, що виділяються на благодійність, основні напрями використання коштів;
- наявність вільного доступу до інформації про джерела і напрями витрачання фінансових коштів, що виділяються на благодійність;
- наявність науково-методичного забезпечення впровадження механізмів і процедур розвитку благодійної діяльності, соціологічного моніторингу процесів, що відбуваються в цій сфері;
- історичний досвід благодійної діяльності, наявні в цій сфері традиції;
- структура мотивів участі у благодійній діяльності — як особистих (індивідуальних — мотивація окремих людей), так і корпоративних (мотиви організацій), їх співвідношення і динаміка.

Стратегія залучення потенціалу благодійності до формування соціальної відповідальності в суспільстві має враховувати всі ці чинники та містити відповідні напрями, форми та методи діяльності.

У вже зазначеному контексті окремий інтерес представляють мотиви благодійності та соціально відповідальної поведінки, бо саме стан ціннісно-мотиваційної сфери людини та суспільства у вирішальній мірі визначає перспективи впровадження тих чи інших інституційних механізмів розвитку. При аналізі мотивів благодійної діяльності необхідно розрізняти індивідуальні мотиви та мотиви організацій і корпорацій, бо вони різняться та потребують різних підходів щодо впровадження відповідних стимулів.

До числа основних мотивів благодійності приватних осіб дослідники зазвичай відносять³ моральні мотиви (милосердя, альтруїзм, громадянська позиція), власний досвід і співчуття, релігійні мотиви, симпатія чи жалість, прагнення спокутувати свою провину перед суспільством або конкретними людьми за свою діяльність, мода, особисте задоволення від благодійного вчинку та ін.

До мотивів благодійності, які притаманні організаціям (у першу чергу — бізнес-структурам) зазвичай відносять вирішення місцевих проблем задля зняття соціальної напруженості на територіях діяльності організації, поліпшення відносин з місцевою владою та спільнотою, поліпшення іміджу компанії, прояв альтруїзму, співчуття до ближніх, просування продукту — товару або послуги, забезпечення доступу до ринку або певних цільових груп, демонстрація соціальної відповідальності компанії, міркування престижу, виховання лояльності до компанії, організація корисного дозвілля для співробітників фірми, клієнтів і партнерів, лобювання інтересів компанії [6; 4, с. 184—186].

Співставлення цих двох груп мотивів свідчить про суттєві відмінності мотивації індивідів та організацій до добродійної діяльності. Серед мотивів організацій велику питому вагу мають прагматичні мотиви, пов'язані із формуванням сприятливого середовища задля успішної діяльності організації, створенням конкурентних переваг і формуванням власного іміджу.

³ Див. про це, зокрема [6]

Крім того, на відміну від індивідів, організації значно більшу увагу приділяють ефективності використання ресурсів, які вони витрачають на благодійність. У цьому зв'язку в сфері підходів до організації благодійної діяльності сформувалась стійка тенденція переходу від розуміння благодійності як «роздачі грошей» тим, хто їх потребує до проектно-цільового підходу, у якому акцент робиться на пошуку системного вирішення проблем і забезпеченні ефективності досягнення поставлених цілей і витрачання виділених для цього ресурсів (не тільки фінансових, а й кадрових, організаційних, інформаційних, інтелектуальних). Кризові явища у світовій економіці посилюють цю тенденцію, і тепер мова йде не про те, щоб витратити на благодійність більше грошей, а про те, щоб максимально ефективно їх використати.

Компанії прагнуть не просто витратити кошти на благодійність, а саме інвестувати в програми та проекти, що створюють «нову соціальну вартість». Мета полягає у тому, щоб, по аналогії з бізнесом, досягти максимальної соціальної віддачі на вкладені кошти. Саме такий підхід є основою соціального інвестування, яке останнім часом стало основним трендом у розробці та реалізації бізнес-структурами благодійних програм. Благодійне соціальне інвестування дозволяє бізнесу органічно поєднати прагматичні та непрагматичні мотиви благодійної діяльності та є найперспективнішою практичною формою реалізації соціальної відповідальності.

Основними напрямками такого благодійного соціального інвестування є:

- створення інфраструктури благодійної діяльності, розвиток її організаційно-методичної та кадрової підтримки через забезпечення діяльності відповідних ресурсних центрів;
- пошук найбільш плідних і перспективних ідей, спрямованих на вирішення духовно-моральних і соціальних проблем і створення необхідних умов для їх реалізації;
- залучення до благодійної діяльності все більшого числа суб'єктів, у першу чергу — органів влади, громадських організацій і добровольчих рухів, підтримка їх соціально корисної діяльності;
- розвиток інтернет-простору благодійної діяльності — форумів, банків ідей і методичних розробок;
- підтримка самоорганізованої суспільно-корисної та благодійної діяльності та ініціатив на національному, регіональному та місцеву рівнях.

