

Національна академія наук України  
Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень  
імені В.К. Макутова Національної академії наук України»  
Уповноважений Верховної Ради України з прав людини  
Донецький науковий центр НАН України та МОН України  
Програма розвитку ООН в Україні  
Офіс аналітики та консультацій з питань сталого розвитку  
Український координаційний центр з підвищення правової освіти населення

# **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ – СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Київ - 2022





Уповноважений  
Верховної Ради України  
з прав людини



MINISTRY OF  
FOREIGN AFFAIRS  
OF DENMARK  
*Danida*



# СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ – СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Збірник матеріалів  
за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових  
робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених  
з нагоди 30-ї річниці Незалежності України*

Київ - 2022

**Загальна редакція:**

Устименко В.А., директор Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України», член-кореспондент НАН України, член-кореспондент НАПрН України, доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України

**Рецензенти:**

доктор юридичних наук, доцент Кірін Р.С.  
кандидат економічних наук Градобоева Є.С.

Рекомендовано до друку Вченою радою Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України»  
(протокол № 5 від 27 квітня 2022 року)

**С 69 Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку / збірник матеріалів за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт / за заг. ред. Устименка В.А.; ред.-упоряд. Санченко А.Є.; упоряд. Сошников А.О., Токунова А.В. Київ, 2022. 395 с.**

**ISBN 978-966-02-9928-3**

Збірник містить матеріали наукових і експертних робіт з питань бізнесу та прав людини, які підготовлені учасниками Всеукраїнського конкурсу здобувачів вищої освіти і молодих вчених з нагоди 30-ї річниці Незалежності України та провідними вітчизняними і зарубіжними експертами. Роботи висвітлюють теоретичні й практичні аспекти проблематики соціально відповідального ведення бізнесу в Україні та світі, що стосуються різних галузей науки і сфер життєдіяльності суспільства, реалізації Україною міжнародних зобов'язань і досягнення Цілей сталого розвитку.

Для науковців, викладачів, аспірантів та студентів різних спеціальностей закладів вищої освіти, працівників органів державної влади і органів місцевого самоврядування, фахівців-практиків і суб'єктів господарювання, широкої зацікавленої громадськості.

The collection contains materials of research and expert works on business and human rights, prepared by the participants of the All-Ukrainian competition of students of higher educational establishments and young researchers and by leading domestic and foreign experts on the occasion of the 30th anniversary of Independence of Ukraine. The works cover theoretical and practical aspects of social responsibility of business to respect human rights in Ukraine and globally. They relate to various fields of science and areas of society development, implementation of Ukraine's international obligations and achieving the UN Sustainable Development Goals.

For researchers, teachers, postgraduate students and students of various specialties of higher educational establishments, employees of public authorities and local self-government bodies, practitioners and businesses, the general public interested.

*Підготовлено за сприяння Програми розвитку ООН в Україні.*

*Викладені у цьому виданні погляди належать авторам і за жодних обставин не можуть вважатися такими, що виражають офіційну позицію ООН. Наведені інформація та розробки дозволені для вільного копіювання, перевидання та поширення на всій території України всіма способами, якщо вони здійснюються безплатно для кінцевого споживача та якщо при таких копіюванні, перевиданні та поширенні зроблено обов'язкове посилання на автора і суб'єкта майнового права на ці інформацію та розробки.*

УДК 005+341.231.14](06)

ISBN 978-966-02-9928-3

© Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України», 2022  
© Уповноважений Верховної Ради України з прав людини, 2022  
© Програма розвитку ООН в Україні, 2022  
© Офіс аналітики та консультацій з питань сталого розвитку, 2022  
© Український координаційний центр з підвищення правової освіти населення, 2022  
© Автори конкурсних наукових робіт і статей, 2022

<b>ПЕРЕДМОВА</b>	<b>7</b>
<b>Володимир УСТИМЕНКО</b> , Директор Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України»	
<b>ВСТУП</b>	<b>12</b>
<b>Людмила ДЕНІСОВА</b> , Уповноважений Верховної Ради України з прав людини	12
<b>Манал ФΟΥАНІ</b> , В.о. Постійної представниці ПРООН в Україні	14
<b>Ольга СОВГИРЯ</b> , Народний депутат України	16
<b>Юлія ОВЧИННИКОВА</b> , Народний депутат України	18
<b>Олексій ШКУРАТОВ</b> , Заступник Міністра освіти і науки України	20
<b>Олександр ГРИБАН</b> , Заступник Міністра економіки України	22
<b>РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ РОБОТИ ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ</b>	<b>24</b>
<b>1.1. НАУКОВІ РОБОТИ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ</b>	<b>25</b>
<b>Вікторія СТРАТІЙЧУК</b> , Особливості проведення оцінки соціальної відповідальності в стратегічному управлінні підприємством	25
<b>Ніна ЦЕГЕЛЬНИК</b> , Соціальна відповідальність бізнесу за доходи найманих працівників	37
<b>Марина ШУБА</b> , Соціально відповідальне ведення бізнесу в умовах глобальної проблеми старіння населення	47
<b>Ганна ЛІХОНОСОВА</b> , Нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища в умовах соціально-поведінкових обмежень	57
<b>1.2. НАУКОВІ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<b>67</b>
<b>Вікторія НАЗАРЕНКО</b> , Доброчесність у використанні корпоративної соціальної відповідальності як умова досягнення сталого розвитку	67
<b>Лілія ЗЕЛЕНЮК-ДЖУНЬ</b> , Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку	77
<b>Ольга ПШЕНИЧНА</b> , Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки	86
<b>Марія КАЗЕМИРЧИК</b> , Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в топ-10 найбільших приватних компаніях України	95

<b>В'ячеслав ДІДКІВСЬКИЙ</b> , Напрями розвитку соціально відповідального бізнесу у галузі комерційних пасажирських перевезень автомобільним транспортом у розрізі євроінтеграційного вектору розвитку України	104
<b>Анастасія ПОГОРЕЛЕНКО</b> , Соціально відповідальне ведення бізнесу: значення та напрями для забезпечення сталого розвитку України	111
<b>РОЗДІЛ 2. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЧЕНИХ І ПРАКТИКІВ</b>	<b>121</b>
<b>Єлизавета ГРАДОБОЄВА</b> , Екологічна відповідальність бізнесу як складова сталого розвитку	122
<b>Олег ЗАЙЧУК, Юрій ЗАЙЧУК</b> , Корпоративна соціальна відповідальність як інвестиція в сталий розвиток	128
<b>Ігор КОНОПКА</b> , Коротка історія концепції «належної обачності щодо прав людини»	136
<b>Веста МАЛОЛІТНЕВА</b> , Підвищення соціальної та екологічної ефективності біоенергетики в умовах сталого розвитку	147
<b>Алевтина САНЧЕНКО</b> , Виконання обов'язків держави у сфері прав людини як суб'єкта господарської діяльності - гарантія соціальної справедливості та сталого розвитку	154
<b>Ніколай СОНДЕРБАЙ</b> , Розширення повноважень носіїв прав і громад для подолання негативних впливів на права людини	173
<b>Олена СТЕПАНЕНКО</b> , Сприяння імплементації в Україні Керівних принципів ООН з питань бізнесу і прав людини – один із стратегічних напрямів діяльності Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини	180
<b>Анастасія ТОКУНОВА</b> , Повага бізнесом прав людини як інструмент реалізації «планетарного» аспекту Порядку денного у сфері сталого розвитку	187
<b>Олена УВАРОВА</b> , Бізнес і сталість: роль університетів у просуванні бізнес-моделей, орієнтованих на права людини	200
<b>Наталія ШАКУРО</b> , Штучний інтелект: проблеми прав людини і соціальної відповідальності бізнесу (міжнародно-правові аспекти)	208
<b>РОЗДІЛ 3. ОБРАНІ РОБОТИ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ – УЧАСНИКІВ КОНКУРСУ</b>	<b>215</b>
<b>Анастасія ЗЕРКАЛЬ</b> , Формування та розвиток комерційної свідомості персоналу підприємства як основа сталого розвитку	216

<b>Павло ГРИНЬКО</b> , Інноваційний розвиток бізнесу та формування торговельної політики України в умовах цифрової економіки	226
<b>Тетяна ГОРОХОВА</b> , Розвиток соціально відповідального інвестування в Україні та Європі	236
<b>Анна БОРИСЕНКО</b> , Соціально відповідальне ведення агробізнесу – складова сталого розвитку	245
<b>Анастасія ГРИНЬ</b> , Публічна політика щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні: тренд чи вимога часу?	253
<b>Карина ПАЛАЖЧЕНКО</b> , Державно-приватне партнерство як умова забезпечення соціальної відповідальності ведення бізнесу в контексті цілей сталого розвитку	258
<b>Віталій СМОЛІЙ</b> , Ефективність соціального інвестування в системі забезпечення соціальної відповідальності аграрного бізнесу	267
<b>Вікторія ВЛАСЕНКО</b> , Корпоративна соціальна відповідальність – запорука економічного успіху українських підприємств	276
<b>Єлизавета АБІЯКІНА</b> , Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні	281
<b>Діана ГУМЕНЮК</b> , Розвиток циркулярної економіки у контексті соціальної відповідальності бізнесу	288
<b>Оксана ЖИТНИК</b> , Вплив громади на роботу підприємства та відповідальність підприємства перед населенням (на прикладі Решетилівської ОТГ)	296
<b>Олександра ЗАЯЦ</b> , Соціально відповідальний бізнес: перехід від «виживання» до «процвітання» в умовах часа-світу	304
<b>Яна КЛАДЧЕНКО</b> , Зростання значення соціально відповідального ведення готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах	314
<b>Віра МАГДАЛІНЧУК</b> , Феномен появи і розвитку соціального підприємництва: світова практика та уроки для України	324
<b>Марія ПЕГЕТА</b> , Соціальне підприємництво як інструмент реалізації Цілей сталого розвитку	333
<b>Надія ПОЛЯРУШ</b> , Соціальна відповідальність бізнесу на прикладі ФГ «Агрофірма «Базис»	340
<b>Катерина ТЕРЕЩЕНКО, Ірина МАЗУР</b> , Становлення й пріоритети соціально-відповідального бізнесу на засадах сталого розвитку	347
<b>ДОДАТОК</b>	<b>355</b>
<b>Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини</b>	<b>356</b>





Цей Збірник є підсумковим виданням матеріалів, що завершує серію заходів у рамках Всеукраїнського конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку» з нагоди 30-ї річниці Незалежності України (далі – Конкурс).

Конкурс, що ініційований та оголошений Державною установою «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Мамутова Національної академії наук України» (далі – Інститут) у ході проведення Уповноваженим Верховної Ради України з прав людини Тижня прав людини у сфері бізнесу до 10-ти річчя Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини, став визначною подією. Знаково, що в ньому взяли участь 153 наукові роботи в галузях права, економіки, державного управління та ін. з понад 60-ти закладів вищої освіти, що представляють усі області України. Десять кращих наукових робіт принесли перемогу їх авторам: молодим вченим – Стратійчук В. (Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету), Цегельник Н. (Поліський національний університет), Шубі М. (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна) та Ліхоносовій Г. (Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний університет»), а також здобувачам вищої освіти – Назаренко В. (Національний університет «Львівська політехніка»), Зеленюк-Джунь Л. (Національний транспортний університет), Пшеничний О. (Київський національний лінгвістичний університет), Каземирчик М. (Миколаївський національний аграрний університет), Дідківському В. (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) та Погореленко А. (Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна). За рішенням авторитетної Конкурсної комісії, яку я мав честь очолювати, названих переможців нагороджено дипломами I, II та III ступенів і заохочувальними відзнаками, а їхнім науковим керівникам та найбільш активним закладам вищої освіти вручено почесні подяки. Важливо, що наукові роботи дипломантів містять оригінальні результати їхніх наукових пошуків, які варті подальшого поглибленого вивчення та розробки, застосування у різноманітній практиці, дослідженнях і викладацькій роботі. Вони опубліковані у даному Збірнику разом із рядом інших конкурсних робіт, які отримали високий оціночний рейтинг за підсумками їх розгляду.

Необхідно відзначити й іншу відмінно позитивну рису цього Конкурсу – потужний конгломерат установ і організацій, які консолідували зусилля для його проведення та оцінювання наукових робіт у складі Конкурсної комісії. Разом із Інститутом успіх Конкурсу забезпечили Секретаріат Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, народні депутати України, які є науковцями, Міністерство освіти і науки України, Міністерство економіки України, Міністерство культури та інформаційної політики України, Донецький науковий центр НАН України та МОН України, Київська міська державна адміністрація, Державне підприємство «Центр захисту інформаційного простору України», Програма розвитку ООН в Україні (далі – ПРООН), Координатор проєктів ОБСЄ в Україні, Офіс аналітики та консультацій з питань сталого розвитку, Український координаційний центр з підвищення правової освіти населення, Рада молодих учених при Міністерстві освіти і науки України, Рада молодих вчених НАН України, Міжнародна лабораторія бізнесу і прав людини Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, Ресурсний центр з питань бізнесу і прав людини (Великобританія).

Зазначене свідчить, що проблематика модернізації господарських відносин у процесі досягнення сталого розвитку, чітко обумовленого соціальною справедливістю, яка має забезпечуватися органами влади і бізнес-спільнотою, є актуальною, багатоаспектною та всебічно цікавою. Інститут цілеспрямовано займається науково-теоретичними та науково-прикладними розробками у цій царині; їх результати широко застосовуються парламентом, органами державної виконавчої влади та місцевого самоврядування, судовою владою України, бізнес-структурами та їх асоціаціями тощо. Особливу увагою послуговуються тематичні напрацювання попередніх років, які стосуються, зокрема, формування правової моделі сталого розвитку України, стану і трансформації правової моделі енергетичного простору України, вдосконалення правового забезпечення становлення нової якості життя людини, раціонального співвідношення і взаємозв'язку соціальної справедливості та економічної ефективності, дотримання принципу справедливості як основи захисту соціально-економічних прав внутрішньо переміщених осіб, економіко-правового забезпечення розвитку сфери житлово-комунальних послуг міста, ін. А проведення подібного Конкурсу є однією з багатьох форм роботи Інституту щодо сприяння вдосконаленню економіко-правового регулювання розвитку економічних відносин в Україні на засадах верховенства права, прав

людини та соціальної відповідальності суб'єктів господарювання у контексті сучасних євроінтеграційних і глобалізаційних процесів.

У цьому зв'язку вагомим здобутком вважаємо діяльність у структурі Інституту Центру перспективних досліджень і співробітництва з прав людини у сфері економіки (далі – Центр) на чолі з кандидатом юридичних наук, старшим науковим співробітником Санченко А. Саме Центр виступив з ініціативою проведення Конкурсу і здійснив всю необхідну організаційну та координаційну роботу. В цілому, з часу його створення в 2017 році Центр став потужним професійним осередком експертів, які спеціалізуються на дослідженні комплексної проблематики у сфері бізнесу та прав людини. В 2022 році Центру виповниться 5 років, і цей час відзначений рядом важливих напрацювань. Так, уже в 2018 р. розпочалася системна співпраця з Ресурсним центром з питань бізнесу та прав людини (*Business & Human Rights Resource Center*, Великобританія) у рамках Меморандуму про взаєморозуміння. Перший спільний науково-прикладний проєкт «Зміцнення засад у сфері бізнесу і прав людини: драйвери для України» залучив широке коло науковців, представників органів державної влади, роботодавців, профспілок і громадських організацій та сприяв підвищенню обізнаності про захист прав людини в сфері економіки на міжнародному та національному рівнях, поглибленню знань щодо вироблення необхідної науково-обґрунтованої аргументації для відповідних політико-правових і законодавчих удосконалень. Успіх першої спільної ініціативи став підґрунтям для другого і наступних науково-прикладних проєктів «Просування поваги прав людини в сфері бізнесу в контексті імплементації Цілей сталого розвитку в Україні» (2019-2020 рр.), «Міжсекторальна консолідація та зміцнення спроможності органів державної влади і суспільства забезпечувати права людини в сфері бізнесу» (2020 р.). Постійними партнерами проведення фахових обговорень і нарад, Експертних консультацій високого рівня тощо стали Секретаріат Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, ПРООН в Україні, Мережа Глобального договору ООН в Україні, Міжнародна лабораторія бізнесу і прав людини Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, Український союз промисловців і підприємців, Федерація профспілок України тощо. В результаті діяльності, зі спільної ініціативи Центру та Секретаріату Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини під егідою Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини Денісової Л. у 2020 році засновано Міжсекторальну

платформу з питань бізнесу та прав людини, яка є постійно діючим форматом публічних дискусій, необхідних для прийняття рішень щодо реалізації в Україні Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини.

Така співпраця стала фактором узгоджених дій і в ході спільної розробки пропозицій до оновленої Національної стратегії у сфері прав людини, затвердженої Указом Президента України від 24.03.2021 р. № 119/2021, яка була доповнена § 15 «Забезпечення екологічних прав» та § 16 «Забезпечення дотримання прав людини в процесі ведення господарської діяльності». Крім того, внаслідок науково-обґрунтованих пропозицій експертів Центру положення щодо бізнесу і прав людини внесено і до Стратегії розвитку Донецької області на період до 2027 р. Центр має Інтернет-простір на офіційному веб-сайті Інституту, де, зокрема, розміщений Інформаційно-довідковий ресурс науково-практичних і нормативних матеріалів з питань бізнесу і прав людини, що постійно поповнюється. Там само розміщені два тематичні видання Інституту щодо прав людини в сфері бізнесу, підготовлені та опубліковані за результатами вищезазначених проєктів, а разом з іншими цікавими науковими публікаціями ([http://www.iepd.kiev.ua/?page\\_id=8524](http://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524)).

Робота експертів Центру в 2021 році стосувалася також і специфічного науково-прикладного аналізу поточного стану захисту прав людини у сфері бізнесу в Україні та зарубіжних державах у рамках проєктної ініціативи «Прискорення сталого та справедливого розвитку шляхом імплементації Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини», підтримуваної проєктом ПРООН «Права людини для України» («HR4U», керівник проєкту – Колишко С.). Комплексне і масштабне дослідження, здійснене групою українських експертів під керівництвом Сондербай Н., старшого радника з питань демократії та прав людини ПРООН в Україні, відкриває шлях до цілеспрямованої та системної діяльності всіх вітчизняних стейкхолдерів, науковців, викладачів і студентів включно, з метою належної імплементації Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини й досягнення Цілей сталого розвитку. На це, поряд із Національною стратегією у сфері прав людини, спрямовані й Стратегія людського розвитку, Національна економічна стратегія на період до 2030 року, Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, Основні засади (стратегія) державної екологічної політики України на період до 2030 року та ряд інших державних політико-правових і програмних документів. Міжнародні договори,

зокрема Європейська конвенція з прав людини, Європейська соціальна хартія, конвенції Міжнародної організації праці, Угода про асоціацію між Україною та ЄС й інші відповідні міжнародно-правові акти, є потужним фундаментом і рушієм позитивних перетворень в Україні задля утвердження справжньої соціальної справедливості та поступального, всеохоплюючого і сталого економічного зростання, яких гостро потребує наше суспільство.

Переконані, що започаткована в 2021 році традиція Щорічного Всеукраїнського конкурсу наукових робіт у сфері бізнесу та прав людини є вагомою та суспільно значущою справою і матиме гідне продовження.

Щиро вітаємо всіх конкурсантів, висловлюємо повагу та вдячність всім співорганізаторам, партнерам і членам Конкурсної комісії та бажаємо нових успіхів!

**Володимир УСТИМЕНКО,**

*Директор Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України», член Президії НАН України, член-кореспондент НАН України, член-кореспондент НАПрН України, доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України*

**Людмила ДЕНІСОВА,**

*Уповноважений Верховної Ради України з прав людини*

Шановні пані та панове!

У 2021 році з нагоди 10-ої річниці ухвалення Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини і в рамках Тижня прав людини у сфері бізнесу спільно з Державною установою «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України» було оголошено Всеукраїнський конкурс наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку». Мета Конкурсу – поширення інформації про важливість імплементації Керівних принципів ООН в Україні, підвищення обізнаності громадян, представників органів державної та місцевої влади, бізнесу і громадських організацій у цій галузі.

У листопаді 2021 року в Секретаріаті Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини відбулася Науково-практична конференція за темою Конкурсу, під час якої здійснено підбиття підсумків цього Конкурсу та нагороджено його переможців.

У процесі оцінювання наукових робіт мене приємно вразила інноваційна складова кожної з них і відповідальний підхід авторів до вивчення проблематики.

Дослідження різноманітних питань соціально відповідального ведення бізнесу, проведені молодими науковцями та здобувачами вищої освіти, пошук нових рішень та висловлені ними пропозиції щодо застосування отриманих результатів – вже є досягненням. Впевнена, що подібні заходи сприяють зростанню як практичного, так і наукового інтересу молоді до сфери прав людини.

Конкурс надав можливість молодим науковцям і здобувачами вищої освіти відкрити для себе нові перспективи та горизонти досліджень у площині розвитку соціальної відповідальності підприємців в Україні, що є частиною забезпечення прав людини. Сподіваюсь на те, що результати виконаних конкурсантами досліджень матимуть широке впровадження в майбутньому.

Завдяки Конкурсу та конференції ми разом зробили рішучі

кроки у напрямі формування знань про відповідальну бізнес-поведінку, забезпечення корпоративної поваги до прав людини та інші актуальні питання в контексті бізнесу і прав людини. Такі заходи, що відбуватимуться у подальшому, стануть добрим підґрунтям для заохочення молоді розвивати знання у цій сфері та згодом втілювали їх на практиці.

Висловлюю щиру вдячність нашим партнерам і співорганізаторам Конкурсу за його проведення, за постійну підтримку Секретаріату Уповноваженого та наших ініціатив, за міцну і плідну співпрацю протягом багатьох років.

**Манал ФΟΥАНІ,**  
в.о. Постійної представниці ПРООН в Україні

Шановні пані та панове!

Забезпечувати інтеграцію загальних принципів прав людини на всіх рівнях економічної діяльності не тільки правильно, а й корисно для бізнесу, оскільки вона створює міцне підґрунтя для економічного та сталого розвитку. Якщо не забезпечити існування, дотримання та застосування нормативно-правової бази у сфері прав людини, значна кількість громадян країни будуть залишені осторонь, а будь-які здобутки розвитку, навіть у разі їх наявності, матимуть тимчасовий характер.

На початку 2021 року Програма розвитку ООН в Україні об'єднала свої зусилля з Інститутом економіко-правових досліджень імені В. К. Макутова Національної академії наук України, Уповноваженим Верховної Ради України з прав людини, Офісом аналітики та консультацій з питань сталого розвитку та Українським координаційним центром з підвищення правової освіти населення з метою закликати українську наукову спільноту подати наукові роботи щодо критично важливих взаємозв'язків між бізнесом, правами людини, економічним зростанням та сталим розвитком. У грудні 2021 року ПРООН організувала науково-практичну конференцію *«Соціально відповідальне ведення бізнесу — складова сталого розвитку»* для розгляду поданих матеріалів і обговорення їхніх змістовних ідей.

Ця публікація є Збірником найкращих отриманих наукових досліджень. Всі наукові роботи були підготовлені молодими й талановитими українськими вченими та здобувачами вищої освіти в рамках Всеукраїнського конкурсу, присвяченого 30-й річниці Незалежності України. Конкурс відбувся наприкінці 2021 року, у тому самому році, коли ПРООН започаткувала пілотну ініціативу у сфері бізнесу та прав людини в Україні для інформування процесу підготовки законодавства, політик і заходів у цій сфері. Президент і Уряд України визнають важливість інтеграції прав людини в усіх сферах економічного та сталого розвитку і в березні 2021 року ухвалили оновлену Національну стратегію у сфері прав людини.

Від імені Програми розвитку ООН в Україні вітаємо українські аналітичні центри, науковців, активістів і правозахисників, які брали участь у процесі проведення Конкурсу, і закликаємо



державні установи, підприємства та інвесторів прискорити темпи впровадження Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини.

У ці складні часи, коли війна ставить під загрозу життя та засоби до існування кожного українського чоловіка, кожної жінки, хлопчика та дівчинки, права людини, гендерна рівність і недискримінація повинні бути в центрі всіх планів соціально-економічного реагування та відновлення. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини забезпечують чітку основу для цього процесу та можливість подолати виклики, з якими ми зіткнулися. Впровадження цієї основи разом із інклюзивною адаптацією з використанням зелених технологій забезпечить численні переваги для України, її Уряду, приватного сектора та громадян, у тому числі для молоді, жінок, найбільш постраждалих громад і носіїв прав.

**Ольга СОВГИРЯ,**  
Народний депутат України,  
Заступник Голови Комітету Верховної  
Ради України з питань правової політики,  
Голова підкомітету з питань політичної  
реформи та конституційного права,  
постійний представник Верховної Ради України  
в Конституційному Суді України,  
доктор юридичних наук, професор

Шановні колеги!

Від імені українського парламенту та від себе особисто вітаю організаторів та учасників Науково-практичної конференції у рамках Всеукраїнського конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку», що присвячений 30-ій річниці Незалежності України.

Своє вітальне слово почну з підкреслення того, що зараз у всьому світі на підйомі розвитку знаходиться низка нових науково-правових напрямів, які вносять значні зміни у функціонування юриспруденції. Одним із них, без сумніву, є напрям під назвою «бізнес і права людини», який об'єднує систему стандартів прийняттого та безпечного для реалізації прав людини ведення бізнесу (підприємництва).

Хотілося б відзначити, що з кожним роком інтерес до цієї сфери невпинно зростає. Прикметно, що ще зовсім недавно спеціалістам у цій галузі було дуже важко пояснити працівникам підприємств, а також і самим власникам бізнесу, як саме бізнес і права людини можуть бути взаємопов'язані. Але завдяки ініціюванню подібних Конкурсів і заходів українській молоді надана надзвичайна можливість продемонструвати свій потенціал та бачення стосовно розв'язання актуальних проблем впливу корпоративних структур на права людини, зокрема, у сфері екологізації економічної діяльності, соціального підприємництва, підприємницької соціальної відповідальності тощо.

Варто щиро подякувати організаторам Конкурсу, а також вітчизняним і міжнародним партнерам цього надважливого проєкту. Саме тісна співпраця між державою, бізнесом та суспільством у питаннях освіти і науки, розвитку дружнього до людини

підприємництва, є дієвою платформою для обміну думками, знаннями та плідної взаємодії.

Висловлюю глибоку надію, що тема Конференції поєднає різнопланові знання учасників, зміцнить академічний потенціал та сприятиме тісній кооперації між представниками органів державної влади та молодіжним сектором з тим, щоб наукові та правові інновації приносили більше користі українському суспільству.

Насамкінець, як член Конкурсної комісії зазначу, що автори поданих наукових робіт виявили надзвичайно добрі знання й обізнаність у сфері бізнесу та прав людини. Відтак бажаю усім учасникам Конференції цікавих дискусій, креативних ідей та пропозицій, адже ви, безперечно, володієте позитивним досвідом, яким можна і варто поділитися один із одним.

**Юлія ОВЧИННИКОВА,**  
Народний депутат України,  
Голова підкомітету з питань лісових ресурсів, об'єктів  
тваринного та рослинного світу, природних ландшафтів  
та об'єктів природно-заповідного фонду Комітету  
Верховної Ради України з питань екологічної політики  
та природокористування, кандидат біологічних наук

Шановні колеги!

Я рада вітати всіх учасників та організаторів Науково-практичної конференції у рамках Всеукраїнського конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку» з нагоди 30-ї річниці Незалежності України.

Будь-яка комплексна реформа потребує тісної та плідної співпраці не лише між різними гілками влади, громадськістю та наукою спільноту, але й між усіма стейкхолдерами. Бізнес, як одна із важливих сторін суспільних відносин, має обов'язково брати участь у змінах, що відбуваються в нашій країні.

На базі підкомітету з питань лісових ресурсів, об'єктів тваринного та рослинного світу, природних ландшафтів та об'єктів природно-заповідного фонду Комітету Верховної Ради України з питань екологічної політики та природокористування ми проводимо широкі обговорення законодавчих ініціатив із залученням усіх зацікавлених осіб, у тому числі соціально відповідального бізнесу.

Екологічна складова соціально відповідального бізнесу є надзвичайно актуальною та необхідною як для суспільства, так і для самого бізнесу.

Наприклад, все більше компаній відмовляються від використання пластику у своїй продукції та її пакуванні, використовують альтернативні джерела при виробництві та намагаються мінімізувати кількість відходів або забезпечити їх переробку, а також підтримувати збереження рідкісних видів тваринного і рослинного світу та цінних природних територій.

Окрім цього, гарним прикладом соціальної відповідальності бізнесу є вибір таких шляхів реалізації інноваційних та інвестиційних проєктів, які враховують та мінімізують вплив на довкілля при будівництві, реконструкції та інших видах планованої діяльності.

Зокрема процедура оцінки впливу на довкілля дозволяє обирати саме такі шляхи.

Європейський зелений курс сьогодні активно інтегрується у різні сфери суспільного життя. Тому наукові дослідження у сфері соціально відповідального ведення бізнесу, як складової сталого розвитку, є важливими та актуальними.

Бажаю всім учасникам Конференції продовжувати та поглиблювати їх наукові напрацювання, а також застосувати їх результати у практичній діяльності!

**Олексій ШКУРАТОВ,**  
*Заступник Міністра освіти і науки України  
з питань європейської інтеграції,  
доктор економічних наук, професор*

Шановні колеги!

Від імені Міністерства освіти і науки України вітаю всіх учасників міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої підведенню підсумків Всеукраїнського конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку» з нагоди 30-ї річниці Незалежності України.

Конкурс і конференція є корисними заходами з точки зору можливості широкого обміну досвідом, дослідження та визначення основних напрямів підвищення соціальної відповідальності бізнесу як важливого інструменту досягнення цілей сталого розвитку. Регулярні заходи такого рівня стануть доброю традицією і дадуть змогу створити умови для поширення наукової інформації та представлення практичного досвіду, забезпечуючи залучення молоді до обговорення та вирішення актуальних питань взаємодії у суспільстві в інтересах сталого розвитку.

Враховуючи засади сталого розвитку, вважаємо, що основою прогресивних змін у суспільстві в сучасних умовах реформування державного управління є трансформація підходів до умов ведення бізнесу в напрямі підвищення його соціальної відповідальності та дотримання вимог екологічної безпеки під час використання природних ресурсів. Принципи соціальної відповідальності повинні впроваджуватись у діяльність суб'єктів підприємництва на системному рівні та бути інтегрованими в усі бізнес-процеси. При цьому важливо розуміти, що імплементація цих принципів не стосується лише проявів філантропії, вона сприяє ефективнішому досягненню суб'єктами підприємницької діяльності їх стратегічних цілей, оскільки дає змогу здійснювати довгострокові інвестиції у створення сприятливого соціального середовища та реалізувати основні потреби суспільства у виживанні, безпеці та стійкості.

Я глибоко переконаний, що лише завдяки спільним зусиллям представників сфери науки та освіти, громадських організацій та органів державної влади України з урахуванням принципів

організації соціально відповідального бізнесу підвищення якості життя населення буде забезпечено, і наше суспільство зможе досягти основних цілей сталого розвитку.

**Олександр ГРИБАН,**  
Заступник Міністра економіки України,  
кандидат економічних наук

Шановні колеги!

Україна сьогодні впевнено рухається в напрямі інтеграції до Європейського Союзу та прийняття європейських цінностей. Така інтеграція не є можливою без дотримання міжнародних принципів та стандартів, зокрема у сфері відповідального ведення бізнесу.

У 2017 році Україна приєдналася до Декларації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства, чим підтвердила свою готовність до запровадження міжнародних принципів і стандартів інвестиційної діяльності та реалізації принципів і стандартів відповідального ведення бізнесу згідно з Керівними принципами ОЕСР для багатонаціональних підприємств.

Задля реалізації своїх намірів і започаткування процесу імплементації положень Керівних принципів ОЕСР в національну політику та діяльність суб'єктів господарювання в Україні Уряд схвалив Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року й затвердив план заходів з її виконання. Прийняття зазначених документів стало надзвичайно важливою подією та сприяло початку проведення активної роботи в напрямі популяризації та реалізації міжнародних принципів та стандартів відповідального ведення бізнесу, активізації тісної співпраці всіх зацікавлених сторін в площині розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

У цьому контексті хочу підкреслити важливість та актуальність таких подій, як проведення Всеукраїнського конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених *“Соціально відповідальне ведення бізнесу - складова сталого розвитку”*, який відбувся восени 2021 року та сприяв залученню науковців і молодих вчених до вивчення цієї теми. Адже тема відповідального ведення бізнесу все ще є досить новою в Україні та потребує більш глибокого та ґрунтового вивчення, зокрема щодо його впливу на діяльність самих підприємств та на економіку нашої країни в цілому.

Я щиро вітаю організаторів Конкурсу, його учасників та лауреатів і хочу висловити подяку за активну позицію та проведення



професійних новаторських досліджень і підготовку висновків, які слугуватимуть у подальшому навчальним посібником для розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

Також хочу подякувати всім стейкхолдерам, які беруть активну участь у виконанні плану заходів із впровадження Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та сприяють популяризації теми соціально відповідального бізнесу як серед приватного бізнесу і державних підприємств, так і серед зацікавленої наукової спільноти й громадянського суспільства.

Бажаю всім подальших успіхів та плідної роботи!



»» РОЗДІЛ 1. ««

**НАУКОВІ РОБОТИ  
ПЕРЕМОЖЦІВ КОНКУРСУ**

## 1.1. НАУКОВІ РОБОТИ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

**Вікторія СТРАТІЙЧУК,**  
доктор філософії за спеціальністю 051 «Економіка»,  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-  
економічного університету

### ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні умови господарювання вітчизняних підприємств, що характеризуються інтенсивним застосуванням різного роду заходів щодо подолання системної економічної, політичної та соціальної кризи, помітно посилюють роль соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу в цих процесах. Застосування принципів соціальної відповідальності є одним із головних рушійних сил розвитку підприємництва, а також формування іміджу вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. Проблема проведення оцінки соціальної відповідальності бізнесу наразі залишається актуальною завдяки існуванню великої кількості методик та стандартів і водночас недоступності інформації, необхідної для проведення такої оцінки.

Теоретико-методичні основи оцінки соціальної відповідальності бізнесу є об'єктом наукових досліджень сучасних вчених, серед яких Вержбицький М.І., Гурочкіна В.В., Дерев'янку Т.А., Кравченко Л.В., Лагута Я.М., Філіппова С.В., Флиппов В.Ю. та інші. Проте обґрунтовані науковцями методи оцінки потребують їх узгодження з системою стратегічного управління на підприємствах, враховуючи сучасні умови господарювання.

Нормативне забезпечення проведення оцінювання соціальної відповідальності бізнесу для вітчизняних підприємств викликane підтримкою глобальних ініціатив, зокрема Глобального договору Організації Об'єднаних Націй, Всесвітньої ради бізнесу зі сталого розвитку (WBCSD), Принципів ООН із соціальної відповідальності інвесторів (PRI), Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), Міжнародного стандарту ISO 26000 «Настанови щодо соціальної відповідальності» тощо.

Найбільш поширеною в світі глобальною ініціативою

є Глобальний договір ООН, що підписаний також деякими вітчизняними підприємствами, першочерговим завданням якого є демонстрація та забезпечення соціальної легітимності бізнесу і ринків. Таким чином, соціальна відповідальність кожного вітчизняного підприємства здійснює помітний вплив на забезпечення соціальної легітимності вітчизняної економіки в цілому.

Науковці по-різному підходять до вибору показників, необхідних для оцінки соціальної відповідальності підприємства (Табл. 1), проте досліджуючи їх різноманітність, а також умови господарювання сучасних вітчизняних підприємств, що переважно характеризуються фінансовими складнощами, ми дійшли висновку, що обов'язковою умовою ефективного процесу оцінювання є взаємозв'язок окремих показників та їх підпорядкування єдиній стратегічній цілі підприємства, що дозволить не лише проводити ефективну оцінку соціальної відповідальності підприємства, а й ухвалювати управлінські рішення з огляду на досягнення тих чи інших стратегічних цілей у сфері соціальної роботи підприємства.

**Таблиця 1**

*Основні методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності*

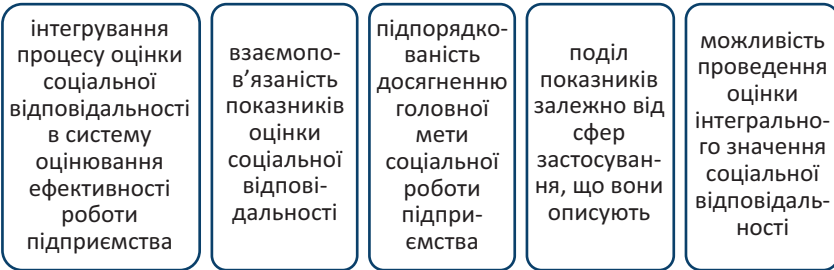
№ з/п	Назва методу	Група показників	Показники, що розраховуються
1.	Метод експрес-аналізу [1]	економічна складова	показники фінансової стійкості підприємства, показники відповідальності перед акціонерами та власниками, показники інноваційної активності, показники якості продукції
2.	Метод потрійного підсумку [5, с. 128]	соціальна складова	показники соціальних інвестицій та ефективності витрат на оплату праці, показники витрат на охорону праці, забезпечення промислової безпеки та навчання в цій сфері, показники найму та розвитку персоналу, антикорупційна діяльність

3.	Індекс стійкості Доу Джонса [5, с. 128]	екологічна складова	показники витрат на охорону навколишнього середовища, екологічні платежі і штрафи за порушення природоохоронного законодавства, показники впливу на навколишнє середовище та заходи енергозбереження
4.	Метод ієрархії показників [3, с. 78]	зовнішнє середовище	показники екологічності (викиди, енерго- та ресурсозбереження, утилізація відходів), рівень відношення до споживачів, рівень зовнішній корупції, добродійність
5.	Соціальний індекс [5, с. 128]	внутрішнє середовище	практика управління персоналом, організація праці, рівень внутрішньої корупції
6.	Метод SPACE-аналізу [4, с. 201]	фінансовий стан та фінансова привабливість	рівень податків, фінансовий потенціал підприємства, фінансування соціальних програм за рахунок коштів підприємства, надання допомоги при катастрофах та стихійних лихах
		конкурентні переваги підприємства	основні ринки збуту, досвід роботи на ринку, відповідальність перед споживачами товарів і послуг
		вплив на безпеку зовнішнього середовища	розробка власних екологічних і соціальних заходів, збільшення власних оборотних коштів для утилізації відходів виробництва, взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою
		стабільність зовнішнього середовища	сприяння охороні навколишнього середовища, спонсорство і корпоративна добродійність, вартість кредитних ресурсів підприємства поява нових конкурентів

Джерело: складено автором на основі [1,3,4,5]

Як показав компаративний аналіз праць науковців, окремі механізми реалізації соціальної відповідальності бізнесу спрямовані на досягнення загальних стратегічних цілей підприємства та є елементами загальної стратегії вітчизняних підприємств. Зважаючи на вищезазначене, виділимо основні принципи вибору показників оцінки соціальної відповідальності бізнесу.