Основними та найпопулярнішими сферами благодійного соціального інвестування є:

- соціальна сфера — через створення та підтримку відповідної інфраструктури задля допомоги соціально незахищеним категоріям громадян: дітям, матерям, літнім людям, інвалідам, ветеранам, малозабезпеченим і об'єднують їх організаціям;
- культура і мистецтво — разова або постійна підтримка закладів культури, бібліотек, а також діячів мистецтва, літератури, кіно;
- освіта — надання стипендій і грантів для викладачів і студентів, оплата стажувань за кордоном, допомога в створенні матеріально-технічної бази освітнього процесу;
- наука — допомога фундаментальній і прикладній науці в розробці інноваційних технологій (у тому числі соціальних технологій), організаційна та фінансова підтримка досліджень, які не мають безпосередньої комерційної віддачі, але створюють значну «соціальну вартість» — через пошук і реалізацію шляхів вирішення соціальних проблем суспільства;
- охорона здоров'я — допомога медичним установам (фінансування покупки обладнання, медикаментів, оплата навчання та перепідготовки співробітників);
- охорона природи і навколишнього середовища — фінансування екологічних програм, захист навколишнього середовища, вирішення екологічних проблем місцевих спільнот;
- підтримка засобів масової інформації — виділення грантів, створення матеріально-технічної бази.

Реалізація благодійних соціальних інвестицій у цих сферах дозволяє значно збільшити ресурсну базу благодійної діяльності (у першу чергу — через створення відповідної інфраструктури та залучення з її допомогою людських ресурсів) і значно підвищити ефективність її використання та загальну результативність благодійної та соціальної діяльності.

Висновки. Обсяги благодійних пожертвувань в Україні суттєво поступаються відповідним показникам розвинених країн, причому як в абсолютному, так і у відносному вимірі. Крім того, частка індивідуальних пожертв у загальній структурі витрат на благодійність украй мала, що говорить про неготовність людей жертвувати гроші на

благодійність (у першу чергу — через низький рівень життя переважної більшості населення). У той же час, незважаючи на неготовність людей жертвувати гроші, ті ж самі дослідження показали досить високий рівень готовності людей брати безпосередню участь у діяльності з надання благодійної допомоги (цей рівень фактично відповідає рівню, який характерний для розвинених країн).

Таким чином, існує певний потенціал розвитку благодійності, який за певних умов може бути залучений до процесів розвитку соціальної відповідальності в суспільстві. На даному етапі доцільно зосередитися на організації та підтримці саме добровольчої благодійної діяльності, тобто залучення в першу чергу людських ресурсів (у першу чергу шляхом створення за допомогою соціального інвестування відповідної інфраструктури розвитку доброчинної та волонтерської діяльності).

Також слід відзначити загальносвітову тенденцію поступового переходу від простої допомоги (у першу чергу фінансової) тим, хто її потребує — до соціального інвестування, спрямованого на максимізацію соціально корисного результату і системне вирішення проблем через роботу з причинами, а не наслідками.

Залучення потенціалу благодійництва до формування соціальної відповідальності доцільно проводити за допомогою механізмів благодійного соціального інвестування, у першу чергу шляхом вирішення інфраструктурних завдань, посилення дослідницької та аналітичної складових діяльності, залучення та консолідації у рамках цих інвестиційних проектів усіх ресурсів, необхідних для вирішення соціальних проблем (фінансових, кадрових, організаційних, науково-мето-дичних, інформаційних).

Література

1. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності / Д.О. Баюра // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 24. — К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. — С. 212—218.

2. Гришнова О.А. Розробка інвестиційних проектів у форматі соціальної відповідальності бізнесу / Гришнова О.А., Надточій К.М. // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. Збір. наук. праць. №2(4), 2012. — К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана. — С. 15—23.

3. Зелена книга української благодійності — 2013 / Асоціація благодійників України, ІАЦ «Громадський простір». — К., 2014. — 42 с. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ru.scribd.com/doc/230445318/>

4. Левченко Г.М. Соціальна відповідальність у контексті тенденцій етичного інвестування [Текст] / Г.М. Левченко, О.М. Вовк // Механізм регулювання економіки. — 2011. — № 2. — С. 183—190.

5. Римар І.А. Соціальні інвестиції як форма соціальної відповідальності підприємства [Текст] / І.А. Римар // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 9. — С. 165—168.

6. Стрельникова О.О. Мотиваційні аспекти доброчинної діяльності у сучасному суспільстві / О. Стрельникова // «Соціологія у (пост)сучасності», міжнар. наук. конф. студентів та аспірантів 14—16 квітня 2011 р. Збірник тез доповідей. — Харків : Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2011. — С. 184—185.

7. Черних О.В. Сутність та значення політики соціальних інвестицій в діяльності підприємств / О.В. Черних // Економічний вісник НГУ. — 2008. — № 1—2. — С. 80—86.

8. World Giving Index 2012. A global view of giving trends. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cafonline.org/PDF/WorldGivingIndex2012WEB.pdf>

9. World Giving Index 2013. A global view of giving trends. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.cafonline.org/PDF/WorldGivingIndex2013_1374AWEB.pdf

Стаття надійшла до редакції 12.07.2014 р.