### Принципи вибору показників оцінки соціальної відповідальності в стратегічному управлінні підприємством



**Рис. 1**

*Принципи вибору показників оцінки соціальної відповідальності в стратегічному управлінні підприємством*

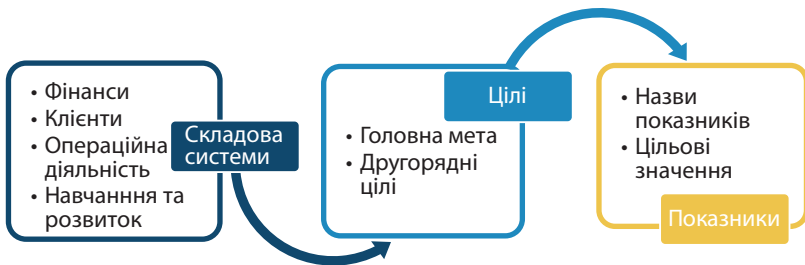
Джерело: авторська розробка

У навчальній літературі досить часто в якості одного з методів оцінки корпоративної соціальної відповідальності виділяють метод побудови стратегічної карти показників оцінки (Balanced Scorecard). На наш погляд, обґрунтування доцільності та механізму його використання в сучасній науковій літературі висвітлено недостатньо. Досі вважалося, що основними недоліками застосування даного інструмента при проведенні оцінки соціальної відповідальності підприємства є відсутність взаємодії підприємства з державою та відсутність розділу, що включає оцінку показників екологічності.

Проте, ми вважаємо, що враховуючи інтенсивність змін умов господарювання та помітний вплив зовнішнього середовища на соціальну роботу вітчизняних підприємств, саме застосування модифікованої стратегічної карти оцінки соціальної відповідальності бізнесу дозволить інтегрувати її в загальну стратегічну карту підприємства, побудувати взаємозв'язки з іншими показниками ефективності діяльності підприємства в окремих сферах. Адже

соціальну відповідальність підприємства не можна розглядати ізольовано, потрібно враховувати те, що вона залежить від ефективності операційної, фінансової та інших видів діяльності підприємства.

Останнім часом збалансована система показників (стратегічна карта) досить активно застосовується українськими та зарубіжними підприємствами в різних сферах економіки. Її ключовим поняттям є «баланс», який має троїстий характер: баланс між фінансовими та нефінансовими показниками, між компонентами зовнішнього та внутрішнього середовища, баланс інтересів працівників з глобальними цілями підприємства (рис. 2) [6].



**Рис. 2**

*Основні елементи стратегічної карти (Balanced Scorecard)*

Використовуючи проаналізовані вище методи оцінки та показники, побудуємо стратегічну карту показників оцінки соціальної відповідальності підприємства (рис. 3.)

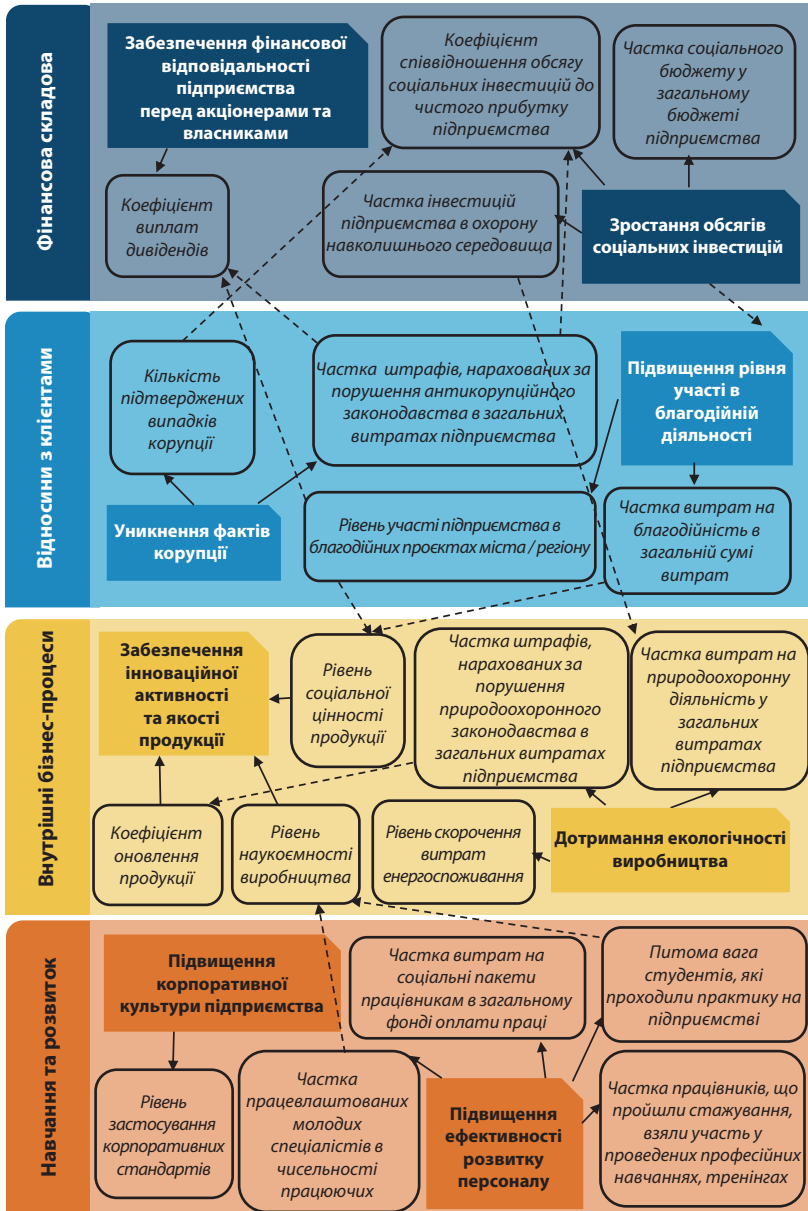


Рис. 3

Стратегічна карта показників оцінки соціальної відповідальності підприємства

Джерело: складено автором з використанням [1-6]



Використовуючи побудовану стратегічну карту та її показники необхідно провести інтегральну оцінку соціальної відповідальності підприємства в залежності від ступеня реалізації окремих цілей соціальної роботи підприємства. Ми вважаємо, що найбільш доцільним методом інтегральної оцінки в даному випадку є коефіцієнтний, який дозволяє врахувати вплив окремих складових стратегічної карти на інтегральний показник соціальної відповідальності.

Таблиця 2

*Методика розрахунку часткових інтегральних показників соціальної відповідальності підприємства*

Складова	Стратегічна ціль	Показники, що характеризують досягнення стратегічної цілі	Вплив на інтегральний показник
Фінансова складова	Забезпечення фінансової відповідальності	Коефіцієнт виплати дивідендів (Кд)	позитивний
	Зростання обсягів соціальних інвестицій	Коефіцієнт співвідношення обсягу соціальних інвестицій до чистого прибутку (Ксі)	позитивний
		Частка інвестицій підприємства в охорону навколишнього середовища (Чі.н.с.)	позитивний
		Частка соціального бюджету у загальному бюджеті підприємства (Чсб)	позитивний
Рівень соціальної відповідальності в сфері фінансів	$Kф = (\Delta Kд + \Delta Kсі + \Delta Чі.н.с. + \Delta Чсб) / 4$		

Відносини з клієнтами	Уникнення фактів корупції	Частка підтверджених випадків корупції на підприємстві в місті / регіоні (Кп)	негативний
		Частка штрафів, нарахованих за порушення антикорупційного законодавства в загальних витратах підприємства (Чш.к.)	негативний
	Підвищення рівня участі в благодійній діяльності	Рівень участі підприємства в благодійних проєктах міста / регіону (Рб)	позитивний
		Частка витрат на благодійність в загальній сумі витрат (Чб)	позитивний
Рівень соціальної відповідальності в сфері взаємовідносин з клієнтами		<b><math>K_k = (\Delta P_b + \Delta Чб - \Delta K_p - \Delta Чш.к.) / 4</math></b>	
Внутрішні бізнес-процеси	Забезпечення інноваційної активності та якості продукції	Коефіцієнт оновлення продукції (Ко)	позитивний
		Рівень наукоємності виробництва (Рн)	позитивний
		Рівень соціальної цінності продукції (Рс)	позитивний
	Дотримання екологічності виробництва	Частка штрафів, нарахованих за порушення природоохоронного законодавства в загальних витратах (Чш.п.)	негативний
		Частка витрат на природоохоронну діяльність у загальних витратах підприємства (Чв.п.)	позитивний
Рівень соціальної відповідальності в сфері внутрішніх бізнес-процесів		<b><math>K_v = (\Delta K_o + \Delta P_n + \Delta P_c - \Delta Чш.п. + \Delta Чв.п.) / 5</math></b>	

Навчання та розвиток	Підвищення корпоративної культури підприємства	Рівень застосування корпоративних стандартів (Рст.)	позитивний
	Підвищення ефективності розвитку персоналу	Частка працевлаштованих молодих спеціалістів в чисельності працюючих (Чм.п.)	позитивний
		Частка витрат на соціальні пакети працівникам в загальному фонді плати праці (Чв.с.п.)	позитивний
		Частка студентів, які проходили практику на підприємстві в загальному обсязі працівників (Чс)	позитивний
		Частка працівників, що пройшли стажування, взяли участь у проведених професійних навчаннях, тренінгах (Чст.)	позитивний
Рівень соціальної відповідальності в сфері навчання та розвитку	$\text{Кн} = (\Delta\text{Вст.} + \Delta\text{Чм.п.} + \Delta\text{Чв.с.п.} + \Delta\text{Чс} + \Delta\text{Чст.}) / 5$		

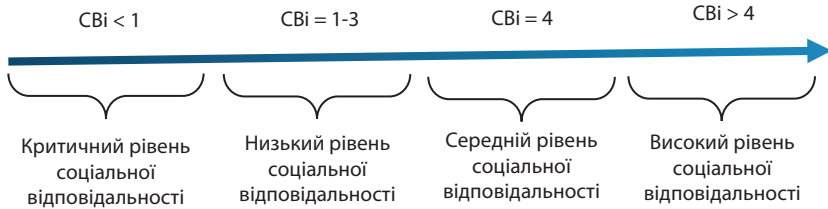
Джерело: авторська розробка

Методику розрахунку часткових інтегральних показників відображено в Таблиці 2, що базується на визначенні показників, які здійснюють негативний або позитивний вплив на інтегральний показник. Обрані показники всі є коефіцієнтами, що свідчить про підвищення їх ефективності із наближенням до одиниці. Отже, для розрахунку часткових інтегральних показників використовуємо метод сум, що передбачає використання числових значень відносної зміни між фактичними і базовими значеннями окремих показників.

Таким чином, символ  $\Delta$  у формулах розрахунку часткових інтегральних показників свідчить про відносну зміну фактичних показників, порівняно з цільовими їх значеннями, що дозволить оцінити ступінь досягнення поставлених цілей в сфері соціальної відповідальності підприємства.

Інтегральний показник соціальної відповідальності бізнесу варто розрахувати як суму визначених часткових інтегральних показників (1.1).

$$C\text{Ві} = K\text{ф} + K\text{к} + K\text{в} + K\text{н} \quad (1.1)$$



**Рис. 4**

*Критерії визначення рівня соціальної відповідальності підприємства*

Джерело: авторська розробка

На рис. 4 відображено загальні критерії ідентифікації рівня соціальної відповідальності підприємства в процесі стратегічного управління. Вони свідчать про необхідність для підприємства, щоб значення інтегрального показника соціальної відповідальності було не менше 4. У такому випадку підприємство може вважатися соціально відповідальним.

Таким чином, соціальна відповідальність сучасних підприємств є одним з головних перспектив розвитку вітчизняного бізнесу, формування його репутації на міжнародному ринку. Проведення оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства повинно здійснюватися в контексті реалізації загальної стратегії управління ним та його соціальної роботи. Інтеграція процесу оцінювання соціальної відповідальності у загальну стратегічну карту цільових показників управління підприємством забезпечить урахування ступенів досягнення стратегічних цілей підприємства в сфері його соціальної роботи при визначенні інтегрального показника, що значно підвищує якість проведення оцінки. Вибір конкретних показників, які застосовуються в стратегічній карті оцінки соціальної відповідальності, здійснено відповідно до ряду принципів, що дозволяють формувати взаємозв'язки між окремими цілями та показниками соціальної роботи підприємства. Використання обґрунтованої вище методики забезпечить підвищення ефективності

оцінювання соціальної відповідальності через призму стратегічного управління підприємством.

### Список використаних джерел

1. Лагута Я.М. Методичні підходи до експрес-оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Науковий журнал «Молодий вчений». №12 (52). 2017. С. 694-698.
2. Філіппова С.В., Флиппов В.Ю. Соціальна відповідальність у стратегічному управлінні підприємством: ключові завдання інтеграції за імперативами сталого розвитку. Економіка трансп. комплексу. 2020. Вип. 35. С. 177-202.
3. Дерев'янка Т.А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. Вісник Приазовського державного технічного університету. 2017. Вип. 34. С. 76-82.
4. Гурочкіна В. В., Кравченко Л. В. Стратегічний аналіз корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 3. Том 3. С. 198-205.
5. Вержбицький М.І. Інструменти оцінки корпоративної соціальної відповідальності. Сталий розвиток в Україні: проблеми інституційного забезпечення та практичної реалізації: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, 12 грудня 2018 р. Краматорськ: ДДМА. 2018. С. 126-129.
6. Малярець Л.М., Ачкасова О.В. Збалансована система показників як інструмент визначення стратегії підприємства в умовах кризи : монографія. Х. : ХНЕУ, 2012. 304 с.
7. Левицька Є.Г. Методичний підхід до розробки програми соціально відповідального управління підприємства сфери послуг. Сталий розвиток економіки. 2012. № 2. С. 212-216.
8. Лагута Я.М. Корпоративна соціальна відповідальність як один із ключових інструментів успішного ведення бізнесу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2016. № 4(1). С. 57-62.
9. Камишнікова Є.В. Формування механізму стратегічного управління корпоративною соціальною відповідальністю. Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки. 2019. Вип. 3 (36). С. 330-340.
10. Балик У.О., Колісник М.В. Стратегічний вимір концепції

соціальної відповідальності бізнесу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Проблеми економіки та управління. 2015. № 815. С. 9-15.

11. Урусова З.П., Вернидуб М.Ю. Сучасні тенденції розвитку концепцій соціальної корпоративної відповідальності. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 9. С. 50-53.

**Ніна ЦЕГЕЛЬНИК,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
Поліський національний університет

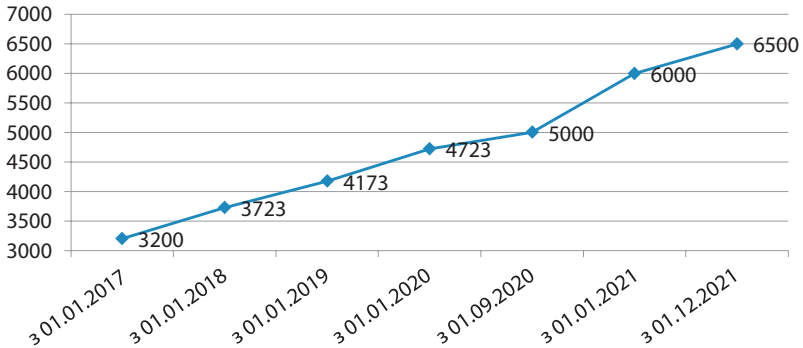
## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЗА ДОХОДИ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ**

Розуміння необхідності соціальної відповідальності бізнесу в Україні відбувається в складних умовах розвитку економіки і суспільства, зростання конфліктності інтересів бізнесу, найманих осіб, населення та органів влади і пошуку шляхів їх попередження та розв'язання. На сьогодні концепція соціальної відповідальності бізнесу означає, що суб'єкти господарювання функціонують для досягнення своїх цілей і, крім того, забезпечують потреби держави, територіальних громад, найманих працівників, покупців та інших стейкхолдерів. Соціальна відповідальність – важлива частина діяльності сучасного бізнесу, що позитивно впливає на його репутацію, конкурентоспроможність та інвестиційний імідж. При цьому така відповідальність не є і не повинна бути відділена від господарської діяльності – це не надбудова чи додаток до бізнесу, а спосіб покращення ефективності роботи суб'єктів господарювання як у короткостроковому, так і довгостроковому періодах. В економічному контексті соціальна відповідальність бізнесу – це інвестиції з метою створення ситуації, коли в ході діяльності суб'єкта господарювання наявна гармонія як з врахуванням очікувань його співробітників, так і очікувань його зовнішніх контрагентів.

Зміст поняття соціальна відповідальність бізнесу викладено в міжнародному стандарті ISO 26000 [1], як концепція, згідно з якою суб'єкти господарювання інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність і взаємодіють із зацікавленими сторонами на добровільній основі. Бізнес у своїй діяльності має значне коло зацікавлених сторін (стейкхолдерів), з якими формуються відносини соціальної відповідальності. Серед них пріоритетне місце посідають наймані працівники в контексті формування їх самодостатніх доходів.

У структурі поняття «соціально відповідальний бізнес» важливим напрямом розвитку є забезпечення об'єктивності оцінки професійних якостей і розміру винагороди за добросовісне та результативне виконання професійних обов'язків працівників [2; 3]. Працівники підприємства – носії його людського капіталу, який безпосередньо приймає участь у його діяльності, розвитку,

підвищенні ефективності, досягненні тих стратегічних завдань, які визначає бізнес. Соціальна відповідальність бізнесу відносно доходів найманих працівників має реалізуватися через справедливе формування їх достатнього рівня та своєчасну виплату для забезпечення високого рівня життя персоналу. Слід відзначити, що в Україні держава і далеко не всі суб'єкти господарювання повноцінно реалізують принципи соціальної відповідальності відносно найманих працівників у сфері їх доходів. Про це свідчить низький рівень мінімальної оплати праці та її середньої величини в цілому про державі, за КВЕД і в регіонах (рис. 1, 2, 3 та табл. 1).

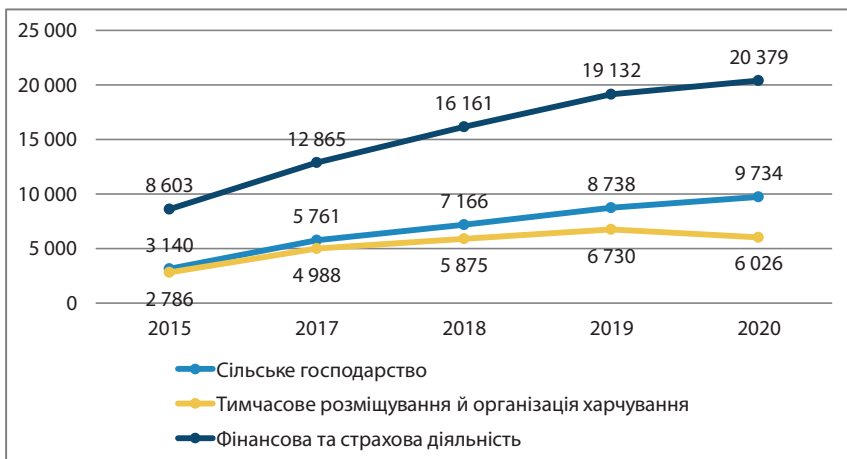


**Рис. 1**

*Мінімальна заробітна плата в Україні*

Джерело: дослідження автора за даними <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/>





**Рис. 2**

*Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності (нараховано штатному працівнику), грн.*

Джерело: дослідження автора за даними <http://www.ukrstat.gov.ua/>



**Рис. 3**

*Середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника по Україні та в окремих регіонах, грн.*

Джерело: дослідження автора за даними <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Таблиця 1

*Розподіл кількості працівників за розмірами нарахованої заробітної плати у березні 2021 року*

Види діяльності	Питома вага працівників, яким заробітна плата нарахована в межах тис. грн., %				
	до 6,0	6,0-10,0	10,0-20,0	20,0-25,0	понад 25,0
Сільське господарство	23,8	42,6	25,4	2,8	3,5
Фінансова і страхова діяльність	10,2	20,0	37,6	9,4	22,7
Організація харчування	37,8	41,8	16,3	2,2	2,0
Україна	16,2	37,2	33,2	5,5	7,9

Джерело: дослідження автора за даними [4]

Дані, відображені на рис. 1, 2 та 3, свідчать, що в цілому по Україні середньомісячна заробітна плата знаходиться лише на рівні двох мінімальних зарплат, а в значній кількості сфер економічної діяльності (сільське господарство, харчування), регіонів та окремих суб'єктів господарювання – ще на нижчому рівні [4]. Найбільший середньорічний рівень заробітної плати був у м. Києві (17086 грн.) і на підприємствах фінансової та страхової діяльності (20379 грн.).

У 2020 році доходи нижче законодавчо встановленого мінімуму отримували 0,6 млн. (1,6 %) громадян України, що більше, ніж у 2019 році (0,4 млн. осіб, 1,1 %). Водночас, за даними Держстату України в 2020 році 8,8 млн. (23,2 %) громадян отримували доходи нижче фактично прожиткового мінімуму: в Чернівецькій області – 40,4 %, Хмельницькій – 34,7%, Кіровоградській – 34,0 %, в м. Київ – 10,3 % (збільшення в порівнянні з 2019 роком на 2,3 процентних пункти).

За розрахунками Національної академії наук України, у 2020 році рівень бідності українців різко зріс, досягнувши показників 2015 року. При цьому, як зазначають науковці, зростання бідності відбулося б незалежно від того, були б пандемія та карантин чи ні.

Визначений законодавством України прожитковий мінімум знаходиться нижче межі бідності і є майже у 2,5 рази меншим від

фактичної величини. Щодо мінімальної заробітної плати, то українські стандарти добробуту найманих працівників на сучасному етапі є найнижчими серед європейських країн. Так, найменша мінімальна заробітна плата в країнах Європи складала станом на 01.01.2021 року в Албанії 7969 грн., а найбільша в Люксембурзі 72512 грн. У Польщі мінімальний рівень зарплати становить 20209 грн.

За даними табл. 1. в цілому економіці України станом на березень 2021 року 16,2 % найманих працівників отримували заробітну плату на рівні мінімальної і 37,2 % в межах 6,0-10,0 тис.грн. Однак, в сфері сільського господарства таких було, відповідно, 23,8 % і 42,6 %, у сфері харчування – 37,8 % і 41,8 %.

Важливим індикатором стану заробітної плати є рівень доходів працівників в обсягах господарської діяльності (рис. 4).



**Рис. 4**

*Рівень доходів працівників в обсягах господарської діяльності, %*

Джерело: дослідження автора за даними <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Як демонструють наведені данні, витрати на оплату праці в чистому доході підприємств у 2019 році становили 7,5 %, а в операційних витратах – 16,0 %.

За результатами розрахунків української дослідниці Л.В. Лебедевої заробітна плата працівників України повинна становити 60–70% у вартості виготовленої продукції, як зараз це є у країнах постіндустріальної економіки [5, с. 32].

До соціальної відповідальності в сфері формування доходів персоналу відноситься коло проблем взаємовідносин найманих

працівників, роботодавців і влади. Кожен із учасників соціальних відносин (працівники, роботодавці, влада) мають власні інтереси, що тісно переплітаються. Ці три суб'єкти відносин економічно зацікавлені один в одному і відповідно кожен з них має взяти тягар спільної соціальної відповідальності через господарську діяльність щодо забезпечення створення складових доданої вартості для бізнесу – інвестиційних ресурсів, для працівників – самодостатніх доходів, для влади – податки. Кожна із сторін бере на себе відповідальність за якісне виконання своїх обов'язків, вирішення спільних проблем, формує простір довіри, взаємоповаги та надає кожній із сторін нові можливості розвитку.

Доходи персоналу на українських підприємствах формуються з використанням інструментів, форм і систем основної і додаткової заробітної плати, на які вплив найманих працівників майже відсутній.

Проте, в ринковій економіці, як зауважує Д. Пінк, «більшість працівників – це вже не просто людино-години. Багато з них продають щось більше, ніж свій робочий час. Вони продають знання, талант, досвід, ідеї, творчі здібності та вміння розв'язувати проблеми, тобто те, що важко виміряти і ще важче підрахувати» [6, с. 110]. Виходячи з цього, наймані працівники повинні мати право претендувати на одержання значних доходів в складі заохочувальних та компенсаційних виплат і поза фондом оплати праці. Про рівень зв'язків між українським бізнесом та найманими працівниками через використання вище наведених інструментів соціальної відповідальності свідчать дані Таблиці 2 - використання українським бізнесом соціально-відповідальної моделі формування доходів найманим працівникам характеризується незначними обсягами одержаних коштів у межах декількох відсотків за видами, які, як правило, передбачені чинним законодавством.

Таблиця 2

Структура доходів працівників за видами економічної діяльності у 2020 році (%)

Види доходів	Україна	в тому числі				
		Сільське господарство	Державне управління	Промисловість	Оптова та роздрібна торгівля	Поштова діяльність
Фонд основної заробітної плати	56,6	77,6	35,2	58,2	61,9	67,4
Фонд додаткової заробітної плати, з нього:	37,7	20,5	52,8	36,7	35,4	32,0
- надбавки і доплати до тарифних ставок та посадових окладів	13,5	4,6	26,4	9,4	3,8	10,8
- премії та винагороди, що носять систематичний характер	13,9	9,0	15,9	15,9	23,9	12,9
Заохочувальні та компенсаційні виплати, з них:	5,7	1,9	12,0	5,1	2,7	0,6
- матеріальна допомога	2,2	0,2	9,6	1,0	0,2	0,1
- соціальні пільги індивідуального характеру	0,2	0,0	0,0	0,3	0,2	0,0
Витрати підприємств на утримання робочої сили, які не відносяться до фонду оплати праці, % до фонду оплати праці	3,0	1,5	0,3	6,4	1,8	1,8

Відсутність можливості для найманих працівників брати особисту участь у формуванні власних доходів через соціальні інструменти фонду оплати праці в складі заохочувальних і компенсаційних виплат та участь у розподілі коштів поза фондом оплати праці позначається на якості робочої сили, продуктивності праці та ставленні працівників до підприємства – роботодавця. В Україні допоки небагато підприємств має соціальну відповідальність щодо інноваційної моделі розвитку діяльності найманих працівників в частині їхньої безпосередньої участі у формуванні власних доходів [9].

Вищенаведені дані свідчать про неналежну соціальну відповідальність українського бізнесу за доходи найманих працівників.

Виходячи з проведеного аналізу діючого законодавства [7; 8], український бізнес повинен звернути увагу на розвиток двох напрямів соціальної відповідальності при формуванні доходів найманих працівників:

1. надання можливості найманим працівникам одержувати доходи через соціальний пакет індивідуального і колективного характеру;
2. формування доходів від участі працівників у власності підприємства.

Соціальний пакет за компонентами та величиною є елементом доходу найманих працівників понад належної їм основної заробітної плати і мотиваційним інструментом, який дозволяє поєднувати потреби персоналу з ефективною господарською діяльністю. Він виступає як альтернативний механізм зростання загальної винагороди працівникам замість підвищення розміру основної оплати праці, що безпосередньо прив'язана до чітко нормованих обсягів діяльності і розцінки.

Використання соціального пакету як інструменту підвищення доходу персоналу має носити максимально універсальний характер та, водночас, враховувати індивідуальні потреби найманого працівника. Доходи, що входять до складу соціального пакета, необхідно розглядати як елементи заробітної плати, які відносяться до додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат, а також як суми коштів в складі поза фондом оплати праці за переліком визначеним чинним законодавством. Соціальний пакет на зарубіжних підприємствах становить до 50 %

базової заробітної плати.

Важливим напрямом діяльності українського бізнесу щодо надання доходів найманим працівникам через соціальний пакет може бути вирішення проблеми наших громадян в сфері пенсійного і медичного страхування. Соціально відповідальний бізнес може фінансувати ці витрати за умови зниження скупного навантаження податків і внесків на доходи найманих працівників, одержані через соціальні пакети.

У сучасних умовах розвитку економіки України для стимулювання його праці персоналу великого значення набуває його участь у прибутках власників підприємств-роботодавців (розподілі певної частини доходів, що належить власникам) та у власному капіталі (набуття власності). Справедливий, чіткий і зрозумілий для всіх розподіл прибутку між найманими працівниками і одержання ними додаткового доходу повинно стати основою для створення самодостатніх суб'єктів господарювання. Більш стійка зацікавленість найманих працівників у діяльності підприємства-роботодавця досягається через надання їм частки власного капіталу з метою одержання доходу (дивіденди) і приросту вартості. Це – система не тільки ідентифікації інтересів працівників і власників підприємств, але й можливість для інвестування особистих доходів у господарську діяльність бізнесу за місцем роботи.

Ефективність застосування інструментів участі найманих працівників у прибутку і власності бізнесу можлива за наступних умов: залучення персоналу до прийняття управлінських рішень; визначення чітких і зрозумілих показників оцінювання результатів, на які можуть впливати наймані працівники; безпосередня самостійна участь працівників у розробці моделей їх залучення до управління та процесу розподілу результатів. Тільки за таких умов трудовий дохід найманого працівника перетвориться в підприємницький дохід, і від їх синтезу буде одержано додатковий синергетичний ефект зростання доданої вартості, а персонал нарівні з власником буде спільно відповідати за можливі ризики і успіхи бізнесу.

Очевидно, що вирішення зазначених проблем щодо формування самодостатнього рівня доходів персоналу можливе лише в умовах відповідальної поведінки суб'єктів господарювання по відношенню до найманих працівників. Залучення значного потенціалу формування доходів найманих осіб через механізми соціальної відповідальності з використанням інструментів соціальних

пакетів і участі працівників у власності підприємства сприятиме створенню стабільних доходів, скороченню бідності, раціональному використанню ресурсів бізнесу, посиленню конкурентоспроможності господарської діяльності, ефективному управлінню та боротьбі з корупцією.

## Список використаних джерел

1. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». URL: <https://cutt.ly/7ERcn9w>

2. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

3. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 р. № 853-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text>

4. Статистичний збірник «Праця України». URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/08/zb\\_Pracia2020.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/08/zb_Pracia2020.pdf)

5. Лебедева Л.В. Постіндустріальна економіка та постіндустріальне суспільство: критерії розмежування та існуючі моделі. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2010. № 4. С. 29–36

6. Пинк Дэнниел. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь общества. Москва: «Издательский дом «Секрет фирмы», 2005. 328 с.

7. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>

8. Інструкція зі статистики заробітної плати: наказ Держкомстату України від 13.01.2004 № 5. URL: <https://cutt.ly/PERczgB>

9. Топ-25 найкращих програм КСВ. URL: <https://cutt.ly/fERckpi>



**Марина ШУБА,**  
кандидат економічних наук., доцент,  
Харківський національний  
університет імені В. Н. Каразіна

## **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ**

Сьогодні світова спільнота визнає концепцію сталого розвитку не лише в якості ключа до вирішення нагальних економічних, соціальних та екологічних проблем, з якими ми наразі стикаємося, та можливості соціально-економічного зростання, але як стратегію виживання людства. Для України, яка також приєдналась до глобального процесу забезпечення сталого розвитку, досягнення поставлених цілей сталого розвитку значно ускладнюють війна та пандемія коронавірусу, що збільшують рівень безробіття та бідності в країні, поглиблюють екологічні проблеми та проблему нерівності. Задля забезпечення сталого розвитку та більш ефективної відповіді на існуючі виклики Україні необхідно продовжувати та інтенсифікувати взаємодію трьох суб'єктів – держави, бізнесу та суспільства.

Варто зазначити, що в економічній системі домінує ключовий гравець – комерційна корпорація, яка є найбільш значним суб'єктом в ній. Відповідно, соціально відповідальне ведення бізнесу є невід'ємною та однією з найважливіших складових сталого розвитку з урахуванням факторів щодо забезпечення гідної праці, застосування етичних принципів у бізнесі, співпраці з міською владою та громадами, раціонального використання природних ресурсів та збереження довкілля, а також дотримання основних напрямів соціальної політики на національному рівні [1].

Досить часто поняття «соціальна відповідальність бізнесу» та «корпоративна соціальна відповідальність» ототожнюються. У своєму дослідженні ми також розглядаємо дані поняття як взаємозамінні. За визначенням Європейської Комісії, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність підприємств за їх вплив на суспільство. Компанії можуть стати соціально відповідальними, якщо на добровільній основі інтегрують соціальні, екологічні, етичні, споживчі та правозахисні аспекти в свою бізнес-стратегію і діяльність, що не буде суперечити діючому законодавству [2]. Тобто соціально відповідальне ведення бізнесу – це бізнес-модель, в якій компанії докладають зусиль, щоб мінімізувати негативний вплив (або й зовсім

уникнути його) та максимізувати позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Соціальна відповідальність бізнесу передбачає активну соціальну позицію підприємства, що враховує інтереси стейкхолдерів і суспільства та залучається до вирішення гострих соціальних питань. Сьогодні одним із таких нагальних питань, актуальним як у глобальному масштабі, так і на рівні нашої держави, є старіння людства.

Взаємодія бізнесу з державою та суспільством через реалізацію ідей соціально відповідального бізнесу, важливість цього процесу досліджується багатьма вітчизняними та іноземними науковцями. Однак питання захисту інтересів, допомоги та підтримки працівників старшого віку у межах соціально відповідального ведення бізнесу майже не досліджується, хоча, враховуючи старіння населення (як в Україні, так і у світі в цілому) та проблему ейджизму, воно є актуальним.

Ряд науковців вважають старіння людства «великим викликом XXI століття», що має амбівалентний характер: є водночас і величезним досягненням людства, і загрозою в економічному та демографічному вимірах [3; 4; 5].

Сьогодні старіння населення – явище, з яким стикаються більшість країн світу. За даними Організації Об'єднаних Націй (ООН), у світі зараз живуть приблизно 9 % людей у віці 65 років і старше, а за прогнозами у 2030 році їх частка досягне майже 12 %, у 2050 році – 16 %, а до 2100 року вона може сягнути майже 23 %. Експерти вважають, що до 2050 року кожна четверта людина в Європі та Північній Америці може бути старше 65 років [6].

Старіння населення матиме глибокий вплив на коефіцієнт потенційної підтримки, який за методикою ООН визначається як кількість людей працездатного віку (від 25 до 64 років) на людину віком 65 років і старше. Коефіцієнт різниться за регіонами: від найбільшого показника в Африці на південь від Сахари – 11,7 осіб у віці від 25 до 64 років на кожну людину віком від 65 років, до найменшого – 3,0 для Європи та Північної Америки.

До 2050 року очікується, що 48 країн, переважно в Європі, Північній Америці, Східній Азії чи Південно-Східній Азії, матимуть потенційні коефіцієнти підтримки нижче двох. Ці низькі значення підкреслюють потенційний вплив старіння населення на ринок праці та економічні показники, а також фіскальний тиск, з яким багато країн, ймовірно, зіткнуться у найближчі десятиліття стосовно державних

систем програми охорони здоров'я, пенсій та соціального захисту для літніх людей [6].

В Україні проблема старіння населення також є дуже значною. Середній вік її населення – 42,1 роки і, за прогнозами, він буде збільшуватися, як і демографічне навантаження, й кількість населення віком понад 65 років [7]. Наразі частка населення 65 років і старше в Україні складає 17,4 %. Коефіцієнт потенційної підтримки в Україні поступово падав з 7,5 у 1950 р. до 3,7 у 2020 році. Прогнозується, що тенденція продовжиться, і у 2030 році він становитиме 2,7 [7; 8]. До проблеми старіння населення в Україні додається трудова міграція, особливо еміграція високопрофесійних кадрів, що ще більше ускладнює ситуацію з робочою силою.

Ця проблема в нашій державі має свої особливості порівняно, наприклад, з країнами Європи. Так, в Україні старіння населення переважно відбувається за рахунок зниження народжуваності, тоді як в європейських країнах – за рахунок підвищення тривалості життя. Також в Україні середня очікувана тривалість життя населення в цілому нижча, ніж середня по світу (станом на 2019 рік – 71,8 роки в Україні та 72,7 років у світі) і значно нижча, ніж у країнах ЄС (81 рік). Проте динаміка позитивна: у 2000 році очікувана тривалість життя при народженні складала 67,7 років, у 2010 році – 70,3 роки [9].

Очікувана тривалість здорового життя (HALE) при народженні, що в контексті нашого дослідження є більш важливим показником, ніж очікувана тривалість життя, бо враховує саме активні та здорові роки життя, в Україні складає 64 роки, тоді як в середньому по Європі – 68 років, Африці – 56 років, Східно-Середземноморському регіоні – 60 років, Америці – 66 років, Південно-Східній Азії – 61 рік, Західно –Тихоокеанському регіоні – 69 років (регіони вказано за методологією ВООЗ). Так, останні дані показують, що в даний час очікувана тривалість здорового життя у середньому на 12 % нижче за очікувану загальну тривалість життя у світі. Однак диспропорції між країнами і групами країн за рівнем доходів (за класифікацією Світового банку) значні: тривалість здорового життя становить 70 років у країнах з високим рівнем доходів, 67 років – у країнах з рівнем доходів вище за середній, 60 років – у країнах з рівнем доходів нижче середнього і лише 57 років – у країнах з низьким рівнем доходів [10].

Подовження періоду активності населення у похилому віці – мета, якої прагнуть досягти країни, що стикаються зі старінням населення (тобто більшість країн світу). Взагалі, тривалість життя в

уському світі неухильно зростає, і проблеми, що виникають у зв'язку зі старінням населення, занадто складні, щоб уряди могли їх вирішити самостійно.

Проблеми старших людей набувають все більшого значення і в Україні, що, звичайно привертає увагу нашого Уряду. Ряд нормативно-правових документів відображають основні положення державної політики щодо українських пенсіонерів, прийнято основні документи в галузі соціальної підтримки осіб старшого віку. Особливо варто виділити Стратегію державної політики з питань здорового та активного довголіття населення на період до 2022 року, план заходів з виконання якої, серед інших пріоритетних завдань, передбачає стимулювання продовження трудової діяльності та забезпечення гнучкого режиму робочого часу для працівників похилого віку, сприяння їх волонтерській діяльності, а також формування політики навчання протягом життя з метою залучення громадян похилого віку до участі в освітніх процесах, розширення можливостей оволодіння новими професійними та загальноосвітніми навичками, зокрема у сферах сучасних комунікацій, комп'ютерної та інформаційної грамотності [11].

Значну роль у боротьбі з економічними і соціальними витратами старіючого суспільства, на нашу думку, можуть зіграти компанії за допомогою своєї практики соціально відповідального ведення бізнесу. Проте у Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року серед основних напрямів розвитку соціально відповідального бізнесу населення похилого віку стосуються лише такі: «здійснення благодійних заходів, спрямованих на підтримку соціально незахищених верств населення» та «сприяння навчанню протягом життя» [12]. Також наразі здається, що більшість компаній не можуть повністю усвідомити наслідки прийдешніх демографічних змін не лише з погляду основних операційних перспектив (робоче місце, маркетинг, продажі тощо), але і також з погляду етичних норм, які відображені в концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Вважаємо, що українські компанії недостатньо використовують потенціал літніх працівників на ринку праці. Багато працівників похилого віку стикаються з перешкодами, коли шукають нову роботу, можливості навчання та розвитку кар'єри, або вони змушені виходити на дострокову пенсію в період економічного спаду.

Яку відповідальність несуть корпорації по відношенню до соціальної проблеми старіння населення? Як це питання розглядається в інструментах і проєктах корпоративної соціальної відповідальності? Як ця тема висвітлюється в нефінансових звітах?

Дослідження 2018 року показали, що 80% українських компаній впроваджують корпоративну соціальну відповідальність або орієнтуються на її принципи [13]. Проаналізувавши дослідження «Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр.» громадської організації CSR Ukraine [14], що займається сприянням впровадженню корпоративної соціальної відповідальності та сталому розвитку для системних і якісних змін в Україні, а також рейтинг «Топ-25 найкращих програм КСВ» журналу «Влада грошей» [15] та каталог КСВ-ініціатив платформи змістовних партнерств бізнесу з громадським сектором Pro Bono Club Ukraine [16], ми дійшли висновку, що компанії у своїх програмах розглядають людей старшого віку лише в якості незахищених верств населення, але не з позиції політики активного старіння та врахування їх інтересів як працівників.

Активна соціальна позиція компанії щодо недискримінації за віком може допомогти поступово змінити ставлення до людей похилого віку. Вікова дискримінація – ейджизм, на відміну від расизму та сексизму, як видається, є єдиною формою упередженості, яка досі є прийнятною [17]. Дискримінація за віком на ринку праці – один із найпоширеніших видів дискримінацій у багатьох країнах. У 2020 році в Україні вік став головною ознакою дискримінації, випередивши дискримінацію за ознаками інвалідності, сексуальної орієнтації, статі, національності тощо. Згідно з результатами дослідження Фонду демократичних ініціатив [18], прояви ейджизму відчули на собі 40,2% українців. При цьому тенденція з кожним роком погіршується, оскільки у 2016 році показник склав 37,4%.

Стереотипи та дискримінація людей за ознакою їхнього віку може відчуватися на різних етапах життя. Хоча це може вплинути і на молодших, і на літніх людей - дані Євробарометра показують, що люди старші 55-ти років частіше відчувають дискримінацію з причин свого віку, ніж ті, хто молодше 30-ти років [19].

Опитування американської організації для людей віком від п'ятдесяти років і старше AARP показало, що у 2018 році 61 % працівників у віці від 45-ти років стикався з віковою дискримінацією в тій чи іншій формі, у 2020 році цей показник склав 78 % [20].

Прояви ейджизму на робочому місці наочно продемонстровано в американському фільмі 2015 року «Стажер». І хоча за жанром це комедія, в ній підіймаються серйозні питання про вік людини та її здатність пристосовуватися до змін. Головний герой кінострічки вирішує скористатися програмою стажувань для людей похилого віку та влаштовується на посаду стажера в молодіжний колектив. Йому доводиться зіткнутися з несерйозним ставленням до себе і деякою зневагою з боку колег, проте дуже швидко йому починають довіряти, з ним радяться і правильно використовують його досвід у багатьох сферах.

На жаль, чимало роботодавців вважають, що старші за віком працівники – це більш високі витрати на охорону здоров'я, конфлікти між поколіннями і можлива відсутність адаптованості навичок.

Країни-члени Європейського Союзу вже давно бачать потенціал у старших за віком співробітниках та навчилися їх цінувати раніше, ніж Україна. Бізнес там тісно співпрацює з державою. Часто використовувана стратегія політики полягає у наданні фінансових стимулів роботодавцям, які погоджуються наймати старших працівників. У Словаччині, наприклад, фінансові субсидії надаються компаніям, які створюють вакансії для малозабезпечених осіб старше 50-ти років. Інший підхід полягає у тому, щоб уряди фінансово підтримували впровадження проєктів управління віком на організаційному рівні. Уряд Чехії фінансово підтримує компанії та інші організації, які розробляють власні проєкти, спрямовані на підвищення кваліфікації працівників старшого віку та адаптацію рівня кваліфікації до вимог ринку праці [19].

Вчені з Данії провели дослідження ідеального вікового складу компанії та визначили, що середній вік працівників у найпродуктивніших компаніях складає 37 років, отже значна частина персоналу успішного підприємства є працівниками старше 40 років [21]. Дослідження стверджують, що старші люди не тільки не поступаються у когнітивних здібностях молодшим поколінням, а й є більш оптимістичними та менш невротичними. Так, американські дослідники провели тестування пілотів у віці від 40-69-ти років, які виконували вправи на симуляторах польоту. Результати показали, що пілоти старшого віку потребували більше часу на навчання користування симуляторами, проте в уникненні зіткнень вони виявилися кращими, ніж їхні молодші колеги [22].

Серед переваг працівників старшого віку експерти зазначають

стресостійкість, мотивацію, відданість своїй роботі, професійний та життєвий досвід, вміння краще за молодих працівників справлятися з позаштатними та кризовими ситуаціями [22; 23]. Крім того, старші за віком працівники є більш інноваційними, ніж прийнято вважати. Так, в США чверть американських підприємців у віці від 55-ти до 64-х років, і майже 40 % людей, які починають новий бізнес, належать до цієї вікової групи [23].

Також, як приклад, можна навести ситуацію в Україні, що стосується населення, яке повідомило, що за останній рік користувалося послугами Інтернету (табл. 1). Як видно з таблиці, приріст користувачів старшого віку за досліджуваний період є значним. Так, у віці 18-24-х років приріст у 2019 році порівняно з 2015 роком склав 16,97%; у віці 25-35-ти років – 52,68%; у віці 36-59-ти років – 52,68%, у віці 60-74-х років – 111,22%, а у віці 75-ти років і старше – 207,14%. Дані показники свідчать, що люди старшого віку прагнуть навчатися, розуміють необхідність використання Інтернету та намагаються бути більш залученими до сучасного життя.

**Таблиця 1**

*Частка населення, яке повідомило, що за останній рік користувалося послугами Інтернету, %*

Вік	2015	2016	2017	2018	2019
18-24 роки	81,9	84,7	89,6	93,5	95,8
25-35 років	75,9	80,4	87,6	89,3	94,4
36-59 років	52,2	57,1	65,1	70,7	79,7
60-74 років	18,7	22,3	26,5	33,0	39,5
75 років і старші	4,2	5,1	6,1	7,7	12,9

Джерело: [24]

Роботодавці повинні почати думати про те, як вони можуть знайти правильний баланс між віковими різноманітністю, здоров'ям і безпекою, а також дотриманням законодавства, щоб отримати економічну вигоду. Колектив, що складається з декількох поколінь, може бути більш продуктивним, ніж колектив, який складається в основному з більш молодих працівників. Об'єднання людей різного віку може принести багато користі.

При розробці стратегії соціально відповідального ведення бізнесу як складової сталого розвитку в умовах старіння населення

керівникам компаній варто розглянути можливість використання наступних рекомендацій у своїй внутрішній політиці:

- створити умови для перепідготовки своїх співробітників старшого віку та їх постійне навчання, щоб допомогти їм в опануванні нових навичок у міру зміни економіки. Більш тривале трудове життя співробітників дає компаніям вигоду від збільшення продуктивності за рахунок інвестицій в навчання;

- для залучення талановитих людей старшого віку, компанії можуть ввести гнучкі варіанти розкладу, програми винагороди і можливості працевлаштування з частковою зайнятістю. Якщо дозволити більше роботи на умовах неповного робочого дня і віддаленої роботи, це спонукатиме працівників похилого віку залишитися і продовжити кар'єру;

- інвестувати в здоров'я всіх співробітників, що підвищить продуктивність і дозволить уникнути непотрібних витрат у міру старіння персоналу. Програми гарного самопочуття роблять співробітників більш здоровими в будь-якому віці; місцеві клініки економлять час працівників і зосереджують увагу на профілактиці і ранньому виявленні захворювань.

Використання і збільшення внеску літніх працівників та включення їх до стратегій корпоративної відповідальності будуть розглядатися не лише як конкурентна перевага компанії, а й, на наш погляд, можуть допомогти в досягненні таких Цілей сталого розвитку:

- Ціль 4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх;

- Ціль 8. Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх;

- Ціль 10. Скорочення нерівності [25].

Такі адаптації принесуть користь як молодим, так і старшим співробітникам, самій компанії і суспільству в цілому.

Отже, міждисциплінарне вивчення і аналіз старіючого суспільства і соціально відповідального ведення бізнесу може допомогти краще зрозуміти соціальні функції, які виконують корпорації, значення та внесок їх обов'язків у старіючому суспільстві. У рамках соціально відповідального ведення бізнесу компаніям необхідно забезпечувати гідну працю для всіх, створюючи умови для єднання поколінь.



## Список використаних джерел

1. Клименко І. М. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1292>
2. Corporate social responsibility & Responsible business conduct. URL: [https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en).
3. Старение населения – один из главных вызовов Европе. Вся Европа. 2009. № 9 (36). URL: <http://alleuropalux.org/?p=668>
4. Старение в XXI веке: триумф, вызов. URL: <https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Ageing%20Report%20Executive%20Summary%20RUSSIAN%20Final%20low%20resolution.pdf>
5. Кухта М.П. Соціальний потенціал людей старшого віку в сучасному українському суспільстві : дис. ... докт. соц. наук : 22.00.04. Київ, 2019. 448 с.
6. World Population Prospects 2019. Highlights. URL: [https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019\\_Highlights.pdf](https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf)
7. Розподіл постійного населення України за статтю та віком, 2021 рік. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/06/zb\\_rpn21\\_ue.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/06/zb_rpn21_ue.pdf)
8. Ukraine - Ratio of population aged 20-64 per population 65+ years. URL: <https://knoema.com/atlas/Ukraine/topics/Demographics/Dependency-Ratios/Potential-support-ratio-20-64-per-65>
9. Life expectancy at birth, total (years). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.LE00.IN>
10. Healthy life expectancy (HALE) at birth (years). URL: <https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/gho-ghe-hale-healthy-life-expectancy-at-birth>
11. Стратегія державної політики з питань здорового та активного довголіття населення на період до 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/10-2018-%D1%80#Text>
12. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
13. Бізнес і КСВ: як компанії впроваджують практики соціальної

відповідальності. URL: <https://delo.ua/opinions/biznes-i-ksv-jak-kompaniji-vprovadzhujut-praktik-372081/>

14. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр. URL: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/Vpliv-biznesu-na-CSR.pdf>

15. Топ-25 найкращих програм КСВ. URL: [https://www.dsnews.ua/ukr/vlast\\_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543](https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543)

16. Каталог КСВ-ініціатив. URL: [https://probono.org.ua/csr\\_research](https://probono.org.ua/csr_research)

17. Why ageism in the workplace still seems to be okay. URL: <https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2021/07/30/why-ageism-in-the-workplace-still-seems-to-be-okay/?sh=521cfc1e668d>

18. Фонд демократичних ініціатив. URL: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/1752750785fd209f785d5b3.14537781.pdf>

19. Combating ageism in the workplace is key for the sustainable future of work. URL: <https://unece.org/population/news/combating-ageism-workplace-key-sustainable-future-work>

20. AARP Research. URL: <https://www.aarp.org/research/>

21. Ейджизму тут не місце. URL: <https://mind.ua/publications/20229882-ejdzhizmu-tut-ne-misce-abo-yak-ukrayinski-kompaniyi-uspishno-pracyuyut-z-robotnikami-40>

22. Ейджизм по-українськи: чому молодь та людей старшого віку не беруть на роботу. URL: <https://thepage.ua/ua/style/life-style/ejdzhizm-chomu-poshukachiv-roboti-diskriminuyut-za-vikom>

23. Left Behind: Older Employees Feel Unwelcome in Corporate America. URL: <https://www.triplepundit.com/story/2020/ageism-age-discrimination-business/86226>

24. Цілі сталого розвитку – Україна 2020. Моніторинговий звіт. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/csr\\_prezent/ukr/st\\_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202020%20Monitoring\\_12.2020ukr.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/csr_prezent/ukr/st_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202020%20Monitoring_12.2020ukr.pdf)

25. Цілі сталого розвитку та Україна. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>

**Ганна ЛІХОНОСОВА,**  
доктор економічних наук, професор,  
Національний аерокосмічний університет імені  
М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

## **НІВЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТОРГНЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ПОВЕДІНКОВИХ ОБМЕЖЕНЬ**

Актуальність цього дослідження обґрунтована відсутністю в сучасних наукових розробках методології управління рівнем соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища, приросту добробуту регіональної громади, методів регулювання регіональної соціально-економічної напруженості за умов нових епідеміологічних умов існування бізнес-середовища України, зміни тенденцій міграційних потоків бізнес-середовища, реалізації Концепції впровадження цифрового обслуговування бізнес-середовища, що не завжди є зрозумілим та прийнятним для відповідних соціальних сегментів. Все це становить необхідність формування дієвого, реалістичного механізму нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища, що нині відбувається в умовах поширення невизначеності, турбулентності економічного розвитку та пов'язаних із ним соціальних наслідків.

Тенденції трансформації соціально-економічних відносин, нові умови існування бізнесу в часи світової пандемії, бурхлива турбулентність глобальних ринків, зміна тенденцій міграційних потоків, принципові зміни в моделях поведінки бізнес-середовища наразі створюють нові грані економічної нестабільності та соціальної несправедливості в нашій країні. Триває процес збільшення розриву у забезпеченості різних груп населення України доступом до якісних послуг (освітніх, медичних, логістичних), можливостей прийняття власних рішень, реалізації власних ініціатив, рівнем забезпечення економічними, соціальними, кваліфікаційними та іншими видами ресурсів. У цьому контексті наявним є поширення аспектів і форм соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища, яке стає перешкодою на шляху економічного розвитку та соціального прогресу країни в цілому.

Наявність епідеміологічних обмежень, економічних бар'єрів на інституціональному рівні, рівні соціуму і особистісному рівні (в результаті дискримінації чи відсутності здатності), перешкоджає

населенню в отриманні важливих соціальних товарів і послуг, обумовлює зменшення людських можливостей приймати власні управлінські та громадські рішення. Такі обставини створюють нові виклики та прояви феномену соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища. Відторгнення в сучасному українському суспільстві набуло більш витончених форм, коли ліквідація одних форм відторгнення не означає повного його усунення, а навпаки сприяє виникненню інших проявів: неможливість отримати якісну освіту, неототожнення себе з наслідками власних дій та вчинків, відсторонення від траєкторії розвитку держави тощо.

Наразі глобалізаційні виклики та міграційні тенденції в Україні тільки загострюють ситуацію із відторгненням бізнес-середовища, спряючи втраті економічної довіри до регуляторів бізнесу, формуванню позиції бездіяльності, незацікавленості та демотиваційності працівників і громадян.

Важливість даного дослідження обґрунтована нагальною необхідністю забезпечення умов для нівелювання відторгнення бізнес-середовища та створення концепцій його залучення. Дієвими інструментами для цього мають стати саме міждисциплінарні аспекти використання інформаційно-технічних можливостей країни. У зв'язку з цим поширення різних інструментів інформатизації, забезпечення доступу до інформації та розуміння можливостей її використання стане запорукою залучення бізнес-середовища до багатьох сфер життєдіяльності держави, збалансує рівень дохідності за регіонами України, поширить політику громадської активності та відкоригує українські міграційні потоки.

*Метою роботи* є: формування, реалізація та адаптація механізму нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища України з урахуванням усіх рівнів його прояву через розробку теоретико-методологічних засад і практичного інструментарію соціального залучення бізнес-середовища України засобами усунення економічної невизначеності та турбулентності, зокрема цифровізації соціальних гарантій бізнес-середовища України.

*Основною робочою гіпотезою* дослідження є припущення, що впровадження механізму нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища України, виявлення рівнів відторгнення, класифікація процесів відторгнення, визначення категорій та методів вимірювання соціально-економічного

відторгнення бізнес-середовища за рахунок реалізації інструментів цифровізації соціальних та економічних сервісів країни сприятиме забезпеченню достатніх умов існування бізнес-середовища, умов ведення господарської діяльності на відповідних територіях, усуненню проявів опортуністичної поведінки персоналу підприємств і досягненню оптимального рівня національної економічної безпеки українського суспільства.

*Загальним підґрунтям дослідження є припущення, що формування та подальша реалізація механізму нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища України на підставі впровадження технологій цифрової економіки стане запорукою подолання означених бар'єрів розвитку та активізації механізму соціального залучення бізнес-середовища. Зазначимо, що соціально-економічне відторгнення бізнес-середовища України виражається в низькому рівні життя, обмеженому доступі до якісної освіти (особливо вищої), неможливості отримати необхідні медичні послуги, недостатності доходів, поганих житлових умовах, низькому статусу на ринку праці і відсутності перспектив розвитку.*

Для універсалізації механізму регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємствах пропонується розглянути одну з можливих моделей управління об'єктом розвитку – модель системно-ситуаційного характеру. Причому досягти ефективного формування позитивних настроїв працівників бізнес-одниць, їхньої лояльності та прихильності можливо шляхом створення та прогресивного функціонування платформи інноваційної активності як основи створення сприятливих умов отримання, обробки та обміну інформаційними ресурсами, підвищення рівня знань та інформаційної культури всередині підприємства.

Отже, механізм побудови системно-ситуаційної моделі інформаційно-інноваційної активності персоналу підприємств базується на консолідації системного та ситуаційного уявлень підприємства та процесу його розвитку.

Системне уявлення визначається через такі системоутворюючі інваріанти:

А) граничні інваріанти ресурсів:

- час (Т) – гранично невідтворний ресурс, який задається стаціонарними інтервалами (минулого, поточного та майбутнього) часу (СІЧ), упорядкованих відповідно  $T^{mn} < T^n < T^{mb}$ ;

- знання (З) – гранично невичерпний ресурс, упорядкований відносно часу. Так,  $Z(T^{mn}) \leq Z(T^n) \leq Z(T^{m6})$  у припущенні, що знання з часом накопичуються, проте й втрачають свою цінність;

Б) граничні інваріанти розвитку:

- межа досконалості ( $P^a$ ) інформаційно-інноваційної активності персоналу, яка визначається ознаками рівня досконалості персоналу (середовище чистої трудової конкуренції);

- межа небезпеки ( $P^k$ ), досягнення якої призводить до передчасного зникнення функціональних ознак підприємства, припинення його функціонування або повної зміни сфери діяльності. Для інформаційно-інноваційної активності персоналу межею катастрофи може бути ситуація регулювання проявів активності, невідтримання накопичення знань і підвищення кваліфікації працівників.

Слід підкреслити, що названі межі виконують роль системоутворюючих інваріантів у тому чи іншому інтервалі часу і залишаються незмінними за будь-яких змін інших властивостей підприємства. Таким чином, наведено системне уявлення дає індикативні межі для формування, регулювання та вдосконалення інформаційно-інноваційної активності персоналу для подальшої побудови відповідного організаційно-економічного механізму регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємствах.

Ситуаційне уявлення інформаційно-інноваційної активності персоналу представляється через визначення його суттєвих властивостей у динаміці минулого ( $T^{mn}$ ), поточного ( $T^n$ ), тенденцій у майбутньому ( $T^{m6}$ ) та цільового ( $P^u$ ) його станів, які задаються стаціонарними інтервалами часу.

Консолідація системного та ситуаційного уявлень представляється через визначення системоутворюючих інваріантів для певного стаціонарного інтервалу часу, наприклад  $T^n$ :  $P^n(T^n)$ ,  $P^k(T^n)$  та визначення ситуаційних станів для деякого моменту часу в обраному стаціонарному інтервалі (1):

$$t_i \in T^n \quad P^m(t_i \in T^n), P^n(t_i \in T^n), P^r(t_i \in T^n), P^u(t_i \in T^n), \quad (1)$$

що дає можливість створити цілеспрямований проблемно-діагностичний механізм формування та розвитку інформаційно-інноваційної активності персоналу підприємств.

Під проблемою в цьому моделюючому механізмі слід розуміти негативне відхилення деякого із перерахованих ситуаційних станів

від бажаного стану (стратегічно цей стан адекватний стану досконалої інформаційно-інноваційної активності персоналу) в той чи інший момент відповідного стаціонарного інтервалу часу ( $t_k \in T$ ).

У загальному вигляді проблемно-діагностичний механізм можна представити в контексті математичного моделювання як систему підмножин Декартових добутоків множини системоутворюючих інваріантів (2):

$$\{(P^D, P^K)\}^2 \subseteq Z^{\text{інв}} \quad (2)$$

та множини ситуаційних часових станів на цільовий стан (3):

$$\{(P^M, P^n, P^T \times P^U)\} \subseteq Z^{\text{снт}} \text{ та } Z^{\text{інв}} \times Z^{\text{снт}} \quad (3)$$

Звідси можна вирахувати (4):

$$R^1 \subseteq \{(P^D \times P^K) \subseteq (P_1^D, P_1^K), \dots, (P_j^D, P_j^K)\}, \quad (4)$$

де:  $R_1$  множина проблем політики розвитку інформаційного простору підприємства, зокрема засобами ІПП;

$P_1^D, \dots, P_j^D$  – множина значень (кількісних чи якісних) системоутворюючих змінних інваріантів досконалості;

$P_1^K, \dots, P_j^K$  – множина значень системоутворюючих змінних інваріанту небезпеки;

$P_j^D, \dots, P_j^K$  – проблема політики розвитку підприємства у напрямі регулювання соціально-економічного відторгнення, тобто проблема визначення межі досконалості  $P_j^D$ , та межі небезпеки  $P_j^K$ , інформаційно-інноваційної активності персоналу відносно деякої змінної  $P_j$ . Наприклад, чисельності працівників, що виражають ознаки відторгнення на підприємстві.

$R_2$  – комплекс стратегічних проблем небезпечного цілеспрямованого до досконалості розвитку підприємства у напрямі регулювання відторгнення (5).

$$R_2 \subseteq Z^{\text{інв}} \times Z^{\text{снт}} = \{(P^D \times P^K) \times (P^M, P^n, P^T, P^U)\} = \{(P^D, P^M), (P^D, P^n), (P^D, P^T), (P^D, P^U), (P^K, P^M), (P^K, P^n), (P^K, P^T), (P^K, P^U)\}, \quad (5)$$

де перші чотири двоелементні множини складають клас стратегічних проблем удосконалення функціонування підприємства у напрямі регулювання відторгнення;

останні чотири двоелементні множини – клас стратегічних проблем небезпеки функціонування підприємства у напрямі регулювання відторгнення.

$$R_3 \subseteq (P^M, P^n, P^T) \times (P^U) = \{(P^M, P^U), (P^n, P^U), (P^T, P^U)\}, \quad (6)$$

де  $R_3$  – клас тактичних цільових проблем розвитку підприємства

у напрямі регулювання відторгнення;

( $P^M$ ,  $P^C$ ) – підклас цільових загальних проблем розвитку підприємства у напрямі регулювання відторгнення у минулому часі;

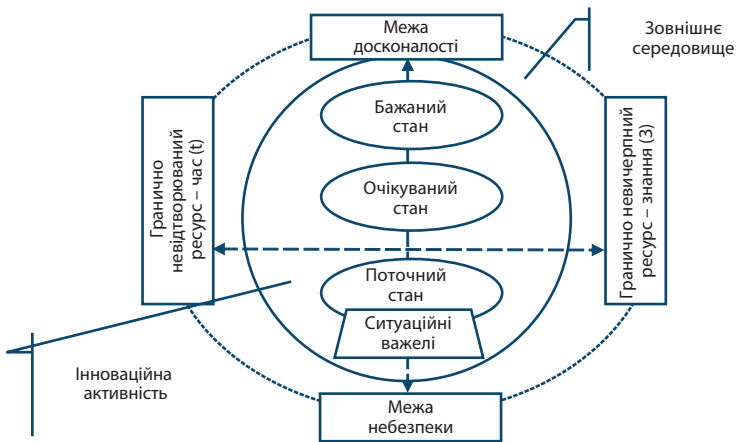
( $P^P$ ,  $P^C$ ), – підклас цільових поточних проблем розвитку підприємства у напрямі регулювання відторгнення;

( $P^T$ ,  $P^C$ ) – підклас попереджувальних превентивних цільових проблем розвитку підприємства у напрямі регулювання відторгнення.

Основною метою визначення та здійснення заходів щодо подолання цих проблем є запобігання поточних проблем розвитку інформаційно-інноваційної активності персоналу в системі функціонування підприємства.

Цілком очевидно, що необхідною умовою для визначення класів, підкласів та одиничних проблем є визначеність (якісна чи кількісна) системних і ситуаційних ознак, притаманних розвитку підприємства у напрямі регулювання відторгнення.

В узагальненому вигляді діагностичний механізм забезпечення інноваційної активності суб'єкта господарювання наведений на рисунку 1, з якого видно, що об'єкт дослідження в процесі свого функціонування, тобто циклічного виконання функції (зміни станів: цільовий поточний – очікуваний – бажаний), динамічно змінює свій стан розвитку в одному з протилежних напрямів (меж досконалості чи небезпеки) своєї діяльності.



**Рис. 1**

*Діагностичний механізм забезпечення інноваційної активності бізнес-одиноці*

Джерело: розроблено автором



Використовуючи запропонований механізм і усвідомлюючи рівень розвитку соціально-економічної системи у напрямі усунення відторгнення, можна визначити траєкторію подальшого розвитку бізнес-одиниці за даним вектором. Також, беручи до уваги проблемні аспекти на шляху розвитку суб'єкта господарювання, можна визначити комплекс проблем, які не лише наразі реально існують, а й можуть виникнути з часом на шляху досягнення інтерактивної інноваційної активності як заходу нівелювання відторгнення (Таблиця 1).

Із Таблиці 1 видно, що розв'язання відповідної системи проблемних напрямів діагностування інноваційної активності персоналу й є основою створення діагностичного механізму формування напрямів і шляхів визначення та поширення інноваційної активності, зокрема й персоналу підприємства як складної соціально-економічної системи з метою нівелювання проявів відторгнення.

**Таблиця 1**

*Проблемні напрями діагностування інноваційної активності персоналу в бізнес-одиницях*

№	Категорія проблемного напрямку діагностування інноваційної активності	Визначення проблемної межі діагностування інноваційної активності
1.	Превентивні проблеми безпеки	$\Delta \text{PKT} =   \text{PK} - \text{PT}  $
2.	Поточні проблеми безпеки	$\Delta \text{PKP} =   \text{PK} - \text{PP}  $
3.	Цільові проблеми безпеки	$\Delta \text{PKC} =   \text{PK} - \text{PC}  $
4.	Превентивні проблеми досконалості	$\Delta \text{PDT} =   \text{PD} - \text{PT}  $
5.	Превентивні цільові проблеми	$\Delta \text{PTC} =   \text{PT} - \text{PC}  $
6.	Поточні цільові проблеми	$\Delta \text{PKT} =   \text{PK} - \text{PT}  $
7.	Поточні проблеми досконалості	$\Delta \text{RPD} =   \text{RP} - \text{RD}  $
8.	Цільові проблеми досконалості	$\Delta \text{PCD} =   \text{PC} - \text{RD}  $

Джерело: розроблено автором

*Короткострокові результати реалізації дослідження:*

- проведення постійно діючих консультацій з питань урегулювання конфліктних ситуацій та усунення соціально-економічного відторгнення з метою зниження соціально-економічної напруженості та нормалізації міграційних потоків з України;

- розробка нових навчальних курсів і програм щодо підготовки громадських ініціатив та професійних компетенцій в умовах соціально-поведінкових обмежень і спрямованих на подальший розвиток механізмів соціально-економічного залучення бізнес-середовища України;

- моделювання системи нівелювання соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища з урахуванням принципів цифрової економіки та прогнозування міграційних потоків бізнес-середовища України.

*Довгострокові результати реалізації дослідження:*

- розробка стратегії регіональних соціально-економічних трансформацій щодо оцінювання достатності умов приросту добробуту бізнес-середовища відповідно до темпів усунення опортуністичної поведінки громадян;

- відкриття освітніх курсів підвищення кваліфікації фахівців економічного профілю та державних службовців для набуття досвіду щодо здійснення оцінювання приросту рівня добробуту бізнес-середовища та задіяння рефлексійних методів прогнозування результативності зниження рівня соціально-економічного відторгнення;

- формування парадигми забезпечення соціально-економічного залучення бізнес-середовища, використовуючи суспільні трансформації як важіль каталізації громадських регіональних ініціатив;

- допомога регіональним організаціям і громадським інституціям з метою створення спільних проєктів підтримки громадських ініціатив щодо розвитку, проведення соціально-економічних, урбаністичних, фінансових та інших реформ в українському суспільстві щодо усунення проявів соціально-економічного відторгнення.

*Практичні висновки та розроблені алгоритми є підґрунтям щорічних програм соціально-економічного розвитку регіональних програм залучення населення в пріоритетні сфери економічного розвитку країни в умовах глобалізаційних і національних викликів.*

Впровадження результатів дозволить одержати такі ефекти:

1) на національному рівні:

- *економічний ефект* полягає в усуненні проявів та форм соціально-економічного відторгнення населення, підвищенні

ефективності формування механізму зайнятості населення, забезпеченні достатності умов для приросту добробуту регіональних громад відповідно до запропонованих автором підходів; в розширенні можливостей продуктивної зайнятості; в усуненні соціально-економічної напруженості населення, зменшенні витрат бюджетів всіх рівнів на підтримання малозабезпечених верств населення, зменшення податкового навантаження на соціально-трудоу сферу;

- *соціальний ефект* проявляється у нарощенні соціального капіталу, підвищенні якості життя громадянина та сучасного працівника через подолання бар'єрів і розширенні можливостей у сфері освіти, охорони здоров'я, зайнятості; забезпеченні доступу населення до послуг соціальної сфери незалежно від місця проживання, мінімізації ризиків соціального відторгнення сільського населення; недопущенні виникнення осередків хронічної бідності та відторгнення серед внутрішньо переміщених осіб;

- *організаційний ефект* досягається завдяки оцінюванню фактичних рівнів соціального відторгнення населення, можливостей цифровізації економіки пріоритетних галузей та, на підставі цього, забезпеченні достатності умов приросту добробуту населення відповідно до принципів Стратегії подолання бідності населення України;

2) на регіональному рівні та на рівні підприємств:

а) для підприємств:

- економічні зиски забезпечені зменшенням проявів соціального відторгнення, адекватною оцінкою умов, що спонукають осіб до відторгнення різних його форм, підвищення ефективності інвестицій підприємств в людський капітал за рахунок реалізації прозорих механізмів соціально-економічного залучення персоналу підприємств;

- соціальні зиски полягають в посиленні соціальної відповідальності підприємств щодо персоналу, розвитку та затвердженні принципів корпоративної культури на засадах відповідальності, в створенні комплексних ціннісних орієнтирів розвитку для підприємства, працівників, споживачів і місцевих громад;

- організаційний ефект досягнуто за рахунок реалізації механізмів нівелювання соціального відторгнення персоналу та спрямування потоків робочої міграції в пріоритетні галузі економіки

засобами її цифровізації; впровадженні інновацій у процес управління соціально-економічним, дифузійним розвитком підприємств і регіонів;

б) для окремих працівників підприємств:

- економічні зиски проявляються у розширенні можливостей продуктивної зайнятості, зростанні рівня трудових доходів, підвищенні зацікавленості працівників у результатах їхньої праці через відповідні матеріальні мотиватори;

- соціальні зиски забезпечені через нарощення соціального капіталу, розширення можливостей освітнього та кваліфікаційного розвитку персоналу підприємств.

Цілісний економічний ефект від впровадження полягає в тому, що вчасне адекватне визначення та усунення різноманітних форм і проявів соціально-економічного відторгнення бізнес-середовища та оцінювання достатності умов приросту його добробуту в умовах соціально-поведінкових обмежень забезпечить збалансований, рівномірний соціально-економічний розвиток територій нашої держави, попередить занепад її периферійних територій, змінить напрями потоків робочої міграції, стане підґрунтям відтворення депресивних, зокрема, понівечених східних регіонів України.

## 1.2. НАУКОВІ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**Вікторія НАЗАРЕНКО,**  
студентка,  
Національний університет  
«Львівська політехніка»

### **ДОБРОЧЕСНІСТЬ У ВИКОРИСТАННІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК УМОВА ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

У нинішніх умовах сталий розвиток є глобальною стратегією виживання людства. Цілі сталого розвитку «виразно закликають бізнес застосовувати свій творчий та інноваційний потенціал для вирішення викликів сталого розвитку» [1]. Корпоративна соціальна відповідальність (далі - КСВ) є міцним фундаментом для сталого розвитку, адже орієнтує бізнес та інвесторів на задоволення суспільних потреб й інтересів, а не лише на максимізацію економічної вигоди.

В середині ХХ ст. поява концепції КСВ змінила пріоритети західного підприємницького світу щодо визначення цілей та місії бізнесу. Це стимулювало підприємства брати на себе зобов'язання з реалізації значущих внутрішніх і зовнішніх соціальних програм, результати яких сприяють розвитку підприємства, поліпшенню його іміджу як соціально відповідального суб'єкта, а також покращенню якості життя суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах [2].

У сучасній діловій практиці існує кілька підходів щодо трактування соціальної відповідальності бізнесу. Згідно із визначенням Світової ради компаній зі сталого розвитку, соціальна відповідальність бізнесу є довгостроковим зобов'язанням компаній щодо етичного ведення бізнесу та сприяння сталому економічному розвитку підприємства, громади і суспільства загалом. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності (заснований у 2006 р.) визначає КСВ як концепцію залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними заінтересованими сторонами. За результатами Форуму соціально-відповідального бізнесу, офіційно оприлюднене визначення трактує поняття КСВ як стратегію, що

репрезентує «відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем» [3].

Практикою доведено, що соціально-відповідальні компанії отримують ряд переваг, які є особливо відчутними в довгостроковій перспективі. Вони проявляються насамперед у посиленні корпоративної стійкості, зростанні інвестиційної привабливості. Однак є і скептики щодо КСВ. В Таблиці 1 на основі огляду літературних джерел нами узагальнено основні переваги й недоліки КСВ.

**Таблиця 1***Аргументи на користь і проти КСВ*

Перевага	Суть переваги	Недолік	Суть недоліку
Формування довіри стейкхолдерів до компанії	Покращення репутації, налагодження довгострокових стосунків з діловими партнерами, лояльність персоналу, довіра з боку споживачів	Порушення принципів максимізації прибутку	Спрямування частини ресурсів на соціальні потреби знижує прибутковість
Залучення інвестицій і підвищення інвестиційної привабливості	Інвестори збільшують свій інтерес до компаній, які добре висвітлюють свою КСВ, вважаючи, що у них нижчі нефінансові ризики	Витрати на соціальну залученість	Засоби, що спрямовуються на соціальні потреби, для підприємства є витратами і так чи інакше лягають на споживача
Сталий розвиток бізнесу у довгостроковій перспективі	Інтеграція КСВ у стратегічні цілі компанії та її бізнес-моделі підвищує корпоративну стійкість, знижує ризики	Недостатні вміння вирішувати соціальні проблеми	Персонал підприємств, як правило, позбавлений досвіду роботи з даними питаннями, оскільки краще всього підготовлений та обізнаний у сфері економіки

Відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти	Компанія позиціонує себе на світовому ринку як ефективна та гідна для прикладу організація, через що отримає можливість виходу на нові ринки	Неможливість забезпечення високого рівня підзвітності суспільству	До тих пір, поки не буде розроблено порядок підзвітності підприємств перед суспільством, компанії не будуть брати участь у соціальних заходах
Зростання залученості співробітників та їх лояльності до компанії	Зацікавленість перспективних і кваліфікованих кадрів у роботі в компанії, гарна робоча атмосфера в організації	Застосування соціальної відповідальності тільки з рекламною метою	Оманливе використання КСВ для залучення стейкхолдерів, яке потім призведе до втрати довіри до компанії цілком

Як бачимо, КСВ має і критиків. Останні для пояснення своєї позиції наводять факти, які свідчать, що нерідко КСВ використовується як «ширма» для отримання переваг.

Однією з переваг є підвищення лояльності до бренду. Тому нерідко компанії використовують неправдиву або напівправдиву інформацію, намагаючись покращити свою репутацію. Відповідно є науковці, які наголошують, що КСВ нерідко використовується, щоб завуалювати справжні цілі і водночас як спроба надати корпораціям «людського обличчя», уникнути звинувачень у неетичній поведінці; як підступний спосіб посилення влади корпорацій; одна з технологій світового домінування, за якої глобальний бізнес залишається все тим же бізнесом – економоцентричним, асоціальним. Зокрема, Колод А.М. зазначив, що концепція соціальної відповідальності підприємства є «модною димовою завісою у сфері бізнесу» [4].

Саме тому важливим завданням є виявлення тих компаній, які формально декларують свою прихильність до сталого розвитку та концепції КСВ, наводять інформацію про власну активність у сфері КСВ, однак на практиці вони не слідують цим принципам.

Метою даної роботи є наведення прикладів неправдивого інформування про соціальну відповідальність підприємств, а також напрацювання рекомендацій щодо виявлення та запобігання таким явищам.

Маємо наступні аналітичні дані:

- 68% споживачів Інтернету в США та Великобританії припиняють використання бренду через погану або оманливу КСВ;
- 84% кажуть, що негативний досвід екологічної ситуації може призвести до того, що вони перестануть купувати бренд;
- кількість споживачів, які заплатили б більше за екологічно чисті товари, зростає з 49% у 2011 році до 57% у 2019 році [5].

Тим не менше, незважаючи на багато суспільно-корисних результатів, яких корпорації здатні досягти за допомогою КСВ, ми все ще бачимо, що багато споживачів сприймають це як рекламний трюк, орієнтований на збільшення прибутку [5].

Найбільш популярною оманною, до якої звертаються компанії, є *Greenwashing* – акт представлення продуктів чи послуг організації як екологічно чистих лише заради маркетингу. Насправді продукт чи послуга не мають або навряд чи мають якісні екологічні переваги. Більше того, вони можуть діяти шкідливо по відношенню до навколишнього середовища, одночасно висуваючи протилежне твердження. Але компанія позиціонує їх як екологічно бездоганних і через це отримує конкурентну перевагу [6].

Одним із прикладів є електромобілі, які рекламуються як транспорт з «нульовими викидами». Це напівправда: хоча сам по собі електромобіль справді не має вихлопу під час руху, для виробництва електроенергії витрачаються горючі корисні копалини. Одна з лабораторій Массачусетського технологічного інституту довела, що за 1 км пробігу Tesla Model S P100D виробляється 226 г CO<sup>2</sup>. Так, це суттєво менше, ніж виробляє аналогічний за класом BMW (385 г), проте більше, ніж малолітражний бензиновий автомобіль (192 г) [7]. Ми переконані, що суспільство повинно мати доступ до інформації про переваги і небезпеки електромобілів, щоб споживачі могли зробити свідомий вибір, зокрема, керуючись мотивом нанесення мінімальної шкоди довкіллю.

Президент корпорації Toyota Motor Акіо Тойода назвав надмірним «хайп» навколо електромобілів. Тойода звернув увагу, що прихильники електромобілів не враховують викиди, які утворюються в результаті генерації електроенергії, а також витрати, пов'язані з переходом країни на електромобілі. Занадто поспішна заборона бензинових автомобілів, за його словами, «призведе до краху бізнесу автовиробників» і втрати мільйонів робочих місць. У такій країні як Японія, де основна частина електроенергії походить від спалювання вугілля і газу, перехід на електромобілі не допоможе навколишньому



середовищу, вважає Тойота. «Чим більше електромобілів ми виробляємо, тим гіршою стає ситуація з викидами CO<sup>2</sup>», – зазначив він [8].

Volkswagen випустив рекламну кампанію, що він використовував технологію, при якій викидається менше забруднюючих речовин. Пізніше виявилася, що Volkswagen сфальсифікував 11 мільйонів своїх дизельних автомобілів з «пристроями для запобігання» або технологією, призначеною для обману випробувань на викиди, і що транспортні засоби викидали забруднювальні речовини на рівні, що до 40 разів перевищує обмеження США. Федеральні органи змусили компанію виплатити 14,7 мільярдів доларів за оманливу рекламу [6]. Цим компанія порушила правило доброчесності у бізнесі, яке є фундаментальним у КСВ.

Тютюнові компанії у своїх нефінансових звітах заявляють про готовність замінити традиційні сигарети альтернативними продуктами заради збереження здоров'я споживачів. Однак лікарі заявляють про ризики, пов'язані з такими альтернативами, та доводять шкоду електронних сигарет.

Ще один приклад з «Нестле» (Nestlé). У 2018 році компанія «Нестле» заявила про свої «амбіції» до 2025 року зробити свою упаковку на 100% придатною для переробки або повторного використання. Однак екологічні групи і інші критики відзначили, що вона не вказала чітких цілей, термінів реалізації своїх амбіцій або додаткових зусиль щодо сприяння утилізації упаковки споживачами. Грінпіс відреагував на це, випустивши власну заяву, в якій було зазначено: «Заява Нестле щодо пластикової упаковки включає в себе всі ті ж «зелені» «дитячі кроки по боротьбі з кризою, яку вона допомогла створити. Це не приведе до значного скорочення одноразового використання пластика і встановлює неймовірно низькі стандарти для найбільшої в світі компанії з виробництва продуктів харчування і напоїв». У щорічному звіті Break Free From Plastic за 2020 рік компанія «Нестле», поряд з компаніями Coca-Cola і PepsiCo, третій рік поспіль була названа головним забруднювачем пластиком в світі.

У згаданому вище щорічному звіті організації Break Free From Plastic компанія Coca-Cola посіла перше місце в світі по забрудненню навколишнього середовища пластиком, другий рік поспіль займаючи перше місце. У 2020 році компанія потрапила під шквал критики,

коли оголосила, що не збирається відмовлятися від пластикових пляшок, заявивши, що вони користуються популярністю у покупців. Незважаючи на це, компанія стверджує, що домагається прогресу в боротьбі з відходами упаковки. У червні 2021 року екологічна організація Earth Island Institute подала позов проти цього гіганта з виробництва напоїв за неправдиву рекламу того, що компанія є стійкою і екологічною, незважаючи на те, що вона є найбільшим забруднювачем пластиком у світі.

Отже, з одного боку, великі компанії декларують свою прихильність до сталого розвитку, у своїх нефінансових звітах демонструють значні КСВ-активності, але шкода, яку вони спричиняють довкіллю, непорівнянно вище за ці благородні кроки.

У 2018 році Starbucks випустив «кришку без соломинки» в рамках своєї стратегії сталого розвитку, проте ця кришка містила більше пластика, ніж стара кришка і соломинка. Компанія не оскаржувала цього, але стверджувала, що вона зроблена з поліпропілену, загальноприйнятого пластика, який переробляється і який «можна вилловлювати в інфраструктурі переробки». Критики поспішили відзначити, що тільки 9% світового пластика переробляється, тому компанії не варто думати, що всі кришки будуть перероблені. Крім того, США експортують близько третини своєї переробки в країни, що розвиваються, тому компанія просто перекладає свою відповідальність на бідніші країни [9].

Такі приклади ми розцінюємо як недоброчесні дії компаній. Враховуючи, що тренд на сталий розвиток стає все більш популярним і, безперечно, безальтернативним для людства, економічні суб'єкти нерідко використовують його в рекламних цілях. Спростування неправдивої інформації може пройти «повз» стейкхолдерів, насамперед споживачів, а реклама «сталих» дій закарбується у них в пам'яті.

Приклади недоброчесних дій можна знайти й у вітчизняній практиці. Наприклад, популярний виробник морозива «Рудь» випустив новий продукт – енергетичний лід. Він продається в магазинах у морозильних камерах разом із морозивом, хоч і не призначений для осіб віком до 18 років. Проблема в тому, що цей продукт є у вільному доступі для дітей і надійшов на ринок влітку, коли діти масово купують морозиво. Але це «морозиво» по факту є замороженим енергетиком, який категорично не можна вживати дітям. Причому упаковка продукту схожа на упаковку згущеного

молока. Тобто дитина може придбати продукт навіть не підозрюючи, що саме насправді купує, а продавець, так само з неухважності – без проблем продати дитині продукт.

На маркуванні є попередження, що вживати «енергетичний лід» можна лише з 18 років, але воно приховане склеювальним швом пакування. Виробник формально не порушив закон. Його порушили реалізатори даної продукції. «NON STOP – це енергетичне морозиво-лід із кисло-солодким смаком барбарису й нотками грейпфрута, яке чудово освіжить у спеку! А ще – завдяки вітамінному комплексу, таурину й кофеїну – відмінно збадьорить!» – саме так описує своє морозиво ТМ «Рудь». І тільки через певний час у публікації з'явилося застереження, що даний продукт не рекомендовано вживати особам до 18 років. Компанія запевняє, що вміст енергетичних речовин у морозиві незначний.

Як зрозуміти, що компанія вводить в оману стосовно своєї КСВ? Ось ряд ознак:

- компанія проводить занадто гучні рекламні кампанії без жодних доведень ефективності та даних;
- проводиться бурхливе порівняння з конкуруючими компаніями;
- не подається жодних чітких формулювань.

Метою поширення неправдивих, неточних, неповних відомостей, які можуть вводити в оману клієнтів компанії, є одержання неправомірної переваги в конкуренції та збільшення прибутку, залучення інвесторів, в очах яких компанія прагне виглядати етичною і відповідальною.

Ціль сталого розвитку № 8 «Гідна праця та економічне зростання» передбачає, зокрема, вжиття заходів для викорінення примусової праці, захисту трудових прав та сприяння забезпеченню надійних і безпечних умов праці для всіх працівників, включно з трудящими-мігрантами, зокрема жінками-мігрантами та особами, які не мають стабільної зайнятості. Однак і розвинені країни зі стійкими традиціями КСВ не дотримуються зазначених вимог.

Одним із лідерів у сфері КСВ в Європі вважається Великобританія. У цій країні значну роль відіграє держава, а КСВ – самостійна сфера державного управління. Такі організації як TUC, Friends of the Earth і Amnesty International заявляють про систематичні порушення прав людини і екологічно руйнівні практики в глобальній діяльності і ланцюжках поставок британських компаній. Близько 30

організацій закликали Великобританію за прикладом європейських партнерів ввести закони про корпоративну відповідальність, що вимагають від компаній проведення комплексної перевірки дотримання прав людини і охорони навколишнього середовища в усіх ланцюжках поставок. Марк Дірн, директор Коаліції корпоративного правосуддя, яка підтримує цей заклик, зазначив, що «Великобританія зображує себе лідером у сфері бізнесу і прав людини, але це просто неправда. У Великобританії немає законів, що передбачають відповідальність корпорацій за порушення прав людини» [10].

Як бачимо, на практиці ще мають місце значні перешкоди на шляху досягнення сталого розвитку, як окремі компанії, так і цілі країни допускають порушення, при цьому прагнуть створити навколо себе образ соціально відповідальних. На нашу думку, шляхом до розв'язання цієї проблеми є посилення ролі держави, яка має бути «нічним сторожем» і вживати заходів для недопущення недобросовісних дій, прикриваючись іміджем соціально відповідального суб'єкта. В таблиці 2 нами наведено ключові сфери, в яких має бути посилено державне регулювання (на прикладі України).

**Таблиця 2**

*Основні напрями державного регулювання, що сприяють сталому розвитку*

Напрямок	Зміст	Державне регулювання	Добровільні дії компанії
Захист добросовісної конкуренції	Попередження та усунення будь-яких дій у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності	Створення дієвої нормативно-правової бази для регулювання порушень. Зокрема, в Україні чинний Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»	Подання правдивої інформації та даних про власну продукцію, послуги та дії компанії в цілому

Ухвалення жорсткого екологічного законодавства і суворий контроль за його дотриманням	Головною метою є регулювання відносин у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідації негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів	Ефективне еколого-правове регулювання, яке має на меті розв'язання сучасних екологічних проблем. Посилення штрафів за заподіяння шкоди навколишньому середовищу	Дотримання екологічних норм та стандартів у виробничій діяльності. Вихід на нові альтернативні способи і методи виробництва, які не завдають шкоди довкіллю
Охорона праці і трудових відносин	Додержання системи соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, які забезпечують збереження здоров'я і працездатність людини під час праці	Закон України «Про охорону праці» визначає основні положення щодо реалізації права громадян на охорону їхнього життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, регулює відносини між власником підприємства і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації й охорони праці в Україні	Одним із елементів управління охороною праці на підприємстві є створення служби охорони праці, яка може існувати в різних організаційних формах залежно від кількості працівників. Невід'ємним також є забезпечення працівникам гідних умов праці на підприємстві відповідно до вимог, стандартів, інструкцій

Отже, логічно припустити, що із зростанням популярності КСВ і пропагування сталого розвитку, побільшає недобросовісних компаній, які використовуватимуть КСВ скоріше в рекламних цілях, аніж для сприяння сталому розвитку. Тому функцію гаранта захисту зацікавлених сторін від неправдивої інформації повинна взяти на себе держава.

## Список використаних джерел

1. Компас Цілей сталого розвитку. Посібник для досягнення ЦСР в сфері бізнесу, 2018. [online] URL: [https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic\\_governance/SDG-compass-for-business-action-on-the-SDGs.html](https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/SDG-compass-for-business-action-on-the-SDGs.html).
2. Гальчак Х.Р., 2016. Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності. [online] URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2746/visnyk2016-69-74.pdf>.
3. Клименко І.М., 2018. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. [online] URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8\\_2018/107.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/107.pdf).
4. Колот А. М., 2014. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. [online] URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32615153.pdf>.
5. Корпоративна соціальна відповідальність. Як не знищити бізнес власними руками. [online] URL: <https://proidei.com/kvs-3001/>.
6. What Is Greenwashing? – Types & Examples. [online] URL: <https://www.feedough.com/what-is-greenwashing-types-examples/>.
7. Соціальна відповідальність: бізнес-стратегія, «піар» чи самообмеження? [online] URL: <https://business.ua/uk/sotsialna-vidpovidalnist-biznesstrategiia-piar-chy-samoobmezhenia>.
8. Глава Toyota розкритикував наміри країн переходити на електромобілі для покращення екології. [online] URL: <https://mind.ua/news/20219933-glava-toyota-rozkritikovav-namiri-krayin-perehoditi-na-elektromobili-dlya-pokrashchennya-ekologiyi>
9. 10 Companies and Corporations Called Out For Greenwashing. [online] URL: <https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>.
10. Rights groups join forces to call for UK corporate accountability laws. [online] URL: <https://www.theguardian.com/environment/2021/jul/04/rights-groups-join-forces-to-call-for-uk-corporate-accountability-laws>.

**Лілія ЗЕЛЕНЮК-ДЖУНЬ,**  
аспірантка,  
Національний транспортний університет

## **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ – СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Потреба в етичності та соціальній відповідальності бізнесу зростає щороку. На сьогодні практично у кожній країні світу дуже швидко і безповоротно відбуваються структурні зміни у соціально-економічній системі суспільства, які прискорені пандемією COVID-19. З огляду на те, що відбувається цифровізація економіки, розвиток високотехнологічних виробництв, які розширюють технічні і організаційні можливості, посилюється частка нематеріальних активів у виробництві, змінюється зміст праці, функції працівників, галузева структура зайнятості та потреби споживачів товарів і послуг, сталий розвиток стає запорукою якісного економічного зростання і формування моделі держави загального добробуту, що обумовлює актуальність дослідження. Головною рушійною силою економічного зростання і сталого розвитку є бізнес, який реалізовує політику корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), відповідно до якої компанія повинна враховувати наслідки впливу своєї виробничої діяльності на довкілля й соціальну сферу, а також турбуватися про якість життя майбутніх поколінь. Адже система індикаторів сталого розвитку ООН включає в себе не лише індикатори екологічного та економічного аспектів, але й індикатори соціальних та інституційних аспектів сталого розвитку.

Метою роботи є дослідження практичного досвіду вітчизняних і закордонних компаній щодо реалізації проєктів корпоративної соціальної відповідальності бізнесу як інструменту управління сталим розвитком та формування моделі ефективної реалізації проєктів КСВ національними компаніями, яка функціонуватиме на принципі інклюзивності.

Корпоративна соціальна відповідальність почала розвиватися у 1960-х роках, коли громадські активісти поставили під сумнів тезу, що головне завдання бізнесу – це максимізація прибутку будь-якими засобами, наприклад, через дискримінацію жінок на робочих місцях, переважно в оплаті праці, забруднення навколишнього середовища тощо [1]. На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність нерозривно пов'язана з бізнесом 21 століття, тому вона все частіше

посідає чільне місце і в українських компаніях. Бідність, гендерна нерівність, безробіття, дискримінація, пандемія, екологічні катастрофи – соціальні проблеми, до розв’язання яких можуть залучатися компанії. Проте йдеться не лише про грошову допомогу.

У 2010 році прийнято першу всесвітньо узгоджену інструкцію для запровадження КСВ «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000», на яке посилаються всі, хто займається КСВ [2]. Більшість компаній виділяє п’ять основних напрямів, які є ключовими згідно з міжнародним стандартом: відкрита та прозора взаємодія із зацікавленими сторонами; соціальна захищеність та дотримання прав працівників; безпека та охорона праці; заходи для мінімізації впливу на навколишнє природне та соціальне середовище; проекти для розвитку і благополуччя громад, в яких працює компанія.

Для пришвидшення реалізації бізнесом проектів КСВ 4 січня 2020 року Кабінет Міністрів України прийняв рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Відповідно до цієї Концепції в Україні заохочуватимуть компанії дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу [3]. Водночас серед головних перешкод впровадження політики КСВ у компаніях можна виокремити: дефіцит фінансових ресурсів; відсутність розуміння ролі проектів КСВ та мотивації для їх реалізації, які розглядаються лише як додатково витрачені матеріальні, фінансові та людські ресурси, що не приносять результату; нестабільну політичну ситуацію в країні; недосконалість нормативно-правової бази та податковий тиск; несприятливе бізнес-середовище; корупцію; бюрократичні перешкоди; обмежену культуру співпраці; недостатнє усвідомлення місії бізнесу; недооцінення значення соціальних проектів у сталому розвитку.

На жаль, в Україні корпоративна соціальна відповідальність сприймається як благодійність, що примітивізує саме поняття КСВ. На відміну від благодійних пожертв, КСВ фокусується на тому секторі економіки, у якому працює компанія, саме туди вона залучає працівників та громадськість. Здавалося б, що проекти КСВ є доброю ініціативою бізнесу, але на наше глибоке переконання, головною причиною виникнення потреби у впровадженні КСВ є несправедливий розподіл результатів праці і концентрація капіталів у руках незначної кількості людей, що призводить до вагомих диспропорцій між доходами власників компаній та найманих працівників. Такі порушення справедливого розподілу призвели до



виникнення окремої категорії найманих працівників – «працюючі бідні». Максимізація прибутку та посилення конкурентних переваг на ринку за рахунок технічних, технологічних та інформаційних переваг, з відповідними дисбалансами в оплаті праці, призводить до утворення надлишків, які не можуть бути інвестовані компаніями у розвиток через недостатній споживчий попит на ринку. Вони спрямовуються у соціально відповідальні проекти. Деякі критики корпоративної соціальної відповідальності стверджують, що це просто стратегія, яка дозволяє компаніям «відбілити» свою репутацію, приховати будь-який негативний вплив, який вони чинять на суспільство, щоб утримати свій імідж або ж покращити свій бренд, досягнути конкурентних переваг та завоювати симпатії споживачів продуктів компанії. Також є припущення, що деякі компанії використовують КСВ як приховану агітацію під час виборчих кампаній. Результати аналізу взаємозв'язків між репутацією у сфері КСВ та заробітною платою працівників, який був проведений дослідниками Університету Осло, показали, що фірми з високою репутацією виплачували нижчу заробітну плату в середньому на 38%, ніж фірми з низькою репутацією. Крім того, у компаніях було виявлено сильний зв'язок між гендерною рівністю та КСВ, бо жінки на тих же посадах заробляють на 19% менше. При цьому вчені припускають, що жінки схильні працевлаштовуватися до більш соціально відповідальних фірм [4].

Водночас КСВ проявляється у щоденних діях компанії по відношенню до якості послуг, довкілля, працівників і суспільства в цілому – це передусім партнерство на засадах концепції win-win, коли в результаті взаємодії задоволені лишаються і бізнес, і суспільство. Підсумовуючи можна зробити висновок, що лише модель нерозривного взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу з гідним рівнем оплати праці найманих працівників та створенням необхідних умов праці є запорукою ефективності проєктів КСВ.

Прикладом може слугувати діяльність «Нової пошти». Після початку збройної агресії проти України у 2014 році компанія запустила соціальний проєкт «Гуманітарна пошта України», який надав можливість волонтерським групам безкоштовно відправляти і отримувати гуманітарні вантажі в будь-якій філії компанії [5]. У 2015 році проєкт був відзначений нагородою в номінації «Бізнес, який змінює країну» від Центру «Розвиток КСВ» в Україні. Але, коли у 2018 році компанію звинувачували у несплаті податків шляхом переводу безготівкових коштів в готівку та формування фіктивного податкового

кредиту з проведенням безтоварних операцій, велика кількість людей виступили на захист компанії і публічно заявили про підтримку «Нової пошти», що свідчить про завоювання лояльності та довіри у споживачів. Виявилось, що разом бізнес і суспільство є набагато сильнішими і більш організованими, щоб протистояти державі.

Вдалим прикладом впровадження КСВ є АТ «Прикарпаттяобленерго», бо у 2011 році компанія розробила та затвердила «Політику з корпоративної соціальної відповідальності», і з того часу соціальна відповідальність підприємства – це не лише постійна благодійна підтримка інтернатів, а й популяризація дитячої електробезпеки в освітніх закладах міста волонтерами компанії, вдосконалення у сфері обслуговування та клієнтоорієнтованості, впровадження зручних сервісів для споживачів. В умовах пандемії прикарпатські енергетики закупили те, що було першочергово необхідним для роботи лікарень у цілому. Також АТ «Прикарпаттяобленерго» долучилося до ініціативи Міністерства молоді та спорту України, Центру «Розвиток КСВ» та Фонду ООН у галузі народонаселення. 9 вересня 2021 року під час онлайн-форуму «Бізнес і молодь: Ефект WOW від співпраці» компанія підписала «Пакт заради молоді-2025», метою якого є створення освітніх програм для молоді України та їх працевлаштування. АТ «Прикарпаттяобленерго» стала першою компанією в Івано-Франківській області та першою компанією енергетичної сфери, яка підписала цей Пакт [6]. Беззаперечно, маючи справу з такою компанією, працівники відчують впевненість, підтримку та бажання працювати. Водночас, що створює дисбаланс у сприйнятті іміджу компанії, споживачі енергоресурсів скаржаться на високі тарифи.

Утім, чи вирішує КСВ найгострішу проблему сучасності – проблему розшарування населення і його бідності? Адже бідність – не лише соціально-економічна категорія. Це, передусім, відсутність можливостей для розвитку кожної людини та брак ресурсів для її благополучного життя. Зайнятість, насамперед, повинна забезпечувати гідну оплату праці. Тому під час пошуку роботи більшість кандидатів цікавиться саме фінансовим питанням, а вже потім стабільністю компанії на ринку, можливістю власного кар'єрного росту, цікавим наповненням робочого процесу, наявністю соціальних пакетів та проектів соціальної відповідальності.

За даними 2020 року рівень бідності серед українців становив 50%, хоча очевидно, що велика частка ВВП ще розподіляється через тіньову економіку [7]. Оскільки подолання бідності є першою з 17-ти

Цілей сталого розвитку Порядку денного сталого розвитку ООН на період до 2030 року, то починати потрібно саме з її подолання. За статистичними даними ООН близько 10% населення світу (до пандемії) жили в умовах крайньої бідності і намагалися задовольнити найнеобхідніші потреби, такі як охорона здоров'я, освіта, доступ до води тощо. На кожних 100 чоловіків тієї ж вікової групи 122 жінок у віці від 25 до 34 років живуть у злиднях, а понад 160 мільйонів дітей ризикують продовжувати жити в умовах крайньої бідності до 2030 року. Крім того, бідність сприяє насильству та перешкоджає розвитку стабільних політичних інститутів. Тому, розглядаючи орієнтири 2030 року, КСВ компаній, у першу чергу, має зосереджуватися саме на рівності можливостей, прав, доступу до економічних ресурсів та розподілу результатів праці незалежно від гендерних ознак.

Також можна спостерігати, як деякі компанії в період пандемії COVID-19 реалізовували соціальні проекти, паралельно збільшуючи вартість своїх товарів чи послуг, або ж використовували важкий період для власного піару. Зрозуміло, що це інстинкт самозбереження, але саме в такий критичний період КСВ компаній перетворилась на карго культ. Водночас деякі компанії почали миттєво реагувати на ситуацію і впроваджувати важливі КСВ-проекти. Прикладом є ІТ компанія Intellias у Львові, яка навесні 2020 року виділила півтора мільйона гривень на закупівлю десяти тисяч тестів для швидкої діагностики коронавірусу [8]. За кейс COVID-19 response компанія отримала нагороду в номінації «Бізнес, що змінює країну» у XI Конкурсі КСВ кейсів від Центру «Розвиток КСВ». Ще одна ІТ компанія SoftServe виділила 10 мільйонів гривень для підтримки медичних закладів, де було розташовано офіси компанії. А також компанія надала професійну допомогу в розробці інтернет-платформи «STOP COVID-19» та чатботів для Львівської обласної державної адміністрації [9].

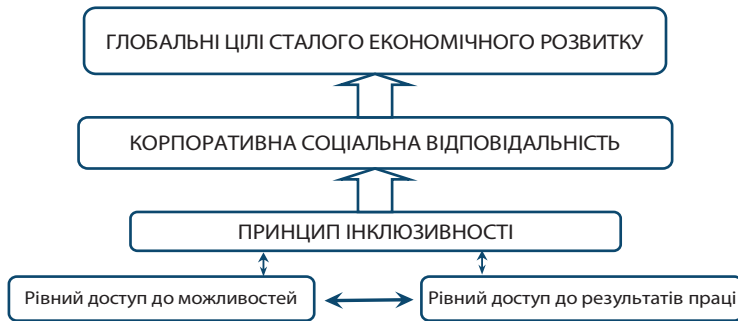
Крім того, пріоритетним для бізнесу є створення чітких, прозорих та зрозумілих умов державного регулювання КСВ, як у більшості розвинених країн. Враховуючи, що національне законодавство містить двояке тлумачення певних правил та норм щодо регулювання КСВ, у бізнесі можуть виникати певні податкові ризики. Наприклад, у Норвегії існує відповідний орган – Міністерство корпоративної соціальної відповідальності. У 2017 році парламент Франції прийняв довгоочікуваний закон, що встановлює обов'язок найбільших французьких компаній оцінювати та вирішувати негативні наслідки бізнес-діяльності для людей та планети відповідно до

щорічних планів спостережень, що стало історичним кроком уперед у регулюванні діяльності ТНК [10]. Ще у 2018 році Франція ухвалила закон про рівність заробітної плати за гендерною ознакою, який покликаний усунути розрив у зарплаті між працівниками чоловічої та жіночої статі. Данія є країною з амбітною політикою корпоративної соціальної відповідальності. Уряд Данії є одним із світових лідерів у просуванні КСВ, бо має комплексну стратегію, починаючи від інструментів КСВ та діалогу між багатьма зацікавленими сторонами до законодавчих вимог щодо звітності з КСВ [11]. Тому соціальна відповідальність українських компаній потребує більшої уваги від держави, що не має базуватися виключно на фіскальній політиці. Варто підкреслити, що впроваджувати КСВ значно легше на національному рівні, тому жителі маленьких міст, сіл, селищ часто виключені з соціальних проєктів вітчизняних компаній.

Показовим і гідним для наслідування є досвід реалізації концепції соціальної відповідальності у всіх напрямках роботи мережею кав'ярень Starbucks. З 1998 року Starbucks та Conservation International співпрацюють, щоб продемонструвати, що каву можна вирощувати таким чином, щоб підтримувати громади та охороняти довкілля. Соціальна відповідальність компанії проявляється в одночасному захисту біорізноманіття через екологічність виробництва кави та збільшення доходів фермерів на 60% за рахунок цього. Лише у 2019 році компанія Starbucks навчила понад 88 000 фермерів у своїх освітніх центрах, інвестувала 46 мільйонів доларів у кредити для фермерів за допомогою своєї програми Глобального фермерського фонду та надала 5 мільйонів доларів у вигляді грантів на підтримку жінок у спільнотах, що вирощують каву та чай по всьому світу [12]. Також наведемо досвід компанії Ford Motor Company, яка збільшила інвестиції в електрифікацію автомобілів до 22 млрд доларів (з початкових 11 млрд доларів) і має за мету до 2050 року перейти на виробництво транспортних засобів з нульовим балансом викидів вуглецю. До того ж компанія приділяє увагу справедливій оплаті праці, принципам різноманітності, рівності та інклюзивності. Компанія Netflix пропонує своїм працівникам 52 тижні оплачуваної відпустки по догляду за дитиною, яка поширюється на обох батьків. Це можна зробити в будь-який час, який відповідає потребам батьків, вони можуть повертатися до роботи, а потім поновлювати відпочинок за бажанням чи потребою. Компанія Spotify пропонує подібну програму, хоча і на коротший термін – 24 тижні оплачуваної відпустки. Запуск цієї соціальної ініціативи призвів до стрибка кількості заявок

на працевлаштування у цій компанії [13].

Підсумовуючи, можна зробити висновки, що компанії мають усвідомлювати рівень свого впливу на різні сторони життєдіяльності суспільства, включаючи економічні, соціальні та екологічні. Українським підприємствам було б доцільно перейняти досвід іноземних партнерів і втілити аналогічні заходи для впровадження КСВ, і не лише в приватному секторі, але й державному, де соціальна відповідальність знаходиться на найнижчому рівні. Водночас в процесі впровадження проєктів соціальної відповідальності пріоритетним залишається питання забезпечення добробуту найманих працівників через реалізацію політики гідної оплати праці в компаніях і створення необхідних умов праці, що дасть можливість працівникам самостійно визначати свої потреби і рівень необхідних благ. Виходячи з цього, вважаємо, що глобальні Цілі сталого розвитку, які реалізуються бізнесом завдяки проєктам КСВ, повинні базуватися на принципі інклюзивності, а саме: забезпечувати рівний доступ до можливостей та результатів праці. Лише інклюзивно орієнтовані проєкти КСВ є інструментом вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем, бо вони є людиноцентричними та орієнтованими на подолання нерівності і бідності, сприяють добробуту усіх верств населення, зокрема працюючих осіб, підвищують освітній рівень та дотримання прав людини, створюють екологічне середовище для життя тощо. Інклюзивність КСВ полягає у задоволенні нагальних потреб суспільства за рахунок ініціатив бізнесу. Усі учасники цього процесу повинні брати активну участь для отримання позитивного результату при рівних можливостях. Модель ефективної реалізації КСВ, побудована на принципі інклюзивності, передбачає, що кожен суб'єкт економіки є важливим і цінним для суспільства, а найголовніше, здійснюючи економічну діяльність, може задовольнити усі свої потреби, не спричиняючи шкоди природі та іншим людям (рис.1). Окрім того, інклюзивність передбачає економіку максимальної зайнятості та екологічну взаємодію домогосподарств, бізнесу і держави. Планета - одна для всіх, і з цієї планети нам нікуди не дітись, потрібно думати і діяти так, аби вона залишалась комфортним та інклюзивним місцем для життя. Тому, якщо ми хочемо змінювати себе, свій бізнес чи громаду, то починати потрібно із реалізації кожної Цілі сталого розвитку, враховуючи принцип інклюзивності, а не використовувати корпоративну соціальну відповідальність лише як інструмент маркетингу. Це, перш за все, та цінність, за допомогою якої компанія робить цей світ кращим, реалізуючи свою місію.

**Рис.1**

*Модель ефективної реалізації проєктів КСВ*

Соціальна відповідальність бізнесу має проявлятися в органічній реалізації Цілей сталого розвитку, бо імітація завжди програє. КСВ є не просто «поривом великого і доброго серця», а системним процесом. Найчастіше бізнес, який тільки робить перші кроки у КСВ, повністю фокусується на проблемах, з якими працює, але забуває про стратегію, яка має гармонізувати інтереси усіх зацікавлених сторін за рахунок дотримання принципу інклюзивності.

### Список використаних джерел

1. Стефан П. Робінс, Девід А. Де Ченцо. Основи менеджменту. Київ: Основи, 2002. – 671 с.
2. ISO 26000 Social Responsibility. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.
3. В Україні схвалено концепцію розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року // Офіційний сайт Міністерства економіки України. 24.01.2020 р. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?id=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828>.
4. Is corporate social responsibility associated with lower wages? // The Journalist's Resource. May 22, 2013 URL: <https://journalistsresource.org/economics/is-corporate-social-responsibility-associated-with-lower-wages/>.
5. «Гуманітарна пошта України» // Офіційний сайт компанії «Нова пошта». URL: [https://novaposhta.ua/humanitarian\\_post](https://novaposhta.ua/humanitarian_post).
6. Офіційний сайт АТ «Прикарпаттяобленерго». URL: <https://>

[www.oe.if.ua/uk](http://www.oe.if.ua/uk).

7. Офіційний сайт Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи. URL: <https://idss.org.ua/index>.

8. Intellias у 2020: рік викликів, змін та перемог // Офіційний сайт IT-компанії Intellias. 28.01.2021 р. URL: <https://www.intellias.ua/blog/intellias-in-2020>.

9. Кейс компанії Softserve // CSR Ukraine. 22.04.2020 р. URL: <https://csr-ukraine.org/keys-kompanii-softserve/>.

10. A historic first step: France adopts corporate duty of vigilance law // European Coalition for Corporate Justice. February 21st, 2017. URL: <https://corporatejustice.org/news/a-historic-first-step-france-adopts-corporate-duty-of-vigilance-law/>.

11. Focus on CSR // Danish Business Authority. URL: <https://danishbusinessauthority.dk/focus-csr>.

12. 2019 Report: Leading in Sustainability // Starbucks Stories & News. June 24, 2020. URL: <https://stories.starbucks.com/stories/2020/2019-report-leading-in-sustainability/>.

13. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully // Digital Marketing Institute. September 1, 2021. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>.

**Ольга ПШЕНИЧНА,**  
студентка,  
Київський національний  
лінгвістичний університет

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*Вступ.* У цій науковій роботі визначено соціально-економічну сутність корпоративної соціальної відповідальності, наведено ознаки інноваційно-економічного розвитку держави, запропоновано шляхи виведення української економіки на шлях створення реальних умов для її стійкого розвитку та успішної діяльності великих корпоративних структур як провідників промислової, інноваційної, науково-технологічної та соціально відповідальної політики.

*Актуальність наукової роботи.* Інтереси України на національному та державному рівні вимагають розв'язання стратегічних проблем розвитку нашої країни через різноманітні задачі та питання, які пов'язані з жорсткою конкурентною боротьбою, котра вже сьогодні відбувається на внутрішньому та зовнішньому ринках між вітчизняними та іноземними виробниками товарів і послуг, які стали помітними в конкуренції великих та малих підприємств, компаній та організацій в економічній, технічній і соціальній сферах, які виборюють своє місце в сучасній інноваційній економіці шляхом сталого розвитку та соціально відповідального підприємництва.

На сьогоднішній день сталий економічний розвиток визначається не фактором наявності сировини або ринків збуту, але можливістю для підприємств долучитися до ринку висококваліфікованих трудових ресурсів, наукових винаходів і новітніх технологій. Він є неможливим без становлення інноваційної моделі розвитку та принципів корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), які працюють у такому колообігу «освіта-наукові дослідження та розробки-виробництво товарів та послуг, етика бізнесу-сучасний ринок» [1].

*Наукова новизна.* Недостатньо дослідженим в українському науковому середовищі все ж таки залишається питання поєднання двох радикально важливих складових: інноваційного розвитку економіки та корпоративної соціальної відповідальності



підприємництва в умовах глибокого, докорінного реформування економіки, мета якого полягає не лише в прибутковості бізнесу та економічному зростанні підприємств, але, в першу чергу, в набутті ним соціальної відповідальності перед суспільством, що становить основу стабільного економічного розвитку держави.

*Метою* наукової роботи є визначення впливу корпоративної соціальної відповідальності підприємств на інноваційний розвиток сучасної економіки України.

*Практичне значення.* Матеріали наукової роботи можуть використовуватись у навчальних дисциплінах: «Економіка підприємства» для соціологічних та економічних спеціальностей.

#### *Інноваційний розвиток економіки в Україні*

Покращення справ в економіці, підвищення рівня життя населення неможливі без активної господарської діяльності, без розвитку світогляду та системи цінностей, які спонукали б людину виявляти ініціативу, відповідальність та самостійність. Важливе місце в системі базових цінностей інноваційного ринкового світогляду належить саме соціально відповідальному підприємництву. Адже саме усвідомлення своєї місії підприємця в ринковій трансформації економіки дозволяє посилити потенціал підприємницького сектора, довести його суспільну значущість.

Самостійність господарювання, ініціативний, творчий, морально-відповідальний підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки проблем. Вони пов'язані з інноваційним пошуком ринкових можливостей, дослідженнями у сферах маркетингу, управління фінансами, використання ресурсів, залучення інвестицій та ведення соціально-відповідального бізнесу.

Орієнтація України на інноваційний розвиток економіки, без якого неможлива успішна інтеграція України у світову економічну систему, ставить перед вітчизняними компаніями нові завдання, важливість яких пов'язана саме із соціальною відповідальністю, тобто, на державному рівні – відповідальність перед суспільством і, окремо перед кожним громадянином, та на підприємницькому рівні – відповідальність перед самою державою, своїм колективом та споживчим сектором економіки.

Підприємницька діяльність є елементом загальнокультурного й економічного розвитку країни. Цей вид діяльності має розв'язувати конкретні соціальні проблеми на підґрунті морально-етичних уявлень про цінність підприємництва. Інакше кажучи, підприємець

несе соціальну відповідальність за розпочату справу та її розвиток не тільки перед собою, але й перед партнерами, з якими він веде свій бізнес, та перед суспільством у цілому.

Аналізуючи історичний розвиток соціальної відповідальності підприємств, слід зазначити факт впливу міжнародних організацій на процес формування її основних засад: Організації Об'єднаних Націй (далі – ООН) та її агенції [2], Європейського Союзу з його інституціями [3], Міжнародної організації праці [4], провідних світових бізнес-структур і громадських організацій.

Виділяючи ООН як одну з головних організацій у процесі формування практичних засад соціальної відповідальності, треба наголосити на Глобальному договорі, який є добровільною міжнародною ініціативою, що об'єднала компанії з агенціями ООН, робочою силою та громадськістю для підтримки універсальних соціальних принципів. На сьогодні до Глобального договору залучені сотні компаній з усіх регіонів світу, які працюють над розширенням десяти універсальних принципів, які своєю чергою розмежовуються у сферах захисту прав людини, навколишнього середовища, охорони праці та антикорупційних заходів [5].

З погляду відомого економіста М. Фрідмана, соціальна відповідальність підприємства полягає у зростанні і максимізації прибутку [6]. За іншим визначенням, соціальна відповідальність підприємства – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [7]. Згідно з підходом Світової ради компаній зі сталого розвитку, соціальна відповідальність підприємства – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та навколишнього суспільства. Організація «Бізнес за соціальну відповідальність» визначає корпоративну соціальну відповідальність як «таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом». Це визначення дещо ширше, оскільки охоплює прийняття ділових рішень, які б відображали «етичні цінності, юридичні вимоги, а також повагу до людей, громад та довкілля» [8]. Тож, можна сказати, що корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів.

Разом з цим соціально-економічні фактори є не менш важливими для інноваційного розвитку. Так, за даними дослідження ООН щодо українського бізнесу, в середньому 49,1% підприємств взагалі не відстежують соціальні наслідки інноваційного розвитку, іноді це роблять 29,4% підприємств і лише 5,3% використовують для оцінки чіткі показники [9]. Як свідчить закордонний досвід, питанням корпоративної соціальної відповідальності підприємства значна увага приділяється у Франції. В цій державі діє закон, згідно з яким кожна компанія державної форми власності, що займається підприємницькою діяльністю, зобов'язана один раз на рік звітуватися щодо соціальних програм та соціальних перспектив інноваційної діяльності. Що ж до України, то наша держава поки що стоїть на порозі впровадження корпоративної соціальної відповідальності в сучасну економіку, при цьому ефективність інноваційного розвитку набуває все більшої актуальності на конкурентному ринку.

Донедавна витрати, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю, могли собі дозволити лише великі, транснаціональні компанії (далі – ТНК). Але і малі підприємства, аби втриматися на конкурентному ринку, також змушені інтегрувати в свою систему менеджменту принципи КСВ у зв'язку з підвищенням вимог (як з боку законодавства, так і з позицій стандартизації та сертифікації) до відповідального ведення підприємницької діяльності, у тому числі до непрямой відповідальності за своїх постачальників та використовуваними ними ресурси. Крім того, присутній фактор, котрий змушує малі та середні підприємства впроваджувати принципи КСВ, – ці підприємства значно менш мобільні порівняно з ТНК. Їхній підхід до інвестування та експлуатації обладнання відповідальніший і більшою мірою враховує особливості місцевого споживача. Деякі малі, сімейні, індивідуальні підприємства є носіями релігійних чи філантропічних цінностей їхніх керівників, до того ж у таких підприємств існує більше зв'язків із місцевим, громадським, відповідальним та культурним середовищем. Саме вони в порівнянні з великими ТНК враховують місцеві ризики.

На сьогодні головна проблема, яка заважає ефективному становленню умов для інноваційного розвитку, полягає у слабкості політики нашої держави щодо підтримки відтворення промислового капіталу. Сектор малих і середніх підприємств нині не в змозі вийти на позиції, порівняні з ТНК високо розвинутих країн, і не слугує базою для створення ефективних господарських структур. Проблема ефективного соціального підприємництва не може бути розв'язана

лише в площині надання державою значних свобод приватному капіталу.

Для забезпечення швидкого зростання соціально-орієнтованого корпоративного сектора, держава повинна дотримуватися досить складної стратегії, вибираючи кожного разу політику, адекватну тій чи іншій стадії модернізації, і своєчасно змінюючи її при переході від однієї стадії до іншої. Тут можна згадати, що теорія стадій зростання – одна з перших концепцій теорії економічного зростання, була запропонована У. Ростоу в 1960 році [10]. Згідно з цією теорією, стадії характеризуються певним рівнем технологічного розвитку, перехід від однієї стадії до другої – це природний, спонтанний процес, який спирається на мобілізацію заощаджень та вдосконалення новітніх технологій та «ноу-хау».

Для тих підприємств, які планують упроваджувати політику в сфері КСВ, існує ряд загальноновизнаних стратегій, які умовно можна поділити на три групи:

- окремі проєкти, пов'язані з КСВ;
- програми КСВ, що поєднують декілька проєктів та ініціатив;
- упровадження стратегії КСВ у всі основні, як внутрішні, так і зовнішні, процеси діяльності підприємства [11].

Розглядаючи переваги чи недоліки однієї із вище наведених стратегій, необхідно розуміти, що кожне окреме підприємство є унікальним, особливим, самостійним; і його керівництво, проаналізувавши ситуацію на внутрішньому ринку, повинно прийняти рішення на користь того чи іншого варіанту.

Для досягнення високих темпів соціально-економічного зростання української економіці необхідна така система інститутів, що забезпечує зусилля держави і приватного бізнесу. Має йтися не лише про участь в окремих спільних проєктах, створення фондів розвитку, але й про масштабні за розмірами програми, переозброєння старих і створення нових галузей. Необхідна система широкомасштабної державної програми розвитку, тобто сучасна система індикативного планування, що започатковується при взаємодії уряду з окремими галузевими асоціаціями бізнесу та соціально відповідальними підприємствами, а також зближення процедур макроекономічного прогнозування і програмування, суб'єктами яких є органи влади, і стратегічного корпоративного планування, яке здійснюється провідними компаніями, що функціонують у стратегічно значимій та відповідальній сфері.

В Україні ключовою проблемою регулювання КСВ є впровадження та виконання вимог чинного законодавства, пов'язаного з КСВ. Якщо закони не працюють на практиці (незадовільне фінансування, нерівномірність розподілу витрат тощо), увесь процес законодавчого регулювання не досягне поставлених цілей та стратегій розвитку. Справедливим є твердження, що в Україні деякі зафіксовані в законодавстві вимоги навіть жорсткіші за такі ж вимоги ЄС, але на жаль, вони не діють на практиці [5].

Україні потрібно було б зробити розробки основних законодавчих положень формування українських інтегрованих корпоративних структур та порядку застосування їхнього інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Передбачається, що найближчим часом такі структури в країні будуть створюватися в авіабудуванні, галузях засобів масової інформації та телекомунікаціях, біотехнології та інших високотехнологічних сферах сучасної економіки. Варто зазначити, що які б підходи не використовувалися, завжди є місце таким процесам як злиття та поглинання, і для збільшення ефективності вони повинні підлягати державному регулюванню. Тому держава повинна приділяти велику увагу розвитку корпоративного законодавства, адже в Україні воно потребує термінового, докорінного реформування. І основна робота повинна бути спрямована на удосконалення законодавства, котре забезпечує підвищення ефективності антимонопольного регулювання, управління державною власністю, активізацію інноваційної та інвестиційної діяльності, створення сприятливих умов для ринкової конкуренції тощо. На прикладі зарубіжного досвіду, можна зазначити, що корпоративні структури регулюються значною кількістю законодавчих актів. Слід відзначити, що на розвиток інноваційної діяльності при цьому не впливають ані тип держави, ані політичні режими. Так, інноваційна соціально-орієнтована діяльність успішно розвивається у США, Німеччині, Франції, Великобританії, Нідерландах, Іспанії, а також у Китаї. Насправді ми бачимо, що кожна з цих держав змогла побудувати свою національну інноваційну систему, встановила межі цієї діяльності, розробила ефективну стратегію та цілі, фінансує наукові й фундаментальні дослідження.

Нам відомо, що інноваційна модель розвитку потребує витрат на фінансування науки в обсязі не менше 2% ВВП. Цій вимозі відповідають такі країни, як Японія, США, Великобританія, Німеччина, Франція; крім того, в цих країнах спостерігається високий рівень життя населення. В них існує тісний зв'язок між рівнем інноваційної

економіки та рівнем корпоративної соціальної відповідальності підприємств. Саме тому, інноваційний шлях України має проводитися в морально-політичному та соціально-економічному полі.

На наш погляд, із соціальністю відповідальністю підприємства пов'язане поняття соціалізації економіки. Ми вважаємо, що одним із головних шляхів виходу з кризового становища підприємств є впровадження у виробництво інноваційних технологій. Втім проблеми, які торкаються виробників у контексті ефективності інноваційних процесів, характерні не тільки для сфери виробництва, але й для сфери споживання, тому що споживач «диктує» вимоги до товаровиробників [12].

У результаті аналізу сучасної практики впровадження принципів КСВ на підприємствах в Україні, було виявлено значну різноманітність методик щодо розроблення та застосування програм, які включають соціальну відповідальність. На українському ринку діє приблизно 63 підприємства, котрі називають себе соціально відповідальними, й їх кількість постійно збільшується [13].

Перспектива виведення української економіки на шлях створення реальних умов для її сталого розвитку вирішальною мірою, на нашу думку, залежить також і від формування та успішної діяльності великих корпоративних структур як провідників промислової, науково-технологічної та соціальної політики в умовах постійного дефіциту державних фінансових ресурсів, які мають направлятися на підтримку та забезпечення інноваційної діяльності. Для успішної реалізації такої перспективи необхідно було б розробити системний механізм взаємодії держави з корпоративним сектором економіки та споживачем, який включав би фінансово-економічні, інституційні та соціально-відповідальні важелі, спрямовані на забезпечення стимулюючого середовища розвитку всіх етапів інноваційного процесу. Розробка такого механізму повинна базуватися на методологічних підходах, які перевірені практикою [7].

Наприклад, одна із таких моделей – модель оператора – за суттю є державним замовленням приватному підприємству, за яким закріплюються функції управління і фінансування при використанні державної, приватної чи акціонерної власності. Ця модель характеризується чітким поділом відповідальності між партнерами і контролем з боку держави. Вона є різновидом контрактної системи, яка широко використовується в перероблюванні відходів (Великобританія).

Отже, в цілому, зміцнення партнерства між державою та КСВ підприємства можна розглядати як інструмент економічного зростання, що сприятиме впровадженню ринкових, соціально-етичних принципів в управлінні підприємствами інфраструктурних галузей. Одним зі шляхів розв'язання цілої низки стратегічних завдань може бути прогнозування можливостей взаємовідносин між такими системами «наука – інновація – соціально відповідальне підприємство – держава».

*Висновки й перспективи подальших розробок.* Майбутнє соціальної відповідальності бізнесу в Україні залежить від ступеню важливості соціальних питань для компаній. Посилення ролі держави в інноваційній сфері української економіки повинне бути націлене на підвищення ефективності державної інвестиційної політики при стимулюванні корпоративних інвестицій. Тільки шляхом використання потужностей, що сьогодні простоюють, можна забезпечити зростання промислово-технічного виробництва. Україні варто брати до уваги досвід іноземних компаній, проте не слід забувати й про власні історичні традиції з метою підвищення ефективності програм і процесів всередині підприємства. Саме тоді, коли КСВ знайде позитивний відгук та буде впроваджуватися великими підприємствами, можна буде говорити про поступовий розвиток концепції соціальної відповідальності у вітчизняних реаліях і розглядати цей процес як становлення національної інноваційної моделі економіки, яка б забезпечувала врахування та реалізацію інтересів великих корпоративно-відповідальних структур, держави та споживачів.

## Список використаних джерел

1. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? /В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес студія. – 2014. – № 10.
2. Глобальний договір ООН. URL: <http://www.unglobalcompact.org>.
3. <http://europa.eu.int/> – Інтернет-сторінка ЄС, присвячена регулюванню соціально відповідального бізнесу на рівні ЄС та в державах-членах ЄС.
4. Міжнародна організація праці. Офіційний сайт. URL: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
5. «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». Публікація ООН в Україні. – К.: 2019.
6. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit // New York Times Magazine. – September, 13, 1970.– p.122-126.
7. Гриджук І. Інноваційна складова стійкого розвитку економіки регіонів / І. Гриджук // Теорії мікро- макроекономіки: Збірник наукових праць. – Випуск 29. – К.: Академія муніципального управління, 2019. – С. 239-240.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005– С.4.
9. Стародубська М. Ефективність соціальних проєктів потрібно виміряти / М. Стародубська // Новий маркетинг. – 2017. – № 8. – С. 36-42.
10. Rostou. Y. The Stages of Economic Growth: A Non-Communist.– N.Y., 1981.
11. Інтернет портал для українців. URL: [www.management.com.ua](http://www.management.com.ua).
12. Матвієнко П. Економіці України – інноваційно-інвестиційну модель / П. Матвієнко // Обрій-ПІБ. – № 41 (252). – 2018.
13. Довідник соціально-відповідальних компаній України. – К.: K.I.C., 2017. – 170 с.



**Марія КАЗЕМИРЧИК,**  
студентка,  
Миколаївський національний  
аграрний університет

## **РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ТОП-10 НАЙБІЛЬШИХ ПРИВАТНИХ КОМПАНІЯХ УКРАЇНИ**

У сучасному світі великого значення набуває корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) компанії. Повага до навколишнього середовища та суспільства є ключовим фактором розвитку. У посібнику з соціальної відповідальності «Guidance on social responsibility» КСВ розуміють як відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище, що реалізується через прозорість цих рішень, діяльності, етики. Ця діяльність:

- вносить вклад у сталий розвиток, включаючи охорону здоров'я та благоустрій суспільства;
- враховує очікування заінтересованих сторін;
- відповідає законодавству та міжнародним нормам;
- впроваджується в усій організації та практикується у взаємовідносинах з іншими об'єктами [1].

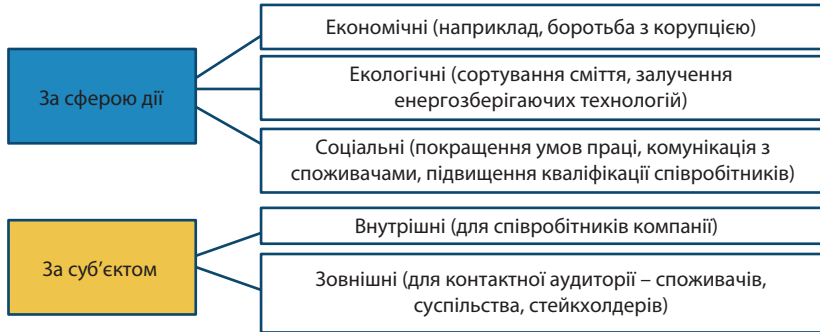
Першими КСВ запровадили підприємства країн Заходу. Вони розглядають це як елемент суспільно корисного піару, який спрямований на довготривалу перспективу. Варто усвідомити, що КСВ не дорівнює благодійності. КСВ – це про відповідальність та наслідки діяльності компанії, а благодійність стосується пожертвувань та спонсорства.

На рис. 1 проілюстровано класифікацію рівнів соціальної відповідальності.

В Україні підприємства також дотримуються практики ведення соціального бізнесу. Для дослідження інструментів, якими користуються вітчизняні компанії, доцільно розглянути найбільші з них. У 2020 році найпопулярніший фінансово-економічний журнал «Forbes» оприлюднив рейтинг українських приватних підприємств за дохідною частиною.

У Таблиці 1 подано інформацію щодо сфери діяльності цих

підприємств та їх фінансові результати.



**Рис.1**

*Класифікація рівнів соціальної відповідальності*

Джерело: узагальнено автором за матеріалами [2].

**Таблиця 1**

*Найбільші українські приватні підприємства, 2020 рік*

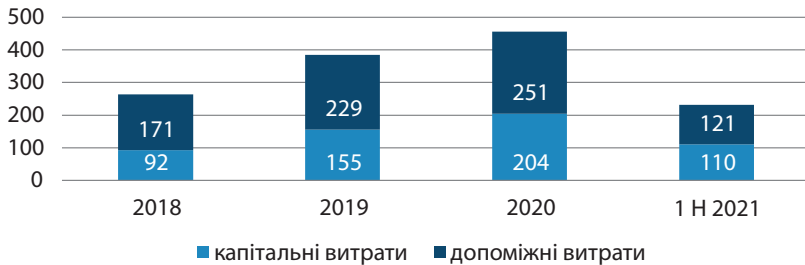
Місце	Назва	Сфера	Дохід	Фінансовий результат
1	Метінвест	Металургия	+ 278 млрд грн	+ 8,8 млрд грн
2	АТБ	Рітейл	+ 104,9 млрд грн	+ 4,4 млрд грн
3	Kernel	АПК	+ 93 млрд грн	+ 3,2 млрд грн
4	Fozzy Group	Рітейл	+ 78,2 млрд грн	- 5 млн грн
5	DTEK Energy	ТЕК	+ 76,8 млрд грн	+ 1,8 млрд грн
6	АрселорМіттал Кривий Ріг	Металургия	+ 62,4 млрд грн	- 2,3 млрд грн
7	МХП	АПК	+ 53,1 млрд грн	+ 5,6 млрд грн
8	ТЕДІС Україна	Оптова торгівля	+ 49,7 млрд грн	+ 356 млн грн
9	Запоріжсталь	Металургия	+ 46,5 млрд грн	- 4,3 млрд грн
10	Епіцентр К	Рітейл	+ 45,7 млрд грн	+ 3,7 млрд грн

Джерело: побудовано за матеріалами [3].

Найбільш дохідним підприємством із наведених є міжнародна гірничо-металургійна компанія «Метінвест». У презентації про результати його діяльності за перше півріччя 2021 року було

опубліковано інформацію про витрати на навколишнє середовище (рис. 2). Найбільші вкладення було зроблено в наступні проєкти:

- модернізація систем газоочищення (очікується зниження викидів пилу на 70%);
- заміна газоочисних установок опалювання (очікується зниження викидів пилу на 40%);
- систематичне обслуговування камер коксових печей.



**Рис.2**

*Витрати на навколишнє середовище ТОВ «Метінвест Холдинг», млн дол. США*

Джерело: побудовано автором за матеріалами [4].

Окрім цього, «Метінвест» увійшов в рейтинг 25-ти кращих роботодавців України. Кількість співробітників компанії є більшою за 80 тис. осіб, 31% з яких – жінки. 40 млн дол. США було витрачено за перше півріччя на охорону праці, а 2 млн дол. США – на боротьбу з COVID-19, була запущена вакцинаційна компанія. Також у 2021 році було оголошено про початок створення першого приватного гірничо-металургійного університету «Метінвест Політехнік».

Друге місце в рейтингу найбільших компаній зайняла Корпорація «АТБ». Ця компанія щорічно виділяє понад 50 млн. грн. для благоустрою міських територій. Окрім цього, корпорація запустила програму «Соціальний кошик АТБ», відповідно до якої, покупцям надається можливість купити соціальні товари (які входять до споживчого кошику) за цінами, що на 10-15% нижчі за середньоринкові [5].

Компанія «Kernel» також здійснює соціальні проєкти. Так, у серпні 2021 року було оголошено про зниження вартості «соціальних» сортів олії (відповідно до рекомендації Мінекономіки). Зниження ціни

має відбутися за власні кошти компанії. Також Kernel активно прагне скоротити обсяги споживання енергії для виробництва переробного насіння соняшнику. А у 2020 році компанія стала лідером у рейтингу корпоративної стійкості українського бізнесу за версією «Sustainable Ukraine» [6].

Група компаній «Fozzy Group» запустила цілу низку програм для співробітників, партнерів і гостей компанії, а також для довкілля:

- було збудовано «зелений магазин» (за новими технологіями, з використанням енергії з відновлювальних джерел);
- програма екологічний шопінг покликана зменшити використання пластику шляхом заміни на альтернативні пакунки (шопери та паперові пакети);
- сортування вторинної сировини здійснюється як співробітниками, так і клієнтами групи;
- було відкрито 9 станцій збору вторинної сировини;
- використовується методика «зеленого офісу» (скорочення паперу, LED-освітлення);
- для кожного працівника передбачено медичне страхування та страхування життя;
- програма «Фонтан ідей» створена для збору ідей, що допоможуть підвищити КСВ;
- на майданчиках для паркування побудовано заправки для автомобілів;
- розроблено проєкт підтримки малих українських виробників [7].

П'яте місце в рейтингу займає ПрАТ «ДТЕК Київські регіональні електромережі», основним видом діяльності якого є розподіл електроенергії. На офіційному сайті цієї компанії [8] зазначено, що соціальна мета підприємства – забезпечення гідних й безпечних умов праці та підвищення якості життя на територіях її діяльності. Останнє реалізується через запровадження програми соціально-економічного розвитку громад. Відомо, що 1,3 млрд грн. було інвестовано в Програму соціального партнерства та розвитку громад. Окрім вищезазначеної програми, ключовими проєктами ДТЕК є:

- проєкт «Громада своїми руками» – конкурс міні-грантів для благоустрою населених пунктів. Він заохочує громаду до вирішення проблем на окремих територіях, допомагає створювати інфраструктуру, впроваджує інновації в сфері освіти та охорони

здоров'я;

- проєкт «Енергоефективні школи: нова генерація» – освітня платформа для школярів 4-11 класів. У програмі передбачено три курси: «Основи енергопостачання та енергозбереження», «Абетка з основ житлово-комунального управління», «Мій енергоефективний будинок»;

- проєкт «Давай, грай!» – наймасовіший проєкт, який спрямований на розвиток дитячого футболу [8].

Процес реалізації КСВ в ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» наведено на рис. 3.

КСВ		
Соціальна сфера	Сфера охорони здоров'я	Екологічна сфера
<ul style="list-style-type: none"> <li>- відпочинок і оздоровлення робітників та членів їхніх сімей;</li> <li>- утримання об'єктів соціальної сфери;</li> <li>- перевезення працівників;</li> <li>- медичне страхування робітників;</li> <li>- відрахування профспілкам;</li> <li>- культурно-масові заходи.</li> </ul>	<p>створення команди «Червоні скорпіони» метою діяльності яких є контроль за безпечним виконанням робіт</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- побудова газоочисних споруд;</li> <li>- ремонт енергетичного обладнання;</li> <li>- реконструкція цехів для зниження викидів пилу.</li> </ul>

**Рис.3**

*Складові сталого розвитку «АрселорМіттал Кривий Ріг»*

Джерело: побудовано за матеріалами [9,10,11].

У 2020 році ПрАТ «МХП» опублікувало Звіт зі сталого розвитку, який повністю характеризує політику компанії щодо КСВ. У Таблиці 2 наведено основні дії, які були вжиті у 2020 році для підтримки соціальної сфери.

Восьме місце в рейтингу найбільших українських приватних підприємств посіла компанія «ТЕДІС». Соціальна відповідальність компанії реалізується в наступних програмах:

- «Зробимо Україну чистою»;
- «Почни з себе. Сортуй!»;
- «Творімо добро!».

Окрім цього, у 2020 році «ТЕДІС Україна» забезпечила 38

лікарень гігієнічними наборами (для припинення поширення вірусу COVID-19). У 2021 році компанія ввійшла в ТОП лідерів сталого розвитку України [13].

**Таблиця 2**

*Сфери сталого розвитку ПрАТ «МХП», 2020 рік*

Сфера	Прогрес
Продовольча безпека	Використання новітніх методів аналізів кормів, сирів, матеріалів на вміст хімічних елементів.
Охорона здоров'я	Значні витрати компанії у 2020 році пов'язані з купівлею сертифікованих захисних засобів та програмою зниження впливу вірусу COVID-19 (безкоштовне тестування та щеплення).
Освіта	Більш ніж 2800 осіб взяли участь у програмі підвищення кваліфікаційних навичок.
Водна безпека	Оновлено всі реєстри свердловин. Збільшився об'єм повторного використання води (до 0,5%).
Енергетична безпека	Зменшення кількості витраченої енергії майже на 3% порівняно з 2019 роком за рахунок запуску, у кінці 2019 року, першого біогазового комплексу.
Трудова	Затверджено політику дистанційної роботи; реалізовано програму розвитку корпоративних навичок.
Інфраструктура	Запровадження програми «МХП змінюється».
Громадська	Інвестиції в соціальну сферу склали більше 200 млн грн.
Комунікаційна	Постачання продуктів McDonald's
Екологічна	Зниження викидів прямих парникових газів; введення системи обліку та сортування тратти.
Зв'язок	Запуск нової Лінії довіри.

Джерело: побудовано за матеріалами [12].

ПАТ «Запоріжсталь» здійснює КСВ через низку заходів, які відображені на рис. 4.

КСВ	
Корпоративні програми	Заходи підвищення особистої та суспільної
- конкурс «Ми – це місто»; - програма «Врятуємо Дніпро разом!».	- створення екологічного он-лайн моніторингу викидів; - введення в експлуатацію сучасної лінії соляно-кислотного травлення.

**Рис.4**

*Складові сталого розвитку ПАТ «Запоріжсталь»*

Джерело: побудовано за матеріалами [14,15,16].

На десятому місці знаходиться компанія, що проводить свою діяльність в сфері ритейлу, «Епіцентр К». Як і вищезгадані компанії, вона здійснює широку програму КСВ. У Таблиці 3 наведено її основні проекти.

**Таблиця 3**

*Соціальні проекти, засновані ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»*

Програма	Характеристика
Епіцентр - дітям	Заснування єдиної мережі соціально-спортивних шкіл, де навчаються більше 800 дітей.
Епіцентр КЗ	Відкриття власної футбольної команди працівників.
Intersport Run UA	Фінансування спортивних свят.
Intersport Fest	
Мільйон добрих справ	Надання 20 грантів для розвитку власного бізнесу.
Каруселі мрій	Збір малюнків малюків (для подальшого виконання ілюстрованих бажань).
ДоброPhone	Програма протидії кібербулінгу.
Школа супергероїв	Сприяння дитячій лікарні «Охмадит» для організації школи.
Батарейки, здавайтесь!	Фінансування утилізації використаних батарейок.
#ТобіТорба	Продаж торбинок для зменшення викидів пластику.

Джерело: побудовано за матеріалами [17].

Розглянувши діяльність з КСВ ТОП-10 приватних компаній, можна зробити висновок, що великі українські підприємства проводять багато соціальних заходів. У 2021 році переважна більшість із цих компаній запустила нові програми поліпшення екологічної та трудової безпеки. КСВ є ключовим елементом сталого розвитку підприємства. Проведення соціальних проєктів дозволяє не лише покращити благоустрій місцевості, безпеку праці, суспільний затишок, але і підвищити рейтинг та імідж підприємства.

У науковій роботі було проаналізовано соціально-відповідальну діяльність тільки великих компаній, однак малі підприємства також можуть запровадити заходи з підвищення КСВ. До них слід віднести: створення «зелених офісів», скорочення плинності кадрів, створення довіри зовнішніх користувачів, підвищення рівня охорони праці. Отже, можна спростувати твердження, що КСВ – тільки для компаній, які готові вкладати великий капітал у розвиток соціальної інфраструктури.

Окрім вищенаведеного, варто згадати про фінансовий ефект від підвищення соціальної відповідальності бізнесу. Оскільки компанії, зазвичай, прагнуть до отримання короткострокових результатів, вони досить часто нехтують довготривалими результатами, адже ефект від соціальних вкладень не буде миттєвим. Проте, такий підхід може призвести до втрати ними споживачів та погіршення їхньої ділової репутації. У деяких випадках можливе й погіршення навколишнього середовища через діяльність компаній, які не дбають про КСВ. З огляду на те, що державні закупівлі в Україні складають вагомую частину ВВП, варто запровадити програми «зелених закупівель», що стане поштовхом до перегляду корпоративної політики багатьох компаній.

Отже, дослідивши питання про соціально відповідальну діяльність українських підприємств і здійснення ними соціальних програм, можна дійти висновку про важливість такої діяльності для розвитку підприємств і суспільства. В Україні здійснюються значні перетворення в сфері КСВ, які в майбутньому нададуть можливість підвищити світові рейтинги вітчизняного бізнесу в соціальній та економічній сферах.

## Список використаних джерел

1. Guidance on social responsibility [Електронний ресурс]. – 2010. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.



2. Що таке КСВ. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-ksv/>.
3. 100 найбільших приватних компаній України. URL: <https://forbes.ua/ru/ratings/100-naybilshikh-privatnikh-kompaniy-ukraini-02112020-408>.
4. H1 FY2021 results. URL: [https://metinvestholding.com/Content/Entities/Presentation/35/ua/Metinvest\\_Presentation\\_1H2021.pdf](https://metinvestholding.com/Content/Entities/Presentation/35/ua/Metinvest_Presentation_1H2021.pdf).
5. Корпоративна соціальна відповідальність. URL: [https://www.atb.ua/ru\\_RU/page/csr](https://www.atb.ua/ru_RU/page/csr).
6. Новини компанії KERNEL. URL: <https://www.kernel.ua/ua/media-center/news/>.
7. Сталий розвиток Fozzy Group. URL: [https://fozzy.ua/ua/retail\\_chains/sustainability/](https://fozzy.ua/ua/retail_chains/sustainability/).
8. Соціальна відповідальність ДТЕК. URL: [https://dtek.com/sustainable\\_development/social/](https://dtek.com/sustainable_development/social/).
9. Соціальна сфера АрселорМіттал. URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=261>.
10. Охорона праці АрселорМіттал. URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=251>.
11. Інвестиції та проєкти АрселорМіттал. [URL: <https://ukraine.arcelormittal.com/index.php?id=254>].
12. Sustainability Report 2020 МНР. URL: <https://api.webtest.next.mhp.com.ua/images/aeac4/4173c/3320904fe5d09.pdf>.
13. Сталий розвиток «ТЕДІС Україна». URL: <https://tedis.ua/ua/ustojchivoe-razvitie/>.
14. Екологія, здоров'я, безпека. URL: <https://www.zaporizhstal.com/vidpovidalnist/zdorovya-bezpeka-ekologiya/ekologiya-zdorovya-bezpeka/>.
15. Конкурс соціальних проєктів «Ми – це місто!» URL: <https://www.zaporizhstal.com/vidpovidalnist/korporativna-socialna-vidpovidalnist/konkurs-mi-ce-misto/>.
16. Врятуємо Дніпро разом! URL: <https://www.zaporizhstal.com/vidpovidalnist/korporativna-socialna-vidpovidalnist/vryatuemo-dnipro-razom/>.
17. Соціальна відповідальність Епіцентр К URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/sotsialna-vidpovidalnist/>.

**В'ячеслав ДІДКІВСЬКИЙ,**  
аспірант,  
Київський національний  
університет імені Тараса Шевченка

## **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ГАЛУЗІ КОМЕРЦІЙНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ У РОЗРІЗІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Метою даного дослідження є ідентифікація недоліків діючої системи організації комерційних автомобільних перевезень, визначення шляхів реформування даної галузі з метою надання якісних послуг населенню, а також - запровадження інституту соціальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності на комерційному автомобільному транспорті.

Об'єктом дослідження визначено діючу соціальну орієнтованість суб'єктів господарської діяльності, які надають послуги з перевезення пасажирів, вантажів (у тому числі небезпечних) автомобільним транспортом, через призму оцінки якості таких послуг.

Практичне значення дослідження полягає у визначенні перспективних напрямів реформування діючої системи організації перевезень на комерційному автомобільному транспорті з метою запровадження системи добропорядності перевізника, враховуючи найкращу практику країн ЄС та принцип ризик-орієнтовної системи.

Ключову проблему в наданні транспортних послуг, особливо для пасажирів, становить низький рівень їх якості та відсутність соціальної відповідальності постачальника даного виду послуг. Враховуючи загальнодержавний вектор розвитку України, який визначено Конституцією України, його реалізація потребує комплексу організаційно-технічних, у тому числі євроінтеграційних, заходів щодо реформування системи організації пасажирських перевезень, що передбачено Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами, з іншої сторони від 30.11.2015 р. [3], одним із пріоритетних питань є реформування встановлених діючим законодавством загальних принципів організації та забезпечення надання таких послуг.

Становлення та розвиток соціально-відповідального бізнесу

досліджувалось багатьма вітчизняними та закордонними вченими, серед яких: Дідківський В.М. [1], Романова Т.В., Григор'єва О.В., Васюта В.Б. [5], Рінейська Р.Л. [4], Міліца Жаревац Бошкович [9], Франческо Чіліберті, П'єрпаоло Понтрандольфо, Барбара Шкоцці [8], тощо.

Враховуючи європейський вектор розвитку нашої держави, слід зазначити, що дане питання врегульовано Регламентом (ЄС) № 1370/2007 Європейського Парламенту та Ради від 23 жовтня 2007 року про громадські пасажирські перевезення залізничним та автомобільним транспортом та скасування Регламентів Ради (ЄС) № 1191/69 та № 1107/70), який передбачає запровадження PSO – Public Social Obligation (зобов'язання із надання громадських послуг) [7]. Даний Регламент визначає соціальні стандарти та систему організації пасажирських перевезень комерційним автомобільним транспортом із метою задоволення попиту населення на якісні послуги. Ключовим є той факт, що надання послуг загального економічного інтересу має бути організовано двома шляхами: на умовах відкритої конкуренції або за можливого регулювання компетентним органом/ організатором перевезень у тому випадку, якщо ринковими умовами неможливо забезпечити необхідну якість, періодичність та інші умови перевезень. Кожен перевізник має усвідомлювати як адміністративну, так і соціальну відповідальність у зв'язку з тим, що коли певний маршрут функціонує на ринкових умовах, дотримання соціальних стандартів формуватиме його позитивний імідж, а також надасть йому реальні важелі для залучення пасажирів і отримання більш вигідного становища на ринку. Таким чином може бути сформовано соціальну свідомість як перевізника, що впливатиме на його прибутки, так і пасажиря, який отримує ефективний важіль впливу на якість таких послуг.

Не менш важливим документом для формування соціально відповідального бізнесу в сфері перевезень є Регламент (ЄС) № 1071/2009 Європейського Парламенту та Ради від 21 жовтня 2009 року, що запроваджує загальні правила стосовно умов допуску до роботи операторів автомобільних перевезень та скасування Директиви Ради № 96/26/ЄС [6]. Ним визначено критерії допуску перевізника до надання послуг у визначеному секторі економіки, одним із яких є добропорядність (гарна репутація). Даний критерій формується за рахунок виконання усіх вимог у частині надання якісних послуг, забезпечення безпеки та дотримання норм законодавства. Такий підхід є більше ризик-орієнтованим та

надає можливість визначати якість наданих послуг перевізником, спираючись на оцінку таких послуг з боку споживачів. Окремими, але не менш важливими, маркерами для допуску до ринку надання комерційних послуг є фінансова спроможність і компетентність персоналу компаній з перевезень, які також мають бути чітко встановлені на законодавчому та підзаконному рівнях шляхом визначення конкретних вимог до потенційного перевізника та вимог щодо забезпечення ним належного рівня якості послуг. Усі три критерії у поєднанні мають стати базовими показниками системи допуску до ринку перевезень і контролюватись органами державної влади на усіх етапах через призму системи моніторингу та контролю. Ця система має бути реформована і автоматизована з урахуванням найкращих практик держав-членів ЄС.

Терміни імплементації названих регламентів, перелік необхідних для цього вітчизняних нормативно-правових актів визначаються Урядом [2]. Однак їх фактична реалізація потребує залучення усіх зацікавлених сторін: органи влади, суспільство як безпосередні споживачі послуг (через процедуру публічного обговорення), громадські організації (надання незалежної експертизи), профільні наукові інститути, тощо.

Крім цього, елементи сучасної комунікації надають можливість створити механізм онлайн обміну інформацією як між відповідними органами влади, так і між ними та суспільством (громадськими організаціями, експертним середовищем, пасажирями) шляхом заходів із онлайн комунікації на кшталт: електронний кабінет перевізника/пасажиря, проведення онлайн-конференцій, ін.

Такий формат відкритої взаємодії надасть можливість запровадити систему публічного управління безпекою комерційних перевезень, що значно підвищить інституційну спроможність органів влади в частині організації та забезпечення надання якісних послуг на прозорих умовах та фактично сформує позитивну тенденцію розвитку соціально свідомого бізнесу в галузі комерційних пасажирських перевезень автомобільним транспортом. Переведення комунікації та іншої відповідної діяльності в електронний формат і забезпечення повної автоматизації необхідно реалізувати на етапах надання публічних послуг, здійснення контролюючих функцій та взаємодії між органами влади, суспільством як споживачем послуг та неурядовими організаціями як незалежним експертним середовищем, що буде рушійним фактором для розвитку системи публічного управління на комерційному автомобільному транспорті та створюватиме

умови для формування соціально відповідального бізнесу у галузі комерційних пасажирських перевезень автомобільним транспортом.

Структуру такої системи публічного управління наведено на Рис 1.



**Рис. 1**  
*Модель системи публічного управління безпекою на комерційному автомобільному транспорті*

У процесі реформування системи функціонування автомобільних комерційних перевезень необхідно звернути увагу і на пост-аварійне реагування як елемент виявлення наявних недоліків у системі управління безпекою, у тому числі через призму здійснення ефективних заходів мінімізації негативних наслідків від аварійності та послуг низької якості. Це стимулюватиме розвиток та підвищення рівня соціальної відповідальності перевізників і зацікавлених сторін. Даний елемент повноважень органів державної влади має бути реформовано шляхом створення таких органів як: 1) координаційна рада, яка має покращити ефективність взаємодії між органами влади та якість реалізації владних повноважень; 2) незалежне бюро

технічних розслідувань, яке буде проводити такі розслідування у рамках комісії із складу незалежних і акредитованих експертів, а не з представників органів державної влади, як це відбувається зараз. Дані органи можуть бути різної форми правління та структури, навіть їх функціональність може бути об'єднана, однак модель їх діяльності має бути визначена Урядом. При цьому ключовим принципом є мінімізація політичного впливу та перетворення таких органів на технічні структури, які націлені на підвищення свідомості суспільства та соціальної відповідальності перевізників на комерційному автомобільному транспорті. Графічно дані координаційні органи та їх система і порядок реагування щодо здійснення технічного розслідування аварій на автомобільному транспорті зображені на Рис. 2.



**Рис. 2**

*Запропонована структура/порядок реагування органу із здійснення технічного розслідування аварій на автомобільному транспорті*

Крім цього, важливою є системна робота зі споживачами послуг щодо роз'яснення їх прав та загального розвитку суспільної свідомості, а також надання їм реального інструменту впливу через запровадження електронних систем добровільного сповіщення. Це надасть можливість реальної оцінки якості транспортних послуг і

реагування на ризики, і як елемент дій з попередження аварій буде набагато ефективніше, ніж реагування на фактичні наслідки аварій та дорожньо-транспортних пригод.

*Висновок.* Соціально відповідальний бізнес у галузі автомобільного транспорту має базуватися на європейських стандартах забезпечення Public Social Obligation, орієнтованих на підтвердженні добропорядності суб'єкта господарської діяльності відповідно до законодавства та стандартів ЄС. Запровадження даного принципу має бути здійснено шляхом відповідних законодавчих змін і впровадження системи публічного управління у сфері функціонування комерційного автомобільного транспорту. Для цього необхідно забезпечити участь суспільства, неурядових професійних організацій та реформувати нині діючу систему організації перевезень, державного нагляду і пост-аварійного реагування. Крім того, необхідна повна автоматизація виконання владних повноважень органів влади, що мінімізуватиме корупційні ризики та посилить інституційну спроможність державних установ різного рівня.

### **Список використаних джерел**

1. Дідківський В.М. Вплив євроінтеграційного вектору на розвиток системи публічного управління із забезпечення безпеки комерційних автомобільних перевезень / В.М.Дідківський // Науковий часопис Академії національної безпеки № 3-4 (27-28), 2020, с. 60-75. URL: <http://www.nationalsecurity.in.ua/vplyv-yevrointegracijnogo-vektoru-na/>.

2. Про виконання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : постанова Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 р. № 1106. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1106-2017-%D0%BF#Text>.

3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text).

4. Ринейська Л.С. Соціальна відповідальність як складова етики міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / Л.С. Ринейська// Ефективна економіка: електронне наук. фах. вид. № 11, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>.

5. Романова Т.В., Григор'єва О.В., Васюта В.Б. Становлення та розвиток соціально відповідального бізнесу: вітчизняний та європейський досвід / Т.В. Романова, О.В. Григор'єва, В.Б. Васюта / Глобальні та національні проблеми економіки, Випуск 9. 2016, с. 409-412. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolntNU/930/1/84.pdf>.

6. Regulation (EC) No 1370/2007 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2007 on public passenger transport services by rail and by road and repealing Council Regulations (EEC) Nos 1191/69 and 1107/70. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32007R1370>.

7. Regulation (EC) No 1071/2009 of the European Parliament and of the Council of 21 October 2009 establishing common rules concerning the conditions to be complied with to pursue the occupation of road transport operator and repealing Council Directive 96/26/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32009R1071>.

8. Francesco Ciliberti, Pierpaolo Pontrandolfo, Barbara Scozzi Logistics social responsibility: Standard adoption and practices in Italian companies / F. Ciliberti, P. Pontrandolfo, B. Scozzi / International Journal of Production Economics Volume 113, Issue 1, May 2008, Pp. 88-106. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0925527307003118>.

9. Milica Žarevac Bošković. Promotion of socially responsible business in transport companies in Serbia / Žarevac Bošković, M., Lakićević, M., & Pantović, D. (2021). Anali Ekonomskog Fakulteta U Subotici, 57(45), 27-40. URL: <https://doi.org/10.5937/AnEkSub2145027Z>.



**Анастасія ПОГОРЕЛЕНКО,**  
студентка,  
Харківський національний  
університет імені В.Н. Каразіна

## **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ: ЗНАЧЕННЯ ТА НАПРЯМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Глобальні тренди, які сьогодні формують розвиток українського суспільства, актуалізували питання соціальної відповідальності (далі – СВ) бізнесу як складової сталого розвитку та забезпечення добробуту. Ключова ознака СВ – відсутність прямого зв'язку з прибутком як метою діяльності, що засвідчує розуміння бізнесом ролі, яку він виконує [1, 2]. Бізнес поступово починає позиціонувати себе як рушій прогресивних змін, які нині відбиваються у нових підходах до побудови стратегії, комунікації, регулювання, управління та мають на меті забезпечення переходу до практики саме соціальної діяльності. СВ сьогодні стає «лаккусом», який визначає новий вид лідерства.

У теперішніх реаліях для бізнеса вже недостатньо лише зосередженості на його економічних інтересах. Будь-який суб'єкт бізнес-діяльності має економічні, юридичні, а також соціальні та моральні обов'язки (особливо – великі компанії). Компанії стають найбільш конкурентоспроможними та авторитетними лише взявши на себе СВ та впроваджуючи її.

СВ бізнесу як явище – його свідоме та добровільне ставлення до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань і цінностей та розуміння наслідків його діяльності по відношенню до своїх працівників, партнерів, споживачів, суспільства і держави. СВ нині втілюється у вигляді проєктів, які компанії реалізують та постійно адаптують як реакцію на існуючі умови розвитку [3].

СВ бізнесу в сучасних умовах – це те, що поступово починає вбудовуватися в бізнес-моделі діяльності фірм і компаній, та означає поступове «перезавантаження» діяльності суб'єктів економічної діяльності на цілі та управлінські рішення, які будуть прийнятними з точки зору цілей розвитку і цінностей суспільства. Іншими словами, це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними аспектами бізнесу [4].

Важливу роль СВ бізнесу ілюструє дослідження Cone

Communications [5], яке показало наступне:

- 60% американців сподіваються, що підприємства будуть стимулювати соціальні та екологічні зміни у державі;
- 90% опитаних споживачів заявили, що будуть купувати продукт певної компанії, тому що вона підтримала розв'язання проблеми, яка їх хвилює;
- 75% відмовляться купувати товари у компанії, якщо дізнаються, що вона причетна до проблеми, наявність якої суперечить їх переконанням [4].

Згідно з аналізом електронної бази вакансій «grc.ua», на пошукачів роботи у віці 19-35 років сьогодні припадає 58% з усіх розміщених резюме. А вони, скоріш за все, не працюватимуть, якщо у потенційного роботодавця немає сильної практики корпоративної СВ. Це прямий наслідок того, що СВ вже розглядається як апріорний критерій ефективності та потужності компанії.

Концепцією реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [6] визначено актуальність запровадження сучасних механізмів взаємодії та необхідність посилення взаємної відповідальності усіх учасників суспільного життя, що повинно створити умови для подальшого соціально-економічного розвитку держави та суспільства. Документом встановлено поняття «соціально відповідального бізнесу» як такого, що визначає відповідальну поведінку суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, що сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності. Це цілком відповідає положенням, задекларованим у міжнародному стандарті ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності» [7].

Особливо важливим і показовим стало розуміння принципів СВ власниками бізнесу в період кризи, коли СВ фірми або компанії стає удвічі важливою для всього суспільства [8]. Інформація, наведена в Таблиці 1 нижче, лише підтверджує цю тезу.

Таблиця 1

## Соціально відповідальні компанії України

Компанія	Зміст соціально відповідальної діяльності
«Київстар»	<p>Основні напрями СВ діяльності: цифрова інклюзія, розвиток підприємництва, безпека в Інтернеті, корпоративне волонтерство і партнерство заради миру.</p> <p>Проекти компанії у сфері СВ: онлайн-школа мобільної грамотності для старшого покоління «Смартфон для батьків», інформаційно-просвітницький портал про безпеку дітей в Інтернеті StopSexтинг, ініціатива СМС-благодійності «Дитяча надія», спільна ініціатива з Національною поліцією «Пошук дітей» і програма «Інновації та підприємництво» в освітніх дитячих таборах GoCamp.</p> <p>Додаткові напрями: освітні мовні програми та надання абонентам нетарифікованого доступу до додатку «Prometheus» (платформа відкритих онлайн-курсів, яка пропонує безкоштовну добірку освітніх програм від кращих українських і закордонних викладачів).</p>
«Нова пошта»	<p>СВ проекти компанії: «Гуманітарна пошта України» (безкоштовна доставка вантажів волонтерських організацій), «Нова пошта напівмарафон», реабілітація учасників АТО, «Школа бізнесу» (допомога підприємцям у розвитку власної справи).</p> <p>У період пандемії компанія активно фокусується на допомозі громадянам у боротьбі з Covid-19.</p>
Агрохолдинг «МХП»	<p>СВ концепція діяльності компанії зосереджує увагу на забезпеченні сталого розвитку регіонів України, а також підтримці екологічних проєктів і примноженні людського капіталу.</p> <p>Географія соціальних та інфраструктурних інвестицій - 16 регіонів, де працюють підприємства холдингу.</p>
«PepsiCo Україна»	<p>Напрями СВ ініціатив: захист екології (освітні еко-заходи, прибирання зелених зон та благоустрій територій) та допомога суспільству (наприклад, благодійні заходи для дітей-сиріт).</p> <p>Інші напрями: скорочення споживання води, природного газу, енерговитрат, повторна переробка твердих відходів та ін.</p> <p>Останнім часом компанія активно долучена до благодійної допомоги медичним закладам у боротьбі з пандемією Covid-19.</p>

«Кока-Кола Бевериджиз Україна»	<p>СВ пріоритети компанії: підтримка проєктів з економії споживання води, захисту клімату, економії ресурсів, вторинного використання відходів, охорони здоров'я споживачів, підвищення екологічної грамотності та ін.</p> <p>В умовах пандемії Covid-19 компанія активно реалізує проєкти, спрямовані на подолання її наслідків: надає лікарням необхідне обладнання та продукцію для медичних працівників і соціально незахищених груп населення, популяризує донорство крові в Україні.</p>
«Альфа-Банк»	<p>Пріоритетні СВ напрями: здоров'я (підтримка медичних закладів, зокрема, Національного інституту серцево-судинної хірургії ім. М. Амосова, та спортивних ініціатив), боротьба з бідністю (збір коштів на закупівлю портфелів та шкільного приладдя), збереження екосистеми (організоване прибирання територій та озеленення міст), якісна освіта (підвищення рівня фінансової грамотності населення).</p>
Група компаній «Метінвест»	<p>Складові СВ діяльності: охорона праці, промислова безпека, охорона навколишнього середовища, раціональне використання ресурсів, підвищення енергоефективності, зменшення споживання води, модернізація обладнання відповідно до вимог екологічних стандартів, підвищення привабливості міст та ін.</p> <p>В умовах пандемії Covid-19 на регулярній основі надає медичним установам значну грошову допомогу, спрямовану на закупівлю обладнання та медикаментів, встановлення кисневих постів у лікарнях, а також доставку гуманітарної допомоги з-за кордону.</p>

Джерело: [4, 8, 9]

Відмітимо, що наведений в Таблиці 1 перелік компаній демонструє лише частку загального тренду, який впроваджують працюючі в Україні в компанії. Серед них – «AVON», «BASF», «Carlsberg Ukraine», «L'Oreal», «Mary Kay», «Біосфера», «Креди Агриколь Банк», «МЕТРО Кеш енд Кері Україна», «ОККО», «ПУМБ», «Rozetka», «Смарт-Холдинг», «Агро-регіон», промислова компанія «Інтерпайп» та багато інших. Напрями та зміст їх СВ діяльності надзвичайно різноманітний та забезпечує відповідь на виклики, з якими стикається українське суспільство в сучасних умовах.

Експерти, які займаються впровадженням корпоративної СВ та сприяють забезпеченню сталого розвитку для системних та якісних змін в Україні [10], констатують, що вже 83% компаній впроваджують стандарти соціальної відповідальності в Україні. Позитивна ознака

цього полягає в тому, що СВ значною мірою формує позитивну ділову репутацію будь-якої компанії (67%), яка затвердила стратегію СВ та імплементує її (52%).

Безумовно, реалізація цих заходів неможлива без задіяння відповідного інноваційного потенціалу компаній для виконання завдань сталого розвитку нашої країни. Як зазначається в Аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень «Реальний сектор економіки України в умовах системних викликів» [11], завдання сучасного промислового розвитку полягає у забезпеченні інклюзивності та ендогенності, створенні умов для розбудови відповідального ресурсоефективного виробництва, впровадженні технологічних і соціально орієнтованих інновацій на основі становлення в Україні сучасних інноваційних екосистем – гнучких, відкритих та інтерактивних структур, що швидко реагують на зміни запитів споживачів та кон'юнктури світових ринків з урахуванням швидких темпів інноваційних зрушень та сучасних тенденцій цифровізації, спеціалізації та розбудови крос-секторальної взаємодії.

Це вимагає вжиття низки заходів, серед яких – розвиток внутрішнього виробництва на основі споживання та інтеграції в нього сучасних інформаційних технологій та цифрова модернізація промисловості.

Потужний інструментом, здатним стимулювати виробництво, є штучний інтелект (ШІ) як сукупність технологій, що дозволяють вдосконалювати соціально-економічні стандарти розвитку країни. Його використання вимагає постійного формування та аналізу необхідної бази даних, яка б дозволяла розробляти, обґрунтовувати та моніторити управлінські рішення для отримання необхідних соціальних та економічних показників.

Принагідно хотілося би відмітити, що питання «вбудови» ШІ в СВ діяльність є об'єктом наукових інтересів багатьох дослідників і практиків [12, 13, 14, 15, 16, 17]. Автори вказаних праць досліджують та обґрунтовують важливі аспекти управління компаніями (складовою якого є інформація та залежність людини від неї), питання відповідальності за використання інформаційних технологій та ШІ для архітектури та функціональності соціально-економічних систем.

Застосування ШІ для управління бізнесом це не про поодинокі експерименти та підходи до виконання бізнес-завдань. Це вже є даністю, яка демонструє нові можливості для підвищення

ефективності бізнесу. Це – інвестиції та технологічні рішення, які сьогодні можуть дозволити собі не тільки великі, але й середні та малі компанії. Це – додатковий внесок в економіку у вигляді підвищення зростання економічних показників, які значною мірою формують розвиток соціальної складової суспільства. Ці технології забезпечують значне зростання продуктивності та допоможуть розв'язати багато соціальних викликів – від дотримання прав людини до мінімізації негативного впливу діяльності бізнесу на довкілля.

ШІ надає можливість для застосовування технологій, в основу яких покладено великі дані (Big Data), машинне навчання (ML) та методи прогнозувальної аналітики, для того, щоб максимально точно «зобразити» та передбачити потреби у розвитку країни, «вразливі місця» в економіці, які можуть призвести до збільшення безробіття, забруднення довкілля, погіршення умов праці, погіршення системи організаційного управління, спаду економічних показників та ін. [18, 19].

СВ сучасного бізнесу – це, насамперед, поява нових соціальних стандартів, які інтегрують концепцію суспільного блага з використанням ШІ у свою діяльність. Ці стандарти, з одного боку, поступово стають обов'язковими, з іншого – забезпечують відповідність бізнес-середовища правовим нормам, відповідно до яких формується новий економічний базис суспільства. Саме технології ШІ можуть привнести величезну користь для компаній, оскільки споживач у сучасних умовах, окрім цін на товари та послуги, поступово починає свідомо враховувати й інші фактори (екологічність, зменшені витрати енергії, використання при виробництві вторинної сировини, автоматизація людської праці та ін.).

Корисність ШІ для суспільства визначається можливістю розширення таких секторів економіки, як сільське господарство (на нього припадає найбільша частка експорту України), роздрібна торгівля, освіта, медицина та інфраструктура. Додаткова опція використання ШІ [20, 21] – усунення та зменшення упередженості людини шляхом динамічного моніторингу та відстеження нових глобальних змін. Саме навколо цього останнім часом вибудовуються спільні дії, які реалізуються в межах координат «сталий розвиток – соціальна відповідальність – штучний інтелект».

Відповідальний та сталий розвиток є вже глобальним рухом. ШІ цілком справедливо може стати тим стрижнем, який об'єднає навколо

себе виробництво, підприємництво, науку та СВ. Епоха СВ не тільки почалася, але й активно розвивається. ШІ вже став її складовою та достатньо активно та стратегічно розгортається для вдосконалення її процесів. Так чи інакше, питання «вбудови» ШІ у цей ланцюг є спробою віднайти справедливий баланс між перевагами економічного розвитку, технічним прогресом та захистом фундаментальних цінностей [22, 23, 24].

Як підсумок зауважимо, що сталий розвиток бізнесу – не мета, а дія. Ключовим в цьому є постійний моніторинг наслідків діяльності та перебудова корпоративної стратегії від «орієнтації на продукт» до «орієнтації на споживача». Стандарт корпоративної поведінки сьогодні передбачає сумісність із людськими цінностями. Сучасний бізнес не може дозволити собі жертвувати благами майбутніх поколінь заради своїх поточних благ та кращого життя. Він є вагомою частиною взаємозалежних процесів, спрямованих на реалізацію конкретних планів. Тільки сумісна праця та спільна відповідальність за наслідки цієї діяльності призведе до належних колективних дій щодо захисту прав людини у сфері бізнесу.

Соціальна відповідальність – це ефективний механізм, що здатний, з одного боку, допомогти суспільству, з іншого – забезпечити розвиток бізнесу. Кращі компанії вже активно використовують цю концепцію для того, щоб балансувати між формуванням прямих результатів фінансової діяльності (прибутків) і розв'язанням соціальних проблем [4].

Надважливим для бізнесу в цьому процесі є розуміння власних інтересів і обов'язків поважати права людини та їх тісна кореляція з наслідками, які бізнесова діяльність чинить на суспільство. Саме в цих координатах повинні формуватися сьогодні ключові компоненти сталого соціально-економічного розвитку України.

## **Список використаних джерел**

1. Tsutsui K., Lim A. Corporate Social Responsibility in a Globalizing World (Business and Public Policy). Cambridge : Cambridge University Press, 2016. - 512 p. (Reprint edition).
2. Rasche A., Moon J., Morsing M. Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance. - Cambridge : Cambridge University Press, 2017. - 554 p.
3. Руденко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність,

обліковий аспект та нефінансова звітність / О.В. Руденко, О.М. Кондратюк, А.С. Горєва. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/104.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf).

4. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. URL: <https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu>.

5. Cone Communications research: Millennials embrace CSR. URL: <https://sustaincase.com/cone-communications-research-millennials-embrace-csr/>.

6. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, схвалена розпорядженням КМУ від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.

7. Стандарт ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності». URL: <https://aop.nmu.org.ua/ua/metodicki/specialist/org/lzi/zakon/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%20ISO%2026000.pdf>.

8. Стаджи Д. Топ-25 лучших программ КСО // dsnews.ua від 29 липня 2020 р. URL: [https://www.dsnews.ua/vlast\\_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543](https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543).

9. Біла С.О. Європейський досвід успішної практики соціальної відповідальності бізнесу: орієнтири для України // Європейські студії в Україні: здобутки, виклики та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2 червня 2017 р.). - Київ : Українська асоціація викладачів і дослідників європейської інтеграції; Терен, 2017. С. 35–40.

10. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (СВБ)» / CRS Ukraine. URL: <http://csr-ukraine.org>.

11. Реальний сектор економіки України в умовах системних викликів : аналіт. доп. / [Собкевич О. В., Шевченко А. В., Русан В. М. та ін.] : за заг. ред. Я.А. Жаліла – Київ : НІСД, 2021. – 83 с. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-09/analytrep\\_14\\_2021.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-09/analytrep_14_2021.pdf).

12. Jucan C.N., Jucan M.S. Remodeling artificial intelligence to ethics and social responsibility. URL: [https://www.academia.edu/3595184/Remodeling\\_artificial\\_intelligence\\_to\\_ethics\\_and\\_social\\_responsibility](https://www.academia.edu/3595184/Remodeling_artificial_intelligence_to_ethics_and_social_responsibility).

13. Ghosh A., Banerjee B., Malhotra A., Malpani R., Fatima S. Gearing Up of Corporate Social Responsibility With Artificial Intelligence:



An Indian Forecast // ANWESH: International Journal of Management and Information Technology 4 (2), Sept 2019, P. 56-59.

14. Darnault C., Parcollet T., Morchid M. Artificial Intelligence: A Tale of Social Responsibility. URL: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02270410v2>.

15. Wei-wei Zhao. How to improve corporate social responsibility in the era of artificial intelligence? URL: [https://www.researchgate.net/publication/328227495\\_How\\_to\\_improve\\_corporate\\_social\\_responsibility\\_in\\_the\\_era\\_of\\_artificial\\_intelligence](https://www.researchgate.net/publication/328227495_How_to_improve_corporate_social_responsibility_in_the_era_of_artificial_intelligence).

16. How AI and robotics can transform CSR. URL: <https://www.reutersevents.com/sustainability/how-ai-and-robotics-can-transform-csr>

17. Artificial Intelligence and Corporate Social Responsibility. URL: <https://medium.com/humane-ai/artificial-intelligence-and-business-social-responsibility-69d6299b4d9d>.

18. Гайдай Ю. Виклики близького майбутнього: як ЄС хоче регулювати штучний інтелект / Ю. Гайдай // Європейська правда (Міжнародна безпека та євроінтеграція України), 9 лютого 2021 р. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/02/9/7119423/>.

19. How Artificial Intelligence (AI) can be used in Politics & Government? /Dinesh Kumawat// April 27, 2020. URL: <https://www.analyticssteps.com/blogs/how-artificial-intelligence-ai-can-be-used-politics-government>.

20. Погореленко А.К. Искусственный интеллект: преимущества и риски // Сучасні тенденції розвитку міжнародних відносин та економіко-політичного процесу: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, Ужгородський Національний університет, 5-6 жовтня 2018 року) / за заг. ред.: М.М. Палінчак, В.П. Приходько, А. Krynski. – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. – 196 с. – С. 24-27.

21. Погореленко А.К. Штучний інтелект: сутність, аналіз застосування, перспективи розвитку / А.К. Погореленко // Науковий Вісник Херсонського державного університету. – 2018. - № 32. - С. 22-27. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/405/401>.

22. Погореленко А.К. Захист персональних даних в сучасних умовах / О.В. Гронь, А.К. Погореленко // Науковий Вісник Ужгородського національного Університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2018. - № 19. – С. 102 – 108. URL: <http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/>

archive/19\_1\_2018ua/25.pdf.

23. Jan Kleijssen. How to regulate the development of artificial intelligence? URL: <https://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence/director-jan-kleijssen>.

24. EU General Data Protection Regulation (GDPR). URL: <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5419-2016-INIT/en/pdf>.



»» РОЗДІЛ 2. ««

**НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ  
ВЧЕНИХ І ПРАКТИКІВ**

**Єлизавета ГРАДОБОЄВА,**

*кандидат економічних наук, старший науковий співробітник  
відділу економіко-правових проблем містознавства,  
Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень  
імені В.К. Мамутова Національної академії наук України»*

## **ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст, згідно з п. 11 ч. 1 Указу Президента України від 30 вересня 2019 р. №722/2019 [1], є однією з Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року та орієнтиром для розроблення проєктів прогностичних і програмних документів, нормативно-правових актів з метою забезпечення збалансованості економічного, соціального та екологічного вимірів сталого розвитку України. Створенню передумов поліпшення екологічного стану міст України, забезпечення та зміцнення їх екологічної стійкості значною мірою сприятиме екологічно відповідальне ведення бізнесу міськими суб'єктами господарювання. При цьому, відповідно до другого розділу Закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» від 28 лютого 2019 р. № 2697-VIII, заохочення до ведення екологічно відповідального бізнесу є одним із основоположних принципів, за якими здійснюється реалізація засад державної екологічної політики України [2].

Останнім часом науковий інтерес до дослідження екологічних аспектів корпоративної соціальної відповідальності доволі поживався. Увагу вчених і практиків привертає, зокрема, аналіз екологічного складника соціальної відповідальності бізнесу, стану його впровадження у практику господарювання як окремих підприємств [3], так і їх об'єднань [4], визначення ролі екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку [5], а також вивчення відповідного досвіду ЄС та оцінка можливостей його адаптації і впровадження в Україні [6]. Втім, незважаючи на активне обговорення зазначеної проблематики [3-6], багато її аспектів залишаються недостатньо дослідженими, включаючи, зокрема, визначення перспективних напрямів підвищення екологічної відповідальності бізнесу як однієї з компонент соціально відповідального ведення бізнесу та потенціалу вдосконалення

економіко-правового забезпечення стимулювання відповідних процесів в Україні на державному та на місцевому рівнях, що обумовлює мету цього дослідження.

Основні правові засади екологічної відповідальності визначені Директивою 2004/35/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Про екологічну відповідальність за попередження та ліквідацію наслідків завданої навколишньому середовищу шкоди» від 21 квітня 2004 р. Її метою є встановлення рамок екологічної відповідальності, що ґрунтуються на принципі «забруднювач платить», для попередження та ліквідації наслідків екологічної шкоди [6; 7]. Враховуючи членство України в Енергетичному Співтоваристві, ст. 16 Договору про заснування якого присвячена саме нормативно-правовій базі з питань довкілля [8] та доповнена новим положенням щодо впровадження Директиви 2004/35/ЄС про екологічну відповідальність, очевидною представляється потреба її якнайскорішої імплементації в нашій країні на всіх рівнях.

У відповідності до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [9], однією зі сфер, за якими визначено її основні напрями, поряд зі сферою зайнятості населення та розвитку трудових відносин, є охорона навколишнього природного середовища. Цільовими орієнтирами розвитку соціально відповідального бізнесу в цій сфері, що реалізуються суб'єктами господарювання на добровільних засадах, є впровадження інноваційних екологічно безпечних та енергоефективних технологій; запобігання негативному впливу на навколишнє природне середовище; утилізація відходів. При цьому екологічна компонента у складі державної політики України в сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу представлена пп. 4 і 5 Плану заходів з виконання Концепції на період до 2030 року, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 липня 2020 р. № 853-р, за напрямом «Популяризація принципів та стандартів соціально відповідального бізнесу в Україні, проведення інформаційно-просвітницьких кампаній». Зокрема, передбачено популяризацію участі суб'єктів господарської діяльності в організації та підтримці системи охорони навколишнього природного середовища; формування екологічної свідомості та виховання поваги до природи; підвищення обізнаності суб'єктів господарської діяльності з питань збереження навколишнього природного середовища; пропагування та стимулювання сталого використання природних ресурсів; відтворення екосистем,

збереження біо- та ландшафтного різноманіття; використання екологічно безпечних та енергоефективних технологій з урахуванням міжнародних зобов'язань України. До пп. 10, 11 та 14 заходів за напрямом «Підготовка та надання суб'єктам господарської діяльності рекомендацій щодо впровадження політики соціально відповідального бізнесу» включено, відповідно: підготовку рекомендацій суб'єктам господарської діяльності для: 1) удосконалення стратегій діяльності щодо охорони навколишнього природного середовища; 2) пошуку нових можливостей для підвищення екологічних показників діяльності; підготовку рекомендацій щодо впровадження суб'єктами господарської діяльності систем екологічного управління відповідно до ДСТУ ISO 14001:2015 (ISO 14001:2015, IDT) «Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосування» та щодо впровадження на підприємствах інноваційних екологічно безпечних та енергоефективних технологій) [10].

Утім, в сучасних умовах господарювання, враховуючи складний, подекуди критичний, екологічний стан міст, регіонів та країни в цілому, який має тенденцію подальшого погіршення в динамці, виявляється недостатньо перелічених заходів щодо посилення екологічної відповідальності бізнесу, закріплених у чинній нормативно-правовій базі. Адже для їх практичної реалізації суб'єктами господарювання необхідною є розробка та застосування організаційно-економічних механізмів і важелів, що є відповідними кожній з рекомендацій.

Зокрема, слід наголосити, що рекомендоване Планом заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [10] впровадження суб'єктами господарської діяльності систем екологічного управління відповідно до ДСТУ ISO 14001:2015 (ISO 14001:2015, IDT) «Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосування», а також застосування інноваційних екологічно безпечних та енергоефективних технологій, пов'язане з реалізацією відповідних інноваційно-інвестиційних проєктів. Це потребує значних капіталовкладень та їх інвестування у зазначені заходи. При цьому, якщо великий бізнес у більшості випадків має відповідні потенційні можливості, то малому та середньому бізнесу, який тільки оговтується від наслідків введення карантинних обмежень з метою запобігання поширенню COVID-19 (що, до речі, зумовило тимчасову зупинку або згорання діяльності їх значної

частини), наразі гостро бракує коштів навіть для здійснення основної діяльності. А про пошук та вкладення інвестицій, на кшталт, у впровадження систем екологічного управління годі й говорити. Це обумовлює необхідність підвищеної уваги, захисту та підтримки суб'єктів господарювання – представників малого та середнього підприємництва з боку владних структур всіх рівнів (з боку органів державної влади та місцевого самоврядування), особливо у їх прагненні підвищити екологічні показники діяльності, реалізовувати відповідні проекти екологічного спрямування, екологічного підприємництва тощо. Зокрема, на місцевому рівні вищенаведеному має сприяти оптимізація регуляторного середовища, включаючи зокрема спрощення порядку видачі документів дозвільного характеру та звітності для зазначених суб'єктів господарювання. Крім того, сприятливий вплив матиме надання фінансової підтримки на реалізацію ними відібраних на конкурсних засадах пріоритетних для міст регіону проектів екологічного підприємництва за рахунок коштів обласного бюджету та бюджетів міст (обласного значення), районів, об'єднаних територіальних громад, на території яких реалізуються відповідні проекти (на умовах співфінансування із обов'язковим моніторингом стану реалізації цих проектів та періодичною оцінкою результативності їх впровадження). Це, своєю чергою, пов'язане з необхідністю внесення відповідних змін і доповнень у регіональні та міські програми і концепції розвитку малого та середнього підприємництва та відповідні Плани заходів з їх реалізації.

Таким чином, у даний час доцільним представляється впровадження в національне законодавство та в локальну регіональну (обласну та міську) нормотворчість мотиваційних механізмів і відповідного їм інструментарію стимулювання екологічної відповідальності суб'єктів малого та середнього підприємництва, що надасть певного поштовху підвищенню її рівня та, завдяки цьому, сприятиме досягненню усіма стейкхолдерами (суб'єктами господарювання, населенням та органами місцевого самоврядування території присутності) від цього позитивних ефектів за кожною з базових складових тріади сталого розвитку:

*екологічного*, включаючи скорочення екологічних ризиків та в цілому поліпшення екологічного стану території присутності, завдяки зниженню та контролю над викидами, підвищенню енергоефективності та, взагалі, екологічної безпеки діяльності суб'єктів господарювання, а, отже, раціональному використанню енергоресурсів і скороченню ними техногенного навантаження на

навколишнє середовище;

*соціального*, що полягає у поліпшенні здоров'я й, в цілому, якості та комфортності життя мешканців регіонів і міст присутності;

*економічного*, який супроводжується підвищенням ефективності діяльності суб'єктів господарювання, завдяки певній монетизації інвестицій у здійснення екологічної модернізації, реалізацію ними принципів екологічної відповідальності, запровадження та вдосконалення системи екологічного менеджменту, підвищення технологічності здійснення діяльності за рахунок досягнення відповідного скорочення показників ресурсо- та енергоспоживання, а, отже, і виробничих витрат та врешті – зменшення собівартості виробництва, що справляє безпосередній позитивний вплив на рентабельність і конкурентоспроможність. На додаток до цього, виокремлюють такий квазіекономічний ефект від реалізації принципів екологічної відповідальності, як так званий «репутаційний». Він полягає у формуванні позитивного іміджу суб'єкта господарювання завдяки екологічно відповідальному веденню ним бізнесу, що справляє вплив на відносини з органами місцевого самоврядування і населенням міст, територіальних громад та інших населених пунктів території присутності й сприятиме отриманню бізнесом певних преференцій (на кшталт, пільгових умов надання зазначеним суб'єктам підприємництва в оренду об'єктів комунальної власності, зменшення орендної плати за земельні ділянки державної та комунальної власності тощо).

### Список використаних джерел

1. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України №722/2019. Офіційний вісник України. 2019. № 79. Ст. 2712.
2. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року: Закон України від 28 лютого 2019 р. № 2697-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2019. № 16. Ст. 70.
3. Ладунка І.С., Симоненко Д.А. Екологічна соціальна відповідальність підприємств в Україні. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 13. С. 917–923. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/155.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/155.pdf) (дата звернення: 31.01.2022).
4. Камишникова Е.В. Аналіз екологічних аспектів



корпоративної соціальної відповідальності в об'єднаннях підприємств України. Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярощук (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. Том 27. № 4. С. 205–210.

5. Смоленніков Д.О. Роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку. Вісник СумДУ. Серія: Економіка. 2013. № 4. С. 35–39.

6. Екологічна відповідальність: досвід ЄС та можливості для України. Аналітична доповідь (квітень 2018 р.). 42 с. Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля». Офіційний сайт. 2022. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/webenvironmental-liabilityua2018.pdf> (дата звернення: 31.01.2022).

7. Directive 2004/35/CE of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 on environmental liability with regard to the prevention and remedying of environmental damage. 2022. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=celex%3A32004L0035> (accessed: 31.01.2022).

8. Про ратифікацію Протоколу про приєднання України до Договору про заснування Енергетичного Співтовариства: Закон України від 15 грудня 2010 р. № 2787-V. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 24. Ст. 170.

9. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. Офіційний вісник України. 2020. № 14. Ст. 578.

10. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 липня 2020 р. № 853-р (із змін.). Урядовий кур'єр від 18.07.2020 р. № 137.

**Олег ЗАЙЧУК,**  
 академік Національної академії правових наук  
 України, доктор юридичних наук, професор  
**Юрій ЗАЙЧУК,**  
 кандидат юридичних наук, стипендіат  
 Міжнародної організації праці

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНВЕСТИЦІЯ В СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

*Multiple definitions of CSR.  
 Multiple expectations across the world*

Аналіз формування інституту корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) як інвестиції бізнесу у сталий розвиток варто розпочати з окреслення змісту самого поняття «корпоративної соціальної відповідальності».

На сьогодні, навіть після десятиліть розвитку КСВ, наявно багато різних визначень цього терміну, але загальновизначеного терміну не існує. Одним із найбільш корисних та інформативних, на наш погляд, є визначення КСВ як «діяльності компаній, яка виходить за межі того, що вимагає від них право з точки зору досягнення соціальних і екологічних вимог у процесі їх щоденної діяльності» [1]. Загалом, на території Євросоюзу КСВ охоплює наступні аспекти діяльності компаній поза вимогами законодавства відповідних країн, що безпосередньо регулює їхню діяльність: 1) створення нових робочих місць для молоді і місцевий розвиток; 2) дотримання прав людини; 3) звітність про діяльність у сфері КСВ; 4) соціально відповідальні публічні закупівлі.

Таким чином, із самого початку варто відзначити, що, по-перше, КСВ передбачає виконання вимог відповідного законодавства, але таке виконання є «базовим рівнем», після якого лише починається площина КСВ, й, по друге, КСВ – це не філантропія і не благодійна діяльність, яка у деяких випадках може виконувати схожі функції. Тобто КСВ і благодійність не є тотожними термінами і не передбачають тотожну діяльність.

Ще однією складовою частиною КСВ, яка досить часто згадується у відповідній літературі, є її морально-етичний аспект, а саме: КСВ має на меті відносини між бізнесом і стейкхолдерами, що відбуваються морально- та етично-відповідальним чином,

включаючи до кола стейкохолдерів як людство, так і навколишнє середовище [2].

Крім вище окреслених характеристик КСВ, варто також зазначити, що обговорення існування КСВ має сенс лише в якості аспекту функціонування ринкової економіки. В неринкових економіках, «бізнесу» як такого не існує в принципі. Тому, поведінка «квазі-бізнесу» в соціалістичних економіках і економіках змішаного типу (Китай, В'єтнам) залежить від різних факторів, але ці фактори відрізняються від аналізу місцевого законодавства та очікувань стейкохолдерів і суспільства в ринкових економіках.

Водночас, у ринкових економіках, з точки зору розуміння інституту КСВ, теж є певні складнощі, які добре відомі тим спеціалістам, які активно займаються цим питанням у економіці. Так, ще у 1970 році Мілтон Фрідман (Milton Friedman) сформулював відношення представників чиказької школи нео-ліберальної економіки до інституту КСВ [3]. Демократична політична система є необхідною умовою існування ринкової економіки. Демократичним країнам властивий демократичний процес законотворення. Якщо в умовах демократії захисники тих чи інших вимог щодо захисту навколишнього середовища або, наприклад, розвитку дрібного місцевого бізнесу або утворення нових робочих місць, не були спроможні отримати підтримку виборців для прийняття відповідного законодавства, тоді нерідко активісти фактично за допомогою КСВ намагаються втілити свої ідеї. М. Фрідман зазначав, що «корпорація» – це не «моральна особа», а абстрактне утворення, що належить акціонерам, які призначають керівництво компанії для отримання прибутку або досягнення іншої мети. Таким чином, якщо більшість акціонерів ухвалить рішення про те, що призначене наймане керівництво компанії має нести «соціальну відповідальність» за межами отримання максимального прибутку і за умови виконання вимог відповідного законодавства, тоді, по-перше, це має бути рішенням більшості акціонерів, а не «побажанням їх активної меншості» і, по-друге, така діяльність майже завжди призводить або до зменшення прибутку акціонерів або до зростання вартості товарів чи послуг компанії для покупців, що, своєю чергою, полегшує захоплення ринку такої компанії її конкурентами, які не несуть подібних витрат.

Аналіз природи інституту КСВ М. Фрідмана залишається актуальним і до цього часу, і з точки зору юридичної та економічної логіки, досить важко запропонувати логічне заперечення до логіки

його аргументації. Тому, як альтернатива, на користь КСВ часто пропонується «бізнес-кейс», а саме – логічне пояснення того, яким чином впровадження інституту КСВ підвищує прибутковість бізнесу, або, скажімо, забезпечує стале зростання ринкової вартості компанії, або, можливо, зменшує вірогідність її зменшення.

Складність цього підходу полягає у тому, що будь-який об'єктивний показник у ринковий економіці, включаючи вартість акцій, прибутковість, валовий прибуток на капітал та ін. визначається багатьма факторами, які досить часто не залежать від окремої компанії. Як відомо, з погляду статистики, кореляція і пряма залежність – це різні речі. Наведемо простий приклад для роз'яснення цієї тези: констатується, що існує певна кореляція між кількістю проданого морозива і кількістю атак акул на плавців у водах морів або океанів. Утім, така кореляція наявна лише тому, що, коли влітку спекотно, морозива продається більше; і коли спекотно, тоді більше людей плаває в морі або океані, і для них з'являється більше загроз піддатися атакам акул. Але прямої залежності між цими явищами не існує. Так само, не зважаючи на багатомільярдні бюджети, до цього часу важко виявити пряму залежність між обсягом рекламного бюджету і обсягом проданої продукції конкретної компанії-замовника реклами. Тому пошук і наведення прямого «бізнес-кейсу» для підтвердження безпосередньої залежності економічних показників компаній від КСВ є досить проблематичним, окрім тих випадків, коли компанія в будь-якому випадку планувала певну діяльність, яку можна було б представити в якості КСВ.

Але тоді яким чином це може стосуватися КСВ? Можливо, з урахуванням всіх складнощів, пов'язаних із досить популярним нині інститутом КСВ, варто подивитись на нього з іншої точки зору.

Як відомо, 4 лютого 2022 року в Китаї розпочалися 24-ті Зимові олімпійські ігри. Ще до їх початку Світова антидопінгова агенція (World Anti-Doping Agency) попередила атлетів, які братимуть участь у цих олімпійських іграх, про те, що вони мають уважно ставитися до споживання будь-яких м'ясних продуктів, які виробляються на території Китаю у зв'язку з дуже високим рівнем забруднення китайських продуктів забороненими субстанціями, у тому числі гормонами, використання яких було заборонене за межами Китаю [4]. Задовго до початку Олімпіади поширювалася інформація про те, що вода з 80% джерел питної води на території Китаю не може використовуватися в якості питної внаслідок промислового та індустріального забруднення [5]. В результаті майже тотального

небезпечного забруднення навколишнього середовища в Китаї з'явилися сотні так званих «ракових сіл», де населення швидко вимирає [6]. А забруднення повітря, яке різко підвищилося після тимчасового зменшення під час епідемії Ковіду [7], безпосередньо впливає на життя 800 мільйонів мешканців країни [8].

Китай, на чолі з Компартією Китаю, не є демократичною країною. Його економіка значною мірою залежить від експорту енерго- і ресурсовмісної продукції до країн західного світу, Євросоюзу включно. Однак компанії країн ЄС, які є найбільш активними у сфері впровадження КСВ, перенесли повністю або частково своє виробництво на територію Китаю. Також слід зазначити, що крім імпорту вони залежать і від продажу своєї продукції до Китаю. Навіть побіжний аналіз екологічної ситуації в цій країні доводить, що конкурентоспроможність китайської продукції і сама можливість її експорту досягається за рахунок знищення навколишнього середовища і високої смертності її населення.

З одного боку, КСВ є, по-перше, моральним вибором керівництва компанії і, по-друге, є її добровільною поведінкою. У той же час, очевидно, що сучасне міжнародне право побудоване на принципах так званої «Вестфальської суверенності», яка передбачає верховенство національного права на території відповідної країни. В результаті виникає логічне питання щодо можливості використання принципів КСВ стосовно будь-якої торгівлі з країною, яка фактично сама активно знищує навколишнє середовище на власній території. Як відомо, у бізнесі є два учасника – покупець і продавець. Компанії, які активно просувають ідеї КСВ у вигляді різних морально позитивних ініціатив в одних країнах, у той же час, активно «створюють попит» на нанесення шкоди навколишньому середовищу в інших країнах. Якщо реалізація інституту КСВ неможлива у цьому сегменті, тоді що має робити соціально-активний бізнес? Повністю «вийти» з Китаю і, скоріш за все, втратити один із найбільших національних ринків?

Як відомо, в Європі активно відбувається процес переходу на використання електричного транспорту. Цей перехід передбачає створення власного виробництва акумуляторів на території ЄС і системи їхнього ресайклінгу або повторного використання матеріалів зі старих акумуляторів. Парадокс полягає у тому, що ЄС більш ніж на 75% залежить від імпорту матеріалів для їх виробництва [9]. У січні 2022 року після масових протестів Сербія, яка планує увійти до складу ЄС у 2025 році, відкликала ліцензію на видобуток літію на своїй території [10]. Масові протести у Сербії проходили під лозунгами

«чисте повітря і вода критично важливі для нашого здоров'я» і «природа – це наша матір». Таким чином, якщо навіть на території ЄС видобування літію та інших ключових для «зеленого переходу» матеріалів утворює небезпеку для навколишнього середовища і здоров'я населення, то можна лише уявити, наскільки така діяльність буде небезпечною на території менш соціально активних країн.

У цьому контексті, на наш погляд, актуальною є теза відома як «Категоричний імператив Іммануїла Канта»: «Не роби іншим того, чого не хочеш, щоб зробили тобі самому» («Do not do to others what you don't want to be done to you»).

Зауважимо, що після розпаду СРСР відбувалася поступова відмова від досягнення соціальних і екологічних цілей із використанням механізмів державного управління, що призвело до скорочення фінансування такої діяльності як окремими країнами, так і міжнародними організаціями (наприклад, ООН або Світовим банком, вплив яких поступово нівелювався). Водночас, екологічні і соціальні проблеми в світі не зменшувалися і не зменшуються. Отже, логічно виглядає теза про те, що ринковий бізнес має взяти на себе різні нетипові для нього функції. Якщо такі функції виходять за межі вимог законодавства, що визначає правила його функціонування, і їх виконання не завжди підтримується більшістю акціонерів, залишається шлях використання КСВ у якості «інвестиції у майбутнє» або використання аналогічної поведінкової логіки.

Загальновідомо, що майже всі «сонячні елементи» та багато матеріалів і комплектуючих для здійснення «зеленого переходу», який є найважливішою частиною реалізації концепції сталого розвитку на території ЄС та інших розвинутих держав, імпортуються з Китаю та інших країн. Таким чином, виникає питання, чи не утворює реалізація КСВ під час здійснення «зеленого переходу» конфлікт у контексті змісту «Категоричного імперативу Канта». Складно уявити, яким чином можна одночасно втілювати КСВ і забезпечувати попит на таку шкідливу виробничу діяльність, яка не тільки суперечить здійсненню «зеленого переходу», але й просто зараз знищує навколишнє середовище, навіть якщо ця діяльність є цілком законною в рамках певного правового поля.

Отже, постає питання: «Яким чином КСВ може стати справжньою «інвестицією у сталий розвиток»?»

Як видно з вищенаведеного аналізу, нині наявні принципові питання щодо сталості реалізації «зеленого переходу» з

використанням сировини, яка практично повністю добута за межами держав - «лідерів сталого розвитку», і вироблених за межами цих країн ключових елементів сталого енергетичного розвитку, таких як сонячні панелі. Навряд чи є сумніви в тому, що без здійснення «зеленого переходу» реалізація сталого розвитку є неможливою. До того ж, у 2020 році Центр енергетичної безпеки НАТО здійснив дослідження щодо «захованих» витрат на виробництво сонячної енергії і дійшов висновку, що виробництво сучасних панелей повністю залежить від використання деревини, вугілля з деревини, кам'яного вугілля і дешевої електроенергії, яка теж часто виробляється з вугілля. Ні одна з частин панелей не є «відновлюваною в природі». При цьому виробництво цих панелей потребує просто астрономічних обсягів невідновлюваних матеріалів і вуглецевого палива [11].

Вивчення певних елементів інституту КСВ, які можуть певним чином дещо суперечити один одному, показує, що, для того, щоб діяльність конкретної компанії відповідала всім вимогам КСВ, фактично, ця компанія має побудувати свою діяльність з урахуванням певних морально-етичних принципів і, одночасно, винайти таку бізнес-модель, яка б гарантувала конкурентні переваги і забезпечувала прибутковість в умовах ринкової конкуренції з компаніями, які не мають ніяких юридичних зобов'язань щодо КСВ; часто таке просто неможливо. Наприклад, якщо компанія винайде технологію виробництва ефективних акумуляторів або сонячних панелей із загально доступних дешевих матеріалів, які не потребують технологічного збагачення, не утворюють нових екологічних ризиків і легко переробляються після закінчення строку їх роботи, тоді можна буде стверджувати, що соціально-орієнтоване виробництво такої продукції, яке не потребує використання вуглецевого палива, може вважатися інвестицією КСВ у сталий розвиток у межах діяльності окремої компанії.

Тож, незважаючи на багаторічні спроби ООН та інших міжнародних акторів просувати КСВ, у реальному житті серед великої кількості впроваджуваних компаніями добровільних ініціатив доволі складно знайти такі, які повною мірою можна характеризувати як «внесок у сталий розвиток» у точному значенні термінів «КСВ» і «сталий розвиток». Все ж, наявність ряду важливих міжнародних орієнтирів забезпечує позитивний погляд на проблематику. Це, зокрема, Глобальний договір ООН 2000 року як ініціатива щодо сприяння соціальній відповідальності бізнесу і вирішення компаніями проблем глобалізації та створення більш стабільної й всеохопної

економіки (станом на лютий 2022 року до нього приєдналася 15401 компанія з 164 країн світу) [12]; міжнародний стандарт ISO 26000 «Соціальна відповідальність» 2010 року [13], який містить керівництво для компаній та організацій стосовно того, як вони можуть діяти етично та прозоро, беручи до уваги очікування стейкхолдерів; Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини 2011 року [14] як комплексний документ з багатьма відповідями на поточні виклики; ряд документів ОЕСР; чинне законодавство європейських держав щодо належної обачності компаній та усталені міжнародні норми поведінки. Зростаюча увага різних стейкхолдерів з усіх регіонів світу до суті цих ініціатив, переваг і способів їх імплементації дає підстави зробити оптимістичний висновок про те, що нині людство має розуміння, досвід і орієнтири руху до сталого розвитку з використанням КСВ.

### Список використаних джерел

1. EU Strategy on Corporate Social Responsibility, Switch 2 Green, Retrieved on Feb 8, 2022. URL: <https://www.switchtogreen.eu/eu-strategy-on-corporate-social-responsibility/#:~:text=Corporate%20social%20responsibility%20refers%20to,jobs%2C%20youth%2C%20local%20development>).
2. Наприклад, таке визначення використовується CS Wire, впливовим каналом новин в США. URL: <https://www.csrwire.com/>.
3. Friedman M., A Friedman doctrine - The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits, Sept. 13, 1970. URL: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>.
4. Blennerhassett P., Beijing 2022: Olympic athletes warned not to eat meat products in China by anti-doping agency, as they «are likely to include banned substances», South China Morning Post, Jan 17, 2022. URL: <https://www.scmp.com/sport/china/article/3163669/beijing-2022-wada-warns-athletes-over-eating-meat-products-china-says>.
5. Xia C., 80% underground water undrinkable in China, China.org.cn, Apr 11, 2016. URL: [http://www.china.org.cn/environment/2016-04/11/content\\_38218704.htm](http://www.china.org.cn/environment/2016-04/11/content_38218704.htm).
6. Guilford G., China now has up to 400 «cancer villages», and the government only just admitted it, Quartz, Feb. 22, 2013. URL: <https://qz.com/55928/china-now-has-up-to-400-cancer-villages-and-the->



government-only-just-admitted-it/.

7. China smog returns after pandemic cleared the air, France 24, May 5, 2020. URL: <https://www.france24.com/en/20200508-china-smog-returns-after-pandemic-cleared-the-air>.

8. Beijing's skyline: with and without air pollution - in pictures, The Guardian, Oct 31, 2018. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/oct/31/beijings-skyline-with-and-without-air-pollution-in-pictures>.

9. Europe faces «new era of energy dependency», PV Magazine, Dec 31, 2021. URL: <https://www.pv-magazine.com/2021/12/21/europe-faces-new-era-of-energy-dependency/>.

10. BBC News, Serbia revokes Rio Tinto lithium mine permits following protests, Jan 21, 2022. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-60081853>

11. Troszak T., The hidden costs of solar photovoltaic power, NATO Energy Security Centre of Excellence, 2020.

12. United Nations Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/>.

13. ISO 26000 «Соціальна відповідальність». URL: <https://www.iso.org/ru/iso-26000-social-responsibility.html>.

14. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини: Реалізація Рамкової програми ООН «Захист, повага і засоби захисту», схвалені Резолюцією 17/4 Ради ООН з прав людини 16 червня 2011 року URL: [https://www.iepd.kiev.ua/?page\\_id=8524](https://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524).

**Ігор КОНОПКА,**  
*магістр міжнародного права у галузі прав людини, магістр права, юрист з бізнесу та прав людини, аналітик Frank Bold*

## **КОРОТКА ІСТОРІЯ КОНЦЕПЦІЇ «НАЛЕЖНОЇ ОБАЧНОСТІ ЩОДО ПРАВ ЛЮДИНИ»**

2021 рік був багатим на події в сфері бізнесу і прав людини. Із найвагоміших світових – десята річниця Керівних принципів ООН з питань бізнесу і прав людини (далі – Керівні принципи) й прийняття Німеччиною та Норвегією законодавства про обов'язкову належну обачність щодо прав людини. Із вітчизняних – затвердження Національної стратегії у сфері прав людини, що вперше містить розділ, присвячений тематиці бізнесу і прав людини. Варто зазначити, що цю тематику справедливо розглядають у контексті Цілей сталого розвитку ООН (далі – ЦСР), адже останні нерозривно взаємопов'язані з правами людини. Згідно з дослідженнями Данського інституту прав людини, 92% із усіх 169 завдань ЦСР пов'язані з міжнародними договорами в галузі прав людини [1], а «імплементация [Керівних принципів] може бути єдиним найважливішим внеском бізнесу в реалізацію ЦСР» [2].

Однією з ключових концепцій Керівних принципів є «належна обачність щодо прав людини» (*«human rights due diligence»*, далі також – *«належна обачність ПЛ»*), а отже їхня успішна імплементация, зокрема шляхом запровадження відповідного національного законодавства, вимагає щонайменше знання цієї концепції. Ця стаття [3] досліджує історію становлення концепції належної обачності ПЛ, зокрема того, як ідеї «бізнесу як звичайно» було вперше кинуте виклик та чому концепція «сфери впливу», на відміну від «належної обачності» не стала підвалиною Керівних принципів.

Протягом тривалого часу бізнес був рушійною силою, що сприяла покращенню людських життів завдяки наданню робочих місць, розвитку інновацій та зміцненню економіки в цілому. Створення багатства, проте, залишалося первинною метою ведення бізнесу. Водночас, питання його негативного впливу на людські життя практично не ставили до 1950-1960-х років. У той період виникла дискусія про корпоративну соціальну відповідальність (далі – КСВ) щодо того, якою має бути відповідь бізнесу на соціальні та моральні очікування від нього та яку він має відповідальність поза створенням

багатства та максимізацією прибутку. Поступово КСВ перетворилася на міжнародне явище у вигляді численних добровільних ініціатив [4] і процесів, що їх використовували корпорації аби задовольнити згадані очікування та відповідальність.

Наприкінці 1970-х років почав виникати інший рух – бізнес і права людини (далі – БПЛ), який згодом виріс в окрему дискусію та галузь, яка чітко фокусувалась на питаннях прав людини, пов'язаних із діяльністю бізнесу в світі, що все більше глобалізувався [5]. На відміну від галузі КСВ, яка переймалася виключно обов'язками приватного сектору, корпоративною філантропією та іншими добровільними ініціативами, БПЛ зосереджувався не лише на бізнесі, а й на державах та їхній ролі з «нагляду за тим, чи поважають компанії права людини», а також на питаннях корпоративної відповідальності (не плутати з КСВ), особливо на доступі постраждалих до засобів правового захисту [6].

Експоненційний ріст транснаціональних корпорацій (далі – ТНК) та зростаюча занепокоєність щодо їхньої безкарності за порушення прав людини у 1980-1990-х роках [7], змусили ООН у 1999 році нарешті взятися за вирішення цієї проблеми [8] за допомогою двох незалежних ініціатив. Перша – розробка «Норм про обов'язки [ТНК] та інших підприємств щодо прав людини» (далі – норми ООН) під керівництвом Підкомісії ООН із просування та захисту прав людини. Проєкт Норм ООН 2003 року, який пропонував зобов'язати бізнес «просувати, забезпечувати реалізацію, поважати, забезпечувати повагу та захищати» права людини, було рішуче відкинуто Комісією з прав людини, оскільки такі зобов'язання були значною мірою «змальовані» з існуючих обов'язків держав, проте без належного обґрунтування такого підходу [9]. Друга ініціатива, що працює донині, – Глобальний договір ООН (далі – ГД ООН), започаткована особисто Генеральним секретарем ООН як «нормоорієнтований навчальний форум та механізм залучення», який доповнює ініціативи бізнесу та законотворчість, пропагуючи десять принципів щодо прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією [10].

Концепція «сфери впливу» («*sphere of influence*»), якою оперували фахівці з КСВ, була використана в обох ініціативах. Автори проєкту Норм ООН пропонували обмежити загальні зобов'язання ТНК їхньою «сферою діяльності та впливу» [11], в той час як ГД ООН розглядав концепцію як таку, що кваліфікує обсяг усіх десяти його принципів [12]. Разом із тим, ООН таки визнала що ця концепція не була добре

визначеною в міжнародному праві прав людини й засновувалась на ідеї, що деякі особи мають «певну політичну, договірну, економічну або географічну *близкість*» до компанії що розглядається [13]. Пізніше ООН запропонувала бізнесу розглядати «сферу впливу» як спосіб «почати визначати, які відносини він може мати з різними групами зацікавлених сторін щодо прав людини, а також щодо всіх інших принципів [ГД ООН]» [14]. Через нечіткість «сфери впливу», К. Лукас описує її як текучу концепцію, яка перетворювала згадану *близкість* до конкретних осіб та їхніх прав людини в основу для покладення відповідальності за них на відповідний бізнес. Передбачалося, що така «сфера впливу» мала визначатись у кожному конкретному випадку шляхом застосування чітких параметрів, таких як прямий контроль або договірні зобов'язання, де більший вплив означає збільшену відповідальність бізнесу [15].

Після того, як Норми ООН не знайшли підтримки, ООН зробила ще одну спробу врегулювати корпоративну відповідальність щодо прав людини (не плутати з КСВ). Цього разу професора Джона Руггі призначили Спеціальним представником Генерального секретаря ООН з питань прав людини і багатонаціональних корпорацій та інших підприємств (далі – «*Спеціальний представник ООН*») у 2005–2011 роках. Йому надали дворічний мандат на визначення та роз'яснення існуючих концепцій, стандартів і практик у сфері корпоративних зобов'язань та відповідальності [16]. «Сфера впливу» була прямо вказана серед нечітких концепцій, які потребують уточнення [17]. Розробляючи свої рамкові засади корпоративної відповідальності за порушення прав людини, проф. Руггі вирішив спиратися на концепцію «належної обачності» («*due diligence*»), а не на «сферу впливу». Остання не відображала реалій глобалізованої торгівлі [18] і, за словами Спеціального представника ООН, була нечіткою з точки зору розмежування впливу в значенні здійснення впливу («*impact*») та важеля впливу («*leverage*»): зобов'язання, засновані на впливі як важелі, помилково означали б, що під «може» мається на увазі «повинен». Також концепція «сфери впливу» не давала точної відповіді стосовно того, які дії можуть вжити компанії, якщо вони виявили свій вплив, а також того, як сфера їхнього впливу відрізняється від юрисдикції держави [19].

Перші згадки про «належну обачність» з'явилися у звіті проф. Руггі від лютого 2007 року, в якому від описував походження та значення цього терміну в міжнародному праві прав людини. Як зазначалося, договірні органи ООН очікують, що держави діятимуть

з «належною обачністю» при виконанні свого обов'язку захищати права людини. Цей підхід переважно впливав зі справи Веласкеса, в якій Міжамериканський суд з прав людини постановив, що держави «можуть бути притягнені до відповідальності за приватні дії, якщо вони не діятимуть з «належною обачністю», щоб запобігти або відреагувати на порушення» [20]. Пізніше Комітет з прав людини зробив подібний висновок щодо держав, які «не проявили належну обачність для запобігання, покарання, розслідування чи відшкодування шкоди, заподіяної такими діями приватних осіб або суб'єктів», тоді як Комітет із ліквідації дискримінації щодо жінок застосував концепцію «належної обачності» при формулюванні обов'язків держави з подолання насильства щодо жінок [21].

У своїх наступних звітах Спеціальний представник ООН продовжив активно [22] виявляти, що концепція «належної обачності» застосовується і до держав, і до бізнесів. Зрештою, добра обізнаність бізнесу з цією концепцією незабаром проявилась як явна її перевага над «сферою впливу». Належна обачність і дійсно була знайома бізнесу як концепція, що стосується фінансових аспектів прийняття рішень. Традиційно, належна обачність застосовувалася як дослідницько-оціночна вправа, що включала «зниження, пом'якшення та управління ризиками» й виконувалась потенційним покупцем для перевірки предмета покупки. Згодом це традиційне розуміння було розширено, щоб охопити аспекти ділових операцій за межами фінансових. Наприклад, екологічні ризики, пов'язані з підприємницькою діяльністю, почали оцінювати в рамках оцінки соціального впливу (а потім і впливу на права людини) під час планування та реалізації великих проектів [23].

Належна обачність ПЛ з'являється серед ключових компонентів Рамкових засад ООН «Захищати, поважати, виправляти» (далі – «Рамкові засади ЗПВ») 2008 року як концепція, що описує «кроки, які компанія має зробити, щоб стати обізнаною, запобігати та долати несприятливий вплив на права людини» з посиланням на порівнянні процеси, які компанії вже використовують для оцінки та управління ризиками [24]. Рамкові засади ЗПВ також роз'яснюють, що «обсяг належної обачності...не є фіксованою сферою і не ґрунтується на впливі [(influence)]. Навпаки, він залежить від потенційного та дійсного впливу [(impact)] на права людини в результаті господарської діяльності компанії та відносин, пов'язаних з цією діяльністю» [25]. Переходячи до практичного застосування Рамкових засад ЗПВ, Спеціальний представник ООН доповів, що належна обачність

має таке загальне юридичне визначення: «обачність, яку розумно очікують від особи і яку вона зазвичай проявляє, коли прагне задовольнити юридичну вимогу або виконати зобов'язання». Однак, одразу після цього він наголосив, що використовував цей термін не в суто трансакційних термінах, а в більш широкому сенсі як «всеосяжне, активне намагання виявляти ризики щодо прав людини, дійсні та потенційні, протягом усього життєвого циклу проєкту чи господарської діяльності з метою їх уникнення та пом'якшення» [26].

Отже, на відміну від «сфери впливу», концепція «належної обачності, завдяки добрій обізнаності про неї бізнес-спільноти та більшій чіткості, увійшла до Керівних принципів ООН у формі «належної обачності щодо прав людини» й у кінцевому підсумку запропонувала загальний стандарт виконання корпоративного зобов'язання поважати права людини [27]. Керівні принципи зазначають, що це зобов'язання виникає стосовно власної господарської діяльності компанії та її ділових відносин, які часто перетинають національні кордони. Такий інноваційний підхід зробив належну обачність ПЛ відповідною реаліям глобалізованої економіки та допоміг перетворити Керівні принципи на глобальні норми [28]. Хоча Керівні принципи й не дають чіткого визначення належної обачності ПЛ, вони пояснюють, що її «можна включити до ширших корпоративних систем управління ризиками» [29]. Крім того, тлумачний посібник Управління Верховного Комісара ООН з прав людини 2012 року щодо корпоративного зобов'язання поважати права людини уточнює, що належна обачність ПЛ «включає постійний процес управління, який розумне та розважливе підприємство має здійснювати...щоб виконати своє зобов'язання поважати права людини» [30].

Після того, як його мандат закінчився, проф. Руггі пояснював, що належна обачність ПЛ «винесла питання виявлення та долання несприятливого впливу компаній на права людини у знайомі для них рамки, засновані на ризиках», і підтвердив, що при її розробці він спирався на усталену бізнес-практику проведення належної перевірки/забезпечення належної обачності для управління ризиками в транснаціональних операціях, таких як злиття та поглинання [31]. Як наслідок, така корпоративна практика, пов'язана з прийняттям рішень у різних видах господарської діяльності, складає основу фундаменту концепції належної обачності ПЛ.

М. Тейлор зазначає, що «належна обачність – це процес відомий комерційному праву низки країн і [Рамкові засади ЗПВ] переймають його в контекст прав людини» [32]. Однак слід зауважити,

що перша спроба такого переймання (хоча без оригінальної назви чи успіху) була зроблена в Коментарі до Норм ООН у 2003 році. У ньому двічі згадували про «належну обачність». Вперше, вимагаючи від ТНК та інших підприємств «застосовувати *належну обачність*, щоб гарантувати, що їхня діяльність не сприяє прямо чи опосередковано порушенням прав людини й що вони не отримують прямої чи опосередкованої вигоди від порушень, про які вони знали або повинні були знати» [33]. Вдруге, зобов'язуючи ці підприємства «з *належною обачністю* долучатись до розслідувань щодо потенційних охоронців або інших постачальників охоронних послуг до того, як їх наймуть [...]» [34]. Останній приклад застосування концепції належної обачності відображає традиційне її розуміння як інструменту розслідування/управління ризиками, у даному випадку спрямованого на перевірку відповідності потенційних співробітників або провайдерів послуг конкретним критеріям. Тим не менш, перший приклад пристосований до контексту прав людини – належна обачність як запобіжний засіб проти прямого та непрямого сприяння або вигоди від порушень прав людини – був чимось новим, що пізніше використав проф. Руггі для розробки належної обачності ПЛ. Отже, внесок Норм ООН у становлення концепції належної обачності, принаймні певною мірою, теж послужив частиною фундаменту належної обачності ПЛ.

Професор Джон Руггі завершив свій (двічі продовжений) 6-річний мандат Спеціального представника ООН випустивши Керівні принципи, які, як і Рамкові засади ЗПВ [35], ґрунтуються на трьох взаємопов'язаних стовпах: 1) обов'язку держави захищати від порушень прав людини третіми сторонами, включаючи підприємства, через відповідні політики, регулювання та судочинство; 2) корпоративному зобов'язанні поважати права людини, яке означає, що підприємства повинні діяти з належною обачністю, щоб уникати порушення прав інших осіб та долати негативні впливи, до яких вони залучені; 3) більшому доступі потерпілих до ефективних засобів правового захисту, як судових, так і позасудових [36].

Другий стовп передбачає: щоб «знати та демонструвати» повагу до прав людини, підприємствам слід запровадити конкретну політику та процеси, а саме: 1) політику відданості зобов'язанню поважати права людини, 2) процес забезпечення належної обачності для виявлення, запобігання, пом'якшення дійсних і потенційних негативних впливів на права людини та звітування про вжиті заходи, 3) процеси для усунення тих впливів, які вони спричинили або

яким сприяли [37]. У цій трискладовій структурі найбільшу вагу має ефективне забезпечення належної обачності ПЛ: без неї компанія навряд чи може виконати своє корпоративне зобов'язання поважати права людини.

Отже, належна обачність щодо прав людини (*human rights due diligence*) розроблена та представлена професором Джоном Рурґі, Спеціальним представником ООН у 2005–2011 роках. Вона заснована на концепції належної обачності (*due diligence*), широко застосовній до бізнесу у національному комерційному праві ряду країн та до певної міри також до держав у міжнародному праві прав людини. На відміну від традиційної корпоративної практики забезпечення належної обачності, що спрямована на оцінку та зниження *різноманітних ризиків для компанії*, належна обачність щодо прав людини є основою корпоративного зобов'язання поважати права людини й полягає у виявленні, запобіганні, пом'якшенні дійсних та потенційних негативних впливів компанії на права людини та звітування про вжиті заходи.

## Список використаних джерел

1. «Human Rights and the 2030 Agenda for Sustainable Development: Lessons Learned and Next Steps» (2018). URL: <https://www.humanrights.dk/sites/humanrights.dk/files/media/document/HR%202030%20agenda.pdf>.

2. Daniel Morris and others, «Responsible Business Conduct as a Cornerstone of the 2030 Agenda: A Look at the Implications» (Danish Institute for Human Rights 2019).

3. Стаття є власним перекладом частини магістерської роботи автора: Ihor Konopka «Getting hard to resist: Prospect of mandatory human rights due diligence in Ukraine» (Master's thesis, Lund University, 2021), URL: <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/9058731>.

4. Важливе значення мали Рекомендації ОЕСР для багатонаціональних корпорацій 1976 року, які також зосереджувались переважно на поведінці бізнесу. Власне, пізніші видання цих Рекомендацій ввели поняття «відповідальної поведінки бізнесу і розширили сферу певних аспектів доступу до правосуддя. У той же час, ЄС розглядає термін «відповідальна поведінка бізнесу» як альтернативний КСВ, що розуміють як «відповідальність підприємств за їхній вплив на суспільство». European Commission, «Corporate Social



Responsibility, Responsible Business Conduct, and Business & Human Rights. - Overview of Progress» (Publication date: 16/04/2019). URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/34963>.

5. Florian Wettstein, «The History of «Business and Human Rights» and Its Relationship with Corporate Social Responsibility» in Surya Deva and David Birchall (eds), Research handbook on human rights and business (Edward Elgar Publishing 2020), pp. 22–23.

6. Anita Ramasastry, «Corporate Social Responsibility Versus Business and Human Rights: Bridging the Gap Between Responsibility and Accountability» (2015) 14 Journal of Human Rights, pp. 237, 237–238.

7. Серед найбільш сумнозвісних випадків були повсюдне використання потогінної праці («sweatshop labour») компаніями Nike, Gap та подібними, жахлива промислова катастрофа в Бхопалі (Індія), у якій загинули тисячі людей, і страта нігерійською армією активіста Кена Саро-Віву, який очолював кампанію проти діяльності компанії Shell в дельті річки Нігер; деталі та більше прикладів – див. Chris Jochnick and Louis Bickford, 'The Role of Civil Society in Business and Human Rights' in Dorothee Baumann-Pauly and Justine Nolan (eds), Business and human rights: from principles to practice (Routledge 2016), pp. 259–260.

8. Технічно, перша спроба ООН впоратися із ТНК була зроблена між 1974 та 1993 роками, коли проходили переговори стосовно «Кодексу поведінки ООН щодо транснаціональних корпорацій», але проєкт кодексу так ніколи й не був узгоджений; Karl P. Sauvart, 'The Negotiations of the United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations: Experience and Lessons Learned', The Journal of World Investment & Trade, vol. 16 (2015), pp. 11, 13, 55.

9. John Gerard Ruggie, «The Social Construction of the UN Guiding Principles on Business and Human Rights» in Surya Deva and David Birchall (eds), Research handbook on human rights and business (Edward Elgar Publishing, 2020), pp. 70–71.

10. Первинно було 9 принципів, а 10-ий про щодо протидії корупції додали після прийняття відповідної конвенції ООН, так само с. 70–72; 'Homepage | UN Global Compact' URL: <https://www.unglobalcompact.org/>.

11. The Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights (Draft), E/CN.4/Sub.2/2003/12/Rev.2 2003 параграф А.1.

12. OHCHR and UNGC, «Embedding Human Rights in Business

Practice I» (2004), p. 10. URL: <https://www.unglobalcompact.org/library/12>.

13. там само (наголос додано), с. 15.

14. OHCHR and UNGC, «Embedding Human Rights in Business Practice II» (2007), p. 10. URL: <https://www.unglobalcompact.org/library/12>

15. Karin Lukas, «Human Rights in the Supply Chain: Influence and Accountability» in Radu Mares and Karin Lukas (eds), The UN Guiding Principles on Business and Human Rights: Foundations and Implementation. (BRILL 2011), pp. 153–155.

16. Human Rights Resolution 2005/69: Human Rights and Transnational Corporations and Other Business Enterprises, E/CN.4/RES/2005/69 (2005) параграфи 1, 7.

17. Там само, 1(с).

18. Mark B Taylor, «Human Rights Due Diligence in Theory and Practice» in Surya Deva and David Birchall (eds), Research handbook on human rights and business (Edward Elgar Publishing 2020), p. 98.

19. Clarifying the Concepts of «Sphere of influence» and «Complicity», Report of the Special Representative of the Secretary-General on the Issue of Human Rights and Transnational Corporations and other Business Enterprises, John Ruggie, A/HRC/8/16 (2008) параграф II.B, pp.10-18.

20. State responsibilities to regulate and adjudicate corporate activities under the United Nations core human rights treaties: an overview of treaty body commentaries, Addendum to the Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, A/HRC/4/35/Add.1 (2007) параграф 9.

21. Там само, с. 27.

22. Термін «належна обачність» застосовується багато разів у 17-ти із 22-ох звітів Спеціального представника ООН з бізнесу та прав людини, включаючи найпомітніші появи у звіті 2008 року про Рамкові засади «Захищати, поважати, виправляти» та у фінальному звіті 2011 р. з Керівними принципами, який розкриває термін повністю, «Reports of the SRSG on Human Rights and Transnational Corporations and Other Business Enterprises» (OHCHR) URL: <https://www.ohchr.org/EN/Issues/TransnationalCorporations/Pages/Reports.aspx>.

23. Geordan Graetz and Daniel M Franks, «Incorporating Human

Rights into the Corporate Domain: Due Diligence, Impact Assessment and Integrated Risk Management» (2013) 31 Impact Assessment and Project Appraisal, pp. 97, 100.

24. «Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights», Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, John Ruggie, A/HRC/8/5 (2008) параграф 56.

25. Там само, с. 72.

26. Business and human rights: Towards operationalizing the 'protect, respect and remedy' framework, Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, A/HRC/11/13 (2009) параграф 71.

27. UNGPs Принципи 11, 13.

28. Taylor, 'Human Rights Due Diligence in Theory and Practice' 98–99;

29. UNGPs коментар до Принципу 17.

30. OHCHR, The Corporate Responsibility To Respect Human Rights: An Interpretive Guide 2012 6.

31. John Gerard Ruggie, Just Business: Multinational Corporations and Human Rights (W W Norton & Company 2013) 99–101.

32. Mark B Taylor, 'The Ruggie Framework: Polycentric Regulation and the Implications for Corporate Social Responsibility' (2011) 5 Etikk i praksis - Nordic Journal of Applied Ethics 9, 15.

33. Commentary for the Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights (Draft), E/CN.4/Sub.2/2003/38 (2003) параграф A.1.b (наголос додано).

34. Там само C.4.d (наголос додано).

35. Незважаючи на очевидну схожість між Рамковими засадами ЗПВ та Керівними принципами, існують деякі суттєві відмінності. Наприклад, Р. Марес стверджує, що застосувавши ряд маневрів з переформулювання та редагування, Спеціальний представник ООН з бізнесу та прав людини, зокрема, змінив односкладову концепцію поваги 2008 року (не порушувати права людини) на двоскладову концепцію 2011 року (уникати порушень та долати впливи на права людини, до яких підприємства залучені). Додаткові приклади та подальше обговорення, див. Radu Mares, "Respect" Human Rights:

Concept and Convergence' in Robert Bird, Daniel Cahoy and Jamie Prenkert, *Law, Business and Human Rights* (Edward Elgar Publishing 2014), URL: <https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781782546610/9781782546610.00007.xml>

36. UNGPs Introduction параграф 6; John Gerard Ruggie, *Just Business: Multinational Corporations and Human Rights* (1. ed, Norton 2013) xlviii, 82.

37. Там само Принципи 15, 17.

**Веста МАЛОЛІТНЕВА,**  
доктор юридичних наук, учений секретар,  
Державна установа «Інститут економіко-  
правових досліджень імені В.К. Макутова  
Національної академії наук України»

## **ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІОЕНЕРГЕТИКИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Збільшення викидів парникових газів, зокрема двоокису вуглецю, від спалювання викопного палива [1], що має вплив на підвищення температури в атмосфері та зміни клімату, мало наслідком консолідацію зусиль багатьох країн світу з метою заміни викопного палива на відновлювальні джерела енергії. У контексті забезпечення енергетичної безпеки та надійності, зокрема незалежності від погодних умов [2], біомаса як відновлюване джерело енергії отримала значну увагу як на міжнародному, так і національному рівнях. В Україні Національна економічна стратегія на період до 2030 року за стратегічною ціллю «Підвищення енергоефективності економіки та забезпечення екологічності енергетичного сектору» серед цільових індикаторів визначає скорочення частки вугільної генерації та формування частки генерації з відновлювальних джерел енергії в загальному виробництві електроенергії на рівні 25%. Істотна роль у даних процесах наразі віддається біомасі.

Одним із заходів для збільшення використання біомаси у генерації електро- та теплоенергії планується сприяння створенню конкурентних ринків твердого біопалива. Перевагам такого ринку в Україні присвячено роботи вітчизняних науковців, зокрема Г. Гелетухи, Т. Желізнової та А. Пастух. Розвиток конкурентного ринку твердим біопаливом відіграватиме важливу роль у забезпеченні переходу на відновлювальну енергетику, що сприятиме створенню нових робочих місць, та енергетичної безпеки країни, яка впливає на економіку та стандарти життя населення.

У цьому контексті в Україні ведеться робота зі створення нормативної основи для функціонування системи електронної торгівлі твердим біопаливом. Так, з 2018 р. було підготовлено декілька варіантів відповідних законопроектів. Наразі на сайті Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України оприлюднено проєкт Закону України «Про внесення змін

до деяких законодавчих актів України щодо розвитку торгівлі твердими біологічним видами палива» [3], який визначає порядок функціонування системи електронної торгівлі твердим біопаливом. З метою забезпечення попиту та пропозиції на біопаливо проектом Закону передбачається встановлення обов'язкового відсотку продажу та закупівель твердого біопалива саме у системі електронної торгівлі (планується поступове збільшення такого відсотку від 20% до 100% протягом 5 років) для визначеного кола суб'єктів, у першу чергу, для тих, хто отримує державну підтримку, наприклад, для суб'єктів господарювання, яким встановлено «зелений» тариф. Однак на відміну від попереднього законопроекту [4], у цьому проекті прямо зазначено, що положення Закону не застосовується до юридичних осіб (підприємств, установ і організацій) та їх об'єднань, які у розумінні Закону України «Про публічні закупівлі» визначені як замовники.

Втім, вважається, що виключення з-під дії вимог щодо обов'язкової закупівлі замовників може вплинути на саму ідею створення системи електронної торгівлі, зокрема, збільшення обсягів виробництва та торгівлі біопаливом, що сприяє досягненню цілей з розвитку відновлювальної енергетики, адже держава є одним із найбільших покупців. Так, якщо проаналізувати оголошення у системі електронних публічних закупівель, можна зробити висновок про значні обсяги та суми закупівель твердого біопалива комунальними та державними підприємствами, які виступають замовниками в розумінні Закону України «Про публічні закупівлі» [5]. Наприклад, комунальне підприємство Кам'янської міської ради «Кам'янська тепlopостачальна компанія» оголосило закупівлю твердого біопалива в обсязі 9000 т на суму 54 млн грн. [6], а у листопаді 2021 р. дане підприємство придбало таке паливо в обсязі 8500 т на суму майже 57 млн грн [7]. Закон України «Про публічні закупівлі» охоплює закупівлі юридичними особами та/або суб'єктами господарювання, які здійснюють діяльність у сфері забезпечення виробництва, транспортування і постачання теплової та електричної енергії споживачам, а також, які відповідають одній із ознак: 1) у статутному капіталі частка в розмірі більше ніж 50% належить органам влади, органам влади Автономної Республіки Крим, органам місцевого самоврядування або іншим замовникам, або такі органи володіють більшістю голосів у вищому органі юридичної особи/суб'єкта господарювання; 2) наявність спеціальних або ексклюзивних прав. Фактично паралельне існування двох систем,

де у значних обсягах будуть закуповуватись тверді види біопалива, не відповідатиме основній ідеї – використання єдиної електронної платформи, де здійснюватимуть торгівлю біопаливом всі зацікавлені виробники та споживачі [8, с. 8].

Одним із варіантів розв'язання даної проблеми є розгляд питання потенційної інтеграції системи електронної торгівлі твердим біопаливом з системою електронних публічних закупівель Prozorro, яка підтримує модуль електронних аукціонів, і з розробкою необхідного додаткового функціоналу та централізації закупівель з урахуванням стандартизації твердого біопалива, може слугувати платформою для проведення торгівлі біопаливом.

При цьому розвиток ринку твердим біопаливом може значно впливати і на забезпечення прав населення на безпечне навколишнє середовище. Так, важливим у даному аспекті є не лише збільшення обсягів виробництва та споживання біомаси, але і те, що використання біомаси для отримання енергії має здійснюватися на основі принципів сталого розвитку. Біомаса традиційно вважається екологічно чистим рішенням, але це не завжди так [9, с. 547-548]. Інтенсивне виробництво деревної біомаси може призвести до вирубки лісів, а низька якість деревного палива може спричинити значні викиди. Перевезення деревних пелет також має наслідком викиди та навантаження на дорожню інфраструктуру [10]. У зарубіжних країнах окрема увага у контексті збільшення обсягів споживання деревної біомаси приділяється сталому управлінню лісами, які є важливою частиною досягнення глобальних кліматичних цілей.

Слід зазначити, що законопроектом щодо розвитку торгівлі твердими біологічними видами палива [3] передбачено затвердження центральним органом виконавчої влади, який забезпечує формування державної політики у сфері ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів, енергозбереження, відновлювальних джерел енергії та альтернативних видів палива, вимог до якості твердого біопалива, торгівля яким здійснюється у системі електронної торгівлі. Наразі за відсутності проекту такого документу, який би визначав вимоги до якості твердого біопалива, можна звернутись до аналітичних матеріалів, які підготовлені представниками Біоенергетичної асоціації України, за активної участі якої було розроблено законопроект про систему електронної торгівлі твердими видами біопалива [11]. Згідно з даними матеріалами, «для України рекомендується використати існуючий практичний

досвід інших біопаливних бірж та взяти за основу вже розроблені класифікації біопалива» [12, с. 17]. Автори наголошують, що торгівля повинна здійснюватися згідно з класами якості. Наприклад, для визначення класу якості деревної тріски зазначено показники вологості, максимальної зольності, допустимої довжини тощо [12, с. 18]. При цьому не окреслено питання про відповідність такого біопалива вимогам сталого розвитку.

У цьому контексті слід вказати про останні тенденції, які складаються на біржах біопалива зарубіжних країн, зокрема біржі біопалива Baltpool у Республіці Литва та біржі Biomasspool Королівства Данія, яка здійснює свою діяльність на основі ліцензії біржі Baltpool. Так, ще з 2016 р. на біржі Biomasspool передбачено обов'язок для датських підприємств з виробництва електроенергії та тепла щодо закупівлі твердої біомаси (деревні пелети та тріска), яка відповідає визначеним вимогам сталості [13]. Такі вимоги у 2021 р. було посилено [14]. Литовська біржа Baltpool розширила асортимент продукції, яка має сертифікати сталості [15] та розробляє нові рішення, щоб спростити продавцям біопалива процес забезпечення відповідності вимогам Директиви 2018/2001/ЄС про заохочення використання енергії з відновлювальних джерел. Наприклад, передбачається запровадження нового інструменту відстеження, що дозволить учасникам ринку визначити точне походження біомаси [16].

Згідно з Європейською комісією стала біомаса відіграватиме важливу роль в економіці з нульовими викидами парникових газів. Її можна перетворювати на біопаливо та біогаз, а після очищення транспортувати через газову мережу, замінюючи природний газ. Окрім того, використання технологій уловлювання та зберігання вуглецю [17] створюватиме «негативні викиди вуглецю» в атмосферу [18]. У контексті «Європейського зеленого курсу» Європейською комісією було представлено пропозиції щодо внесення змін до Директиви 2018/2001/ЄС щодо стимулювання використання енергії з відновлювальних джерел, які посилюють вимоги до сталості біомаси [19].

Отже, під час створення та функціонування системи електронної торгівлі твердою біомасою є важливим враховувати також вимоги сталого розвитку. До того ж, такі вимоги мають стосуватись не лише самого предмета закупівлі, але й постачальників. Згідно з деякими аналітичними матеріалами, передбачено, що серед переваг електронної системи є систематичний контроль фінансової та



технічної спроможності контрагентів [8, с. 10]. Однак слід наголосити, що у міжнародних кращих практиках публічних закупівель робиться також акцент на заохоченні та забезпеченні з боку постачальників поваги до прав людини на всіх рівнях ланцюгів поставок, включаючи захист трудових прав працівників, що передбачає і заборону будь-яких форм дискримінації, а також примусової чи дитячої праці. Так, деякі міжнародні компанії у сфері відновлювальної енергетики, зокрема використання біомаси, реалізують свою внутрішню політику щодо соціально відповідального ведення господарської діяльності [20]. Таким чином, з метою реалізації Цілей сталого розвитку та чесної конкуренції під час торгівлі твердим біопаливом є доцільним забезпечити застосування вимог щодо відповідності постачальників мінімальним міжнародним стандартам у сфері соціального захисту, наприклад, основних конвенцій Міжнародної організації праці.

На підставі вищенаведеного слід зазначити, що система електронної торгівлі твердим біопаливом може виступати потужним засобом стимулювання:

1) збільшення частки відновлювальної енергетики в Україні за рахунок нарощування обсягів виробництва та споживання біопалива. Це, своєю чергою, сприятиме забезпеченню енергетичної безпеки в країні, яка безпосередньо впливає на економіку та соціальні стандарти;

2) переходу до виробництва та споживання біомаси, яка відповідає вимогам сталого розвитку. Це, своєю чергою, сприятиме забезпеченню прав населення України на безпечне навколишнє середовище та майбутнє прийдешніх поколінь.

Відповідно до Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини, «держави повинні вживати додаткових заходів з метою захисту прав людини від порушень з боку бізнес-структур, які знаходяться у власності держави або контролюються нею або користуються її суттєвою підтримкою і послугами державних установ...». Таким чином, для досягнення вказаних цілей є важливим забезпечити якнайширше охоплення суб'єктів державної та комунальної власності вимогою здійснювати обов'язковий відсоток закупівель твердої біомаси саме через систему електронної торгівлі біомаси.

## Список використаної літератури

1. Overview of Greenhouse Gases. *United States Environmental Protection Agency*. URL: <https://www.epa.gov/ghgemissions/overview-greenhouse-gases>.
2. Is biomass demand out of control? *Drax*. URL: <https://www.drax.com/sustainable-bioenergy/biomass-demand-control/>.
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розвитку торгівлі твердими біологічними видами палива. URL: <https://saee.gov.ua/uk/documents/3599>.
4. Державна регуляторна служба. URL: <http://www.drs.gov.ua/wp-content/uploads/2018/11/14833-07.11.18.pdf>.
5. ДК 021:2015 – 09110000-3 Тверде паливо (Паливні гранули (палети) з деревини). *Zakupki.prom*. URL: <https://zakupki.prom.ua/gov/tenders/UA-2022-01-24-014563-b>.
6. 09110000-3 Тверде паливо (Лушпиння соняшникове гранульоване (пелети)). *Zakupki.prom*. URL: <https://zakupki.prom.ua/gov/tenders/UA-2022-01-19-001761-b>.
7. 09110000-3 – Тверде паливо (Лушпиння соняшникове гранульоване (пелети)). *Zakupki.prom*. <https://zakupki.prom.ua/gov/tenders/UA-2021-11-03-016511-a>.
8. Домбровський О., Савчук С., Корсакайте Д., Гелетуха Г. Як створити ринок біопалива в Україні? *Баланс енергетики України*. 2018. №1(01) червень. С. 7-23.
9. Komatina M., Stupak I., Peric M. Legal Framework for Sustainable Use of Biomass in Serbia and Denmark. P. 547-553. URL: [https://www.researchgate.net/publication/280112131\\_Legal\\_Framework\\_for\\_Sustainable\\_use\\_of\\_Biomass\\_in\\_Serbia\\_and\\_Denmark](https://www.researchgate.net/publication/280112131_Legal_Framework_for_Sustainable_use_of_Biomass_in_Serbia_and_Denmark).
10. Green public procurement for biomass (wood pellets) in Valka. URL: [http://primes-eu.net/media/22532109/no-48-latvia-cs-valka-2-biomass\\_leif-2910.pdf](http://primes-eu.net/media/22532109/no-48-latvia-cs-valka-2-biomass_leif-2910.pdf).
11. Міненерго та Держенергоефективності розроблено законопроект щодо запровадження прозорого ринку торгівлі твердим біопаливом. URL: [http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/publish/article?art\\_id=245469101](http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/publish/article?art_id=245469101).
12. Гелетуха Г.Г., Олійник Є.М. Як система електронної торгівлі біопаливом забезпечить якість біопалива в Україні. *Біоенергетика*. 2018. № 2(12). С. 17-18.

13. Ensuring sustainable biomass. *Biomasspool*. URL: <https://biomasspool.com/en/indkoeb-af-baeredygtig-biomasse-2/>.

14. Denmark legislates on sustainable biomass. URL: <https://stateofgreen.com/en/partners/state-of-green/news/denmark-legislates-on-sustainable-biomass/>.

15. Baltpool has started selling SBP-certified sustainable biomass that are in high demand in the market. Baltpool. URL: <https://www.baltpool.eu/en/baltpool-exchange-welcomes-sbp-certified-biomass/>.

16. Baltpool is introducing another sustainability solution – a Biomass traceability tool. *Baltpool*. URL: <https://www.baltpool.eu/en/baltpool-is-introducing-another-sustainability-solution-a-biomass-traceability-tool/>.

17. BECCS and negative emissions. *Drax*. URL: <https://www.drax.com/about-us/our-projects/bioenergy-carbon-capture-use-and-storage-beccs/>.

18. A Clean Planet for all A European strategic long-term vision for a prosperous, modern, competitive and climate neutral economy: Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic And Social Committee, the Committee Of The Regions And the European Investment Bank. COM/2018/773 final.

19. Renewable energy Directive. URL: [https://ec.europa.eu/energy/topics/renewable-energy/directive-targets-and-rules/renewable-energy-directive\\_en](https://ec.europa.eu/energy/topics/renewable-energy/directive-targets-and-rules/renewable-energy-directive_en).

20. Responsible Sourcing. *Drax*. URL: <https://www.drax.com/sustainable-bioenergy/responsible-sourcing/#chapter-1>.

**Алевтина САНЧЕНКО,**  
кандидат юридичних наук, старший науковий  
співробітник, керівниця Центру перспективних  
досліджень і співробітництва з прав людини в сфері  
економіки, Державна установа «Інститут економіко-  
правових досліджень імені В.К. Макутова  
Національної академії наук України»

## **ВИКОНАННЯ ОБОВ'ЯЗКІВ ДЕРЖАВИ У СФЕРІ ПРАВ ЛЮДИНИ ЯК СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ - ГАРАНТІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Обов'язок держави не порушувати права людини своїми діями або бездіяльністю та захищати їх від незаконних дій третіх осіб, суб'єктів господарської діяльності будь-якої форми власності включно, встановлений принципами і нормами міжнародного права, закріпленими Загальною декларацією прав людини 1948 р. [1] та великим комплексом інших поступово ухвалених міжнародних і регіональних політико-правових актів, демократичними національними конституціями та законодавством. Виконання державою цих обов'язків визначає її статус та авторитет як міжнародного актора у площинах політичних, правових, економічних, безпекових і соціально-культурних міжнародних відносин, є основою для довіри громадян до влади, фактором забезпечення їх продуктивної активності у різних секторах життєдіяльності суспільства та сталого розвитку в цілому.

В умовах інтенсифікації економічних відносин у глобальному вимірі та значного посилення позицій багатонаціональних компаній, виникнення нових регіональних ринків і процесів регіональної інтеграції, проголошення нового світового Порядку денного у сфері сталого розвитку [2], питання захисту прав людини в сфері бізнесу значно актуалізувалося та набуло особливих рис. ООН та її агенції разом із іншими міжнародними організаціями й інституціями – Радою Європи, ОЕСР, ОБСЄ, ЄС, ін., наголошують на важливості людиноцентристської спрямованості та екологічній безпеці економічних відносин, що необхідні для збереження життя й убезпечення нашої планети.

У цьому контексті роль держав у справі захисту прав людини, у тому числі у процесі їх діяльності у ролі суб'єктів господарських

відносин, є суттєвою. Зазначимо, що керовані державами підприємства в багатьох країнах є, зокрема, головними надавачами важливих публічних послуг у різних сферах (житлово-комунальні, транспортні, банківські, реєстраційні, експертні, акредитаційні, сертифікаційні, медичні тощо), які визначальним чином впливають на якість щоденного життя кожної окремої людини (коли – як підкреслює ООН – ніхто не повинен бути залишений осторонь), громад і суспільств у цілому. Не менш значним є вплив державних підприємств, що займаються виробничою та комерційною діяльністю, або державних установ, що надають послуги з експортного кредитування, державного страхування інвестицій, державних закупівель та ін., на стан конкурентного середовища на внутрішньому та міжнародному ринках. Так, за даними журналу «Fortune», державні підприємства з року в рік зміцнюють свої позиції на міжнародному ринку, що відбувається за рахунок економік, які розвиваються. Наприклад, чотирма найприбутковішими китайськими компаніями у рейтингу «Fortune Global 500» за 2021 рік, який визначив позицію найбільших компаній світу за доходом у 2020 році, є державні банки Китаю «Великої четвірки» (the Industrial & Commercial Bank of China, China Construction Bank, Agricultural Bank of China, and the Bank of China). Загалом 135 китайських компаній (включаючи фірми з її материкової території та Гонконгу) потрапили до списку «Fortune Global 50» 2021 року, що на 11 більше, ніж у 2020 році, та випередили 122 американські компанії у цьому списку [3].

Належна діяльність суб'єктів господарювання державної форми власності однаково важлива і для національних і для зарубіжних суб'єктів господарювання приватного сектору, які створюють робочі місця та інвестують в розвиток економіки і прагнуть «здорового ділового клімату» на засадах відкритості, правової визначеності, добросовісності, недискримінації, справедливого судового захисту тощо. При цьому держави повинні виконувати свій обов'язок щодо захисту прав людини в сфері бізнесу у процесі реалізації їх політики управління державними підприємствами, а також під час укладання та виконання будь-яких угод із приватно-правовими контрагентами. Така діяльність держав повинна бути спрямована на досягнення балансу економічної ефективності задля зростання рівня добробуту суспільства та соціальної справедливості.

Організація економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) з 2005 року впроваджує Керівні принципи щодо корпоративного врядування на підприємствах державної форми

власності [4]. Як підкреслює А. Гуррія, Генеральний секретар ОЕСР, ці Керівні принципи є потужним інструментом на підтримку більш конкурентних і справедливих ринків, створення доданої вартості, економічного зростання і розвитку, а також – більш досконалого надання важливих послуг всім членам суспільства. Вони базуються на засадах прозорості і оцінювання діяльності та послідовності політики і містять рекомендації органам державного управління стосовно забезпечення ефективного, прозорого та відповідального функціонування державних підприємств. Окремий блок положень цих Принципів (сфера V) стосується відносин таких підприємств із зацікавленими сторонами та їх відповідальної діяльності. Зокрема, встановлюються обов'язки держпідприємств визнавати і поважати гарантовані законодавством права зацікавлених сторін; звітувати про їхні відносини із зацікавленими сторонами (громадами, на які впливає їх діяльність, включно); впроваджувати засоби внутрішнього контролю і стандарти етичної поведінки та здійснювати моніторинг виконання заходів за результатами такого контролю; дотримуватися визначених і оприлюднених державою високих стандартів відповідальної ділової поведінки; не фінансувати політичну діяльність.

Принагідно зазначимо, що вдосконалення корпоративного управління суб'єктами господарювання в Україні є ключовим компонентом реформи, яка визначена Стратегією підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки, затвердженої у 2015 році [5]. У 2019 році, відповідно до Указу Президента України «Про невідкладні заходи з проведення реформ та зміцнення держави», Уряд отримав завдання щодо забезпечення відповідності корпоративного управління на найбільших 10-ти державних підприємствах стандартам ОЕСР [6]. Імплементация міжнародних стандартів корпоративного управління в систему управління державними компаніями для збільшення їх рівня доходів та інвестиційної привабливості є пріоритетом 5.5. «Ефективні державні підприємства» Плану пріоритетних дій Уряду на 2021 рік [7]. Відповідно, реформування системи управління державного сектору економіки є одним із основних пріоритетів роботи Міністерства економіки України (далі – Мінекономіки) і важливим вектором співпраці між Урядом України та ОЕСР [8]. Закон України «Про управління об'єктами державної власності» 2006 року [9] щорічно піддається змінам; Мінекономіки на своєму офіційному Інтернет-сайті звітує про результати дорученої йому реформи [10]; з 2020

року просування та впровадження засад соціально відповідального ведення господарської діяльності суб'єктами будь-якої форми власності передбачено Концепцією реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та Планом її виконання [11]. Підкреслимо, що, згідно зі ст. 11-4 вищезазначеного Закону України, розробка програм корпоративної соціальної відповідальності та забезпечення сталої діяльності компанії належить до компетенції наглядової ради державного унітарного підприємства; Концепція ж передбачає, що суб'єкти господарювання (включно з держпідприємствами) мають захищати інтереси споживачів і уникати недобросовісної практики, проводити інформаційно-роз'яснювальні заходи задля популяризації відповідальної бізнес-поведінки. Ці нормативно-правові акти спрямовані на реалізацію Цілей сталого розвитку, ряду декларацій і керівних принципів ОЕСР, норм і стандартів інших міжнародних організацій. Їх положення імплементуються до регіональних планів заходів, обласних програм розвитку підприємництва (як-от: Регіональний план заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [12], Комплексна програма розвитку малого і середнього підприємництва в Запорізькій області на 2021-2023 роки [13], ін.), політик та стратегій суб'єктів господарювання тощо. Ряд державних і приватних вітчизняних компаній здійснює заходи з побудови соціально відповідального бізнесу; їх неповний перелік включає: «Укргідроенерго», «Укренерго», «Адміністрація морських портів України», «НІБУЛОН», «Метінвест», «Goodvalley Ukraine», «Нова пошта» [14] та ін.

Важливим орієнтиром для скоригованого руху України та її суб'єктів господарювання до впровадження стандартів соціально відповідальної ділової поведінки є опублікований у 2021 році Огляд ОЕСР корпоративного управління державних підприємств в Україні [15], який містить оцінювання на предмет дотримання вищезазначених Керівних принципів ОЕСР. При цьому, Глава 14 Огляду розкриває питання зв'язків держпідприємств із зацікавленими сторонами та відповідального бізнесу, зосереджуючись на таких з них як визнання прав зацікавлених сторін і повага до них; звітування про зв'язки із зацікавленими сторонами; засоби внутрішнього контролю, програми етики та нормативно-правової відповідності; відповідальна ділова поведінка; нефінансування політичних заходів. Огляд відзначає позитивні кроки України у цьому напрямі впродовж

останніх 6-ти років. Утім, цей документ характеризує й низку недоліків, що заважають ефективній роботі суб'єктів господарювання державної форми власності, у контексті їх соціально-відповідальної поведінки включно. Серед них названі наступні: фрагментарність реформаторських зусиль попередніх урядів, які нерідко не завершувалися і навіть мали зворотній ефект; невиконання або порушення вимог законодавства та політико-правових документів; недосконалість законодавства з причин наявності суперечливих положень і застосування безлічі винятків, що спричиняє неоднозначні та суперечливі тлумачення норм законів; одночасне виконання міністерствами та іншими державними установами функції власника, суб'єкта формування політики та регулятора, що створює підстави для конфлікту інтересів; відсутність прозорості та консультацій із зацікавленими сторонами щодо ключових державних рішень і політики; відсутність ясності розуміння та політик відповідальної ділової поведінки, а також механізмів комплексної перевірки в більшості державних підприємств і відсутність імплементації цих політик із залученням ділових контактів у ланцюгах постачання; ін. Окреслені й особливо гострі проблеми, пов'язані із порушенням норм щодо відповідальної ділової поведінки, у деяких секторах економіки – державні вугільні шахти мають високі рівні викидів до атмосфери, а їх діяльність і закриття нерентабельних шахт стали додатковим чинником надмірного забруднення води й землі. Більш того, працівники державних шахт часто стикаються з невиплатою заробітної плати, несуть ризики для здоров'я та ризики безпеки робіт, а заходи з мінімізації таких ризиків є обмеженими. У підсумку Огляд визначає короткострокові і довгострокові пріоритети, щоб допомогти покращити інституційну та законодавчу базу України, а також практику управління в державному секторі для забезпечення ефективної, прозорої, відповідальної та підзвітної діяльності державних підприємств.

Водночас варто наголосити, що системному врегулюванню комплексу відповідних питань на міжнародно-правовому та національному рівнях великою мірою сприяє застосування державами та суб'єктами господарювання Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини (далі – Керівні принципи ООН) [16]. Ці Керівні принципи розроблені під егідою ООН за участю багатьох зацікавлених сторін (міжнародних організацій, агенцій та інституцій, представників бізнес-спільноти, наукового середовища і громадськості) та схвалені резолюцією Ради ООН з прав людини у



2011 році. Вони є унікальним конгломератом принципів і положень, які, не створюючи нових міжнародно-правових зобов'язань для держав та суб'єктів господарювання, підтверджують і належним чином посилюють багато вже наявних міжнародних зобов'язань у цій специфічній площині та пропонують алгоритми злагоджених міжнародних і національних дій у відповідь на сучасні явища та виклики глобалізованого світу. Так, Керівні принципи ООН базуються на трьох концептуальних засадах: 1) обов'язок держави дотримуватись прав людини і основоположних свобод, захищати і забезпечувати їх реалізацію; 2) обов'язок суб'єктів господарювання поважати права людини; 3) обов'язок держави та суб'єктів господарювання забезпечувати доступ до засобів захисту порушених прав людини.

Керівні принципи ООН просують міжнародно-правову доктрину соціальної справедливості у контексті ефективної економічної діяльності, яка завдяки досягненням людського та цифрового розуму все відчутніше характеризується інноваційністю та інтенсифікацією. Їх положення поширюються на права кожної окремої людини, груп осіб/колективів, а також громад, найбільш соціально вразливих верств і спільнот населення. Ними встановлюються стандарти, які передбачають, що держави та суб'єкти господарювання повинні вести господарську діяльність у межах своєї юрисдикції та екс-територіально (у тому числі в ланцюгах постачання), керуючись систематично, а не лише час від часу з благочинних міркувань (наприклад, задля ситуативного набуття позитивної репутації) міжнародними нормами щодо прав людини та принципом належної обачності (*due diligence*). Вони мають юридичний обов'язок і відповідальність працювати так, щоби люди не зазнавали негативного впливу, зокрема екологічного, моральних і матеріальних втрат із причин неналежних та/або шкідливих управлінських рішень, нехтування мірами безпеки і гігієни праці та виробництва, стандартами гідної оплати праці і соціального забезпечення, нормами моралі та етики, тощо.

Слід зазначити, що Керівні принципи ООН стосуються всіх без виключення суб'єктів господарювання незалежно від їх розмірів, сфери діяльності, місця знаходження, форми власності та структури. Передусім, Керівний принцип 1 як один із основоположних принципів утворює обов'язок держави застосовувати необхідні заходи щодо попередження та розслідування таких порушень прав людини, покарання за них і відшкодування завданої шкоди

за допомогою ефективних політик, законодавства, нормативного регулювання та судочинства. Вони мають охоплювати різноманітні питання та галузі – недискримінація за жодних ознак і гендерна рівність, недоторканність приватного життя, боротьба з корупцією, безоплатна правова допомога, трудове, екологічне, земельне, господарське, адміністративне законодавство, законодавство про державні закупівлі, право власності, обіг цінних паперів, інвестиції, ін.

Окремо Керівний принцип 4 встановлює, що держава повинна вживати додаткових заходів із метою захисту прав людини від порушень з боку суб'єктів господарювання, які знаходяться у її власності або контролюються нею чи користуються її суттєвою підтримкою і послугами державних установ. І чим тіснішим є зв'язок між такими суб'єктами та державою або чим сильніше вони спираються на органи влади або підтримку платників податків, тим більш ґрунтовною має бути політика держави щодо забезпечення поваги прав людини з боку таких суб'єктів господарювання. Підкреслюється, що у випадку порушення ними прав людини можуть виникнути репутаційні, фінансові, політичні і юридичні ризики невиконання міжнародно-правових зобов'язань самої держави. З урахуванням цих небезпек держава повинна заохочувати, а за необхідності – вимагати забезпечення належної обачності щодо прав людини як самими державними установами, так і господарюючими суб'єктами або тими їх проєктами, які отримують державну підтримку. Такі вимоги є найбільш доречними в тих випадках, коли характер діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта або умови його діяльності можуть безпосередньо зашкоджувати чи бути пов'язаними з спричиненням значної шкоди реалізації прав людини (наприклад, через своїх ділових партнерів у ланцюгах постачання чи збуту).

Варто зазначити, що дотепер у процесі впровадження Керівних принципів ООН у ряді європейських держав уже ухвалені та діють закони стосовно належної обачності господарюючих суб'єктів щодо прав людини: в Нідерландах – про належну обачність щодо дитячої праці [17], в Німеччині – про належну обачність у ланцюгах постачання [18], в Норвегії – про прозорість [19], у Франції – про обов'язок обачності [20]. Так, зокрема, німецький Закон, що набуде чинності з 2023 року, вимагає від своїх крупних компаній перевіряти постачальників на предмет належної обачності, оприлюднювати результати цих перевірок і повідомляти про них владі. Крім того, Закон впроваджує найбільш легкий механізм отримання постраждалою стороною належного відшкодування, зокрема

через право подати скаргу до уповноваженої державної установи (Федерального управління з питань економіки та експортного контролю) або позов до німецьких судів, або через можливість уповноважити профспілки та організації громадянського суспільства вести цивільний процес від її імені. Якщо компанія не дотримується вимог належної обачності, Закон передбачає сплату штрафних санкцій до 50 000 євро в рамках адміністративного виконавчого провадження та/або штрафів, притягнення до цивільної відповідальності або виключення компанії з публічних торгів на термін до трьох років.

У рамках ЄС діють, наприклад, Регламент № 995/2010 щодо обов'язків операторів, які розміщують лісоматеріали та продукцію з деревини на ринку [21]; Регламент ЄС № 2017/821 встановив зобов'язання щодо належної обачності для імпортерів «конфліктних мінералів» (олова, танталу та вольфраму, їхніх руд та золота) із постраждалих від конфлікту регіонів і зон підвищеного ризику [22]. У 2021 році Європейський парламент ухвалив резолюцію з рекомендаціями Європейській комісії стосовно введення обов'язкових вимог щодо поваги прав людини та належної обачності компаніями, які зареєстровані або діють в ЄС [23]. На її підставі Єврокомісія розробила пропозицію щодо Директиви про належну обачність для корпоративної сталості (*Directive on corporate sustainability due diligence*) [24]. Як зазначається у повідомленні Єврокомісії від 23 лютого ц.р., бізнесу ці нові правила принесуть правову визначеність і рівні умови гри, споживачам та інвесторам – забезпечать більше прозорості. Вони сприятимуть «зеленому переходу» і захищатимуть права людини в Європі та поза її межами. Нові правила стосовно належної обачності будуть застосовуватися до певних груп компаній і секторів. Зокрема, компанії ЄС підрозділятимуться на дві групи, а саме:

Група 1: усі товариства з обмеженою відповідальністю ЄС значного розміру та економічної потужності (з понад 500 співробітниками та 150 мільйонами євро чистого обороту по всьому світу);

Група 2: інші компанії з обмеженою відповідальністю, що працюють у визначених секторах із високим рівнем впливу, які не відповідають обом пороговим значенням для Групи 1, але мають понад 250 співробітників і чистий оборот 40 мільйонів євро та більше по всьому світу. Стосовно цих компаній правила почнуть діяти на 2 роки пізніше, ніж для компаній Групи 1.

Окрім того, правила щодо належної обачності будуть поширюватися і на ті компанії, що не належать суб'єктам господарювання ЄС, але котрі діють в ЄС і мають поріг обороту, що відповідає позначкам, властивим компаніям Груп 1 і 2, створеним в ЄС. Малі та середні підприємства безпосередньо не входять до сфери дії цієї пропозиції. Ця пропозиція стосується власних операцій компанії, її дочірніх компаній та їх ланцюжків створення вартості (прямих і непрямих ділових відносин). Для виконання корпоративного обов'язку з належної обачності, компанії повинні: а) інтегрувати належну обачність у свою політику; б) визначити реальні або потенційні несприятливі наслідки їхньої діяльності для прав людини та довкілля; г) запобігати або пом'якшувати потенційні несприятливі впливи; г) покласти край фактичним несприятливим впливам або мінімізувати їх; д) встановити та підтримувати дієві процедури подання скарг щодо порушення прав; е) проводити моніторинг ефективності політики та заходів із належної обачності; є) здійснювати публічну комунікацію стосовно належної обачності. До того ж, компанії Групи 1 повинні мати плани щодо забезпечення сумісності їх бізнес-стратегій з обмеженням глобального потепління до 1,5° С відповідно до Паризької угоди [25]. У цілому, завдяки новим правилам буде посилена ефективність захисту прав людини, встановлених і закріплених міжнародними договорами. При цьому врегульовується механізм контролю держави за їх виконанням – спеціально призначені національні адміністративні органи держав-членів ЄС відповідатимуть за нагляд за їх дотриманням і накладатимуть штрафи у разі їх порушення. Водночас потерпілі особи матимуть можливість звернутися до суду з позовом проти компаній про відшкодування збитків, яких можна було б уникнути за умов застосування заходів з належної обачності. Пропозиція Єврокомісії щодо даної Директиви буде представлена на затвердження Європейському парламенту та Раді; після держави-члени матимуть 2 роки, щоб повністю транспонувати її норми до національного законодавства та розпочати застосування.

Однак не лише суб'єкти господарювання з Євросоюзу, США чи інших передових держав мають впроваджувати процедури належної обачності, щоб забезпечити стале економічне зростання і соціальну справедливість. Очевидно, що їх нинішні та потенційні зарубіжні партнери повинні «грати за цими ж правилами». Тому, наприклад, Уряд Японії, як повідомляє авторитетне періодичне видання «Nikkei Asia», нині розробляє Настанови щодо належної обачності стосовно прав людини, аби уникнути ризику виключення японських

компаній із ланцюгів постачання клієнтів із Західної Європи та США. За опублікованими даними, японські компанії відстають від своїх західних колег у цій сфері – опитування, проведене у 2021 році Міністерствами економіки та закордонних справ Японії, показало, що половина японських публічних компаній не застосовують процедури належної обачності щодо прав людини, 30% визнають нестачу знань про проведення перевірок щодо належної обачності. Настанови, які нині розробляються Міністерством економіки Японії на чолі з Коїчі Хагіуда (*Koichi Hagiuda*), спрямовані на допомогу компаніям у справі виявлення та попередження порушень прав людини (зокрема, випадків примусової чи дитячої праці), у тому числі шляхом запровадження процедур неоголошених перевірок в їхніх ланцюгах постачання. Очікується, що ці Настанови набудуть чинності вже влітку 2022 року, їх впровадження є заходом із реалізації урядового Плану дій 2020 року. Однак, Уряд Японії має намір втілити їх в законодавчий акт, якщо «м'яких» заходів для запровадження процедури належної обачності буде недостатньо [26].

Варто підкреслити, що Україна та багато вітчизняних суб'єктів господарської діяльності, державної форми власності зокрема, через Угоду про асоціацію з ЄС [27], яка включає функціонування поглибленої та всеохоплюючої Зони вільної торгівлі (DCFTA) [28], є учасниками ланцюгів постачання для компаній Євросоюзу та їх ділових партнерів у всьому світі. При цьому поточна практика доводить, що міжнародні інвестори все частіше уникають співпраці з тими суб'єктами господарювання, котрі не зважають на потенційні проблеми щодо прав людини, які можуть бути ними спричинені.

Отже, аби скоротити наявний розрив у стандартах ділової поведінки – в контексті поваги прав людини – між вітчизняними та європейськими, а разом й іншими зарубіжними компаніями, Україні доцільно вивчити приклади «м'якого» та нормативно-правового регулювання питання про належну обачність щодо прав людини в процесі господарської діяльності, особливо такої, що здійснюється під керівництвом або за участю держави, та набувати свого досвіду в цій площині. Щоправда, побіжний огляд вітчизняних відкритих інформаційних джерел дозволяє засвідчити початок проявів реагування українських суб'єктів господарювання на «модний» виклик щодо застосування належної обачності. Передусім, це відбувається завдяки діяльності офісів та представництв зарубіжних компаній в Україні. Приміром, українське представництво міжнародної аудиторсько-консалтингової мережі BDO пропонує

послугу з *Due Diligence*, роз'яснюючи її зміст як «переважно [...] перевірку відповідності, під час якої всебічно розглядаються операційна діяльність, взаємини з контрагентами й державними органами, можливі несприятливі чинники діяльності підприємства тощо». Компанія виділяє декілька видів процедури *Due Diligence* залежно від потреб: загальний *Due Diligence* (*General Due Diligence*), фінансовий *Due Diligence* (*Financial Due Diligence*), податковий *Due Diligence* (*Tax Due Diligence*), юридичний *Due Diligence* (*Legal Due Diligence*), *Vendor Due Diligence*, *Operational Due Diligence*, *Technological Due Diligence* [29]. Вітчизняна юридична компанія «Totum LF» теж пропонує своїм клієнтам послугу з *Due Diligence*, представляючи її як «незалежний аудит у сфері будівельного, земельного та корпоративного права, який допоможе виявити підводні камені та складнощі, які можливі, зокрема, після інвестування в об'єкт нерухомості або бізнес» [30]. Втім, як вбачається, «Totum LF» більш зорієнтована на захист прав суб'єктів господарювання, ніж прав людей, які мають бути дотримані в ході діяльності цих суб'єктів.

Застосування процедур належної обачності допоки є добровільною формою саморегулювання, самоконтролю суб'єктів господарювання за рівнем їх відповідальності щодо поваги прав людини, але за умов законодавчого закріплення їх обов'язку з належної обачності повноваження щодо здійснення такого контролю будуть надані державам.

Згідно з 5-м Керівним принципом роль держав полягає у здійсненні ефективного контролю за діяльністю суб'єктів господарювання, які повністю або частково їм належать, включно шляхом застосування механізмів незалежного моніторингу і підзвітності для забезпечення дотримання і захисту прав людини. Так, до прикладу, Законом України «Про управління об'єктами державної власності» від 21.09.2006 р. № 185-V [31] закріплено повноваження Уряду призначати позапланові ревізії і перевірки використання об'єктів управління державної власності та встановлювати порядок їх проведення (п. 6 статті 5); визначати критерії віднесення державних унітарних підприємств та господарських товариств, у статутному капіталі яких більше 50 відсотків акцій (часток) належать державі, до таких, фінансова звітність (у тому числі консолідована) яких підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором, залежно від балансової вартості активів таких державних унітарних підприємств чи господарських товариств; визначати порядок здійснення контролю за виконанням функцій з управління об'єктами державної

власності. Такий Порядок затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19.06.2007 р. № 832 [32]. Ним встановлено, що контроль за виконанням функцій з управління об'єктами державної власності здійснюється шляхом проведення єдиного моніторингу ефективності управління об'єктами державної власності з метою оцінки ефективності такого управління; показників фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання; стану виконання суб'єктами господарювання фінансових планів та їх платоспроможності; додержання законності щодо використання та збереження державного майна; виконання суб'єктами управління обов'язків відповідно до законодавства.

Проте, даний Порядок не має на меті та не регулює здійснення моніторингу дотримання прав людини у контексті господарської діяльності держпідприємств, відсутні й критерії визначення ефективності управління об'єктами державної власності в цій сфері. Зазначається лише, що оцінка результатів діяльності суб'єктів господарювання проводиться, крім іншого, і з урахуванням соціально-економічних показників, до яких віднесено середньооблікову кількість штатних працівників та наявність заборгованості із виплати заробітної плати [33]. При цьому відповідальним за проведення моніторингу є Мінекономіки, котре згідно з вищезазначеною постановою КМУ, крім іншого, уповноважено перевіряти виконання керівником суб'єкта господарювання державної форми власності умов контракту кожного окремого суб'єкта господарювання, а згідно з розпорядженням КМУ від 01.07. 2020 р. № 853-р регулярно звітувати Уряду про виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Зауважимо, що Мінекономіки запровадило Портал державних підприємств України і створило «Prozvit» - загальнодоступну онлайн-інвентаризацію з фінансовими показниками для центральних державних підприємств [34], що має сприяти кращій прозорості. Зокрема, на Порталі вказано що з 3616 українських держпідприємств у 2020 році працювали лише 1828, з них 567 не подали звітність, а фінансовий результат діяльності всіх цих підприємств склав -39638281,1 тис. грн. Утім, нефінансова звітність, яка має стосуватися показників соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, відсутня у зв'язку з відсутністю визначення відповідних критеріїв.

Отже, недоліки Закону України «Про управління об'єктами державної власності» та пов'язаної з ним постанови КМУ № 832 є

очевидними. Впродовж 2021 р. в Парламенті України зареєстровано 4 депутатських законопроекти про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення корпоративного управління юридичних осіб, акціонером (засновником, учасником) яких є держава [35]. Лише один з них - реєстр. № 5593-д від 06.07.2021 р. - прийнято Парламентом за основу 15.07.2021 р. [36]. Проте ним пропонується спрощення та модернізація процесів фінансового планування, розширення повноважень наглядових рад, врегулювання проблемних питань управління. На жаль, серед останніх не виявлено навіть і згадки про корпоративну соціальну відповідальність держпідприємств. Це дає підстави стверджувати, що законодавству України бракує узгодженості з нормами міжнародного та європейського права стосовно корпоративної соціальної відповідальності, зокрема з Директивами 2013/34/ЄС та 2014/95/ЄС про нефінансову звітність [37], а також з положеннями ряду відповідних Керівних принципів, декларацій, стандартів та інших документів ОЕСР, за політико-правову та практичну імплементацію яких відповідає Міністерство економіки та інші органи державної влади України.

У цьому контексті посадовці та керівники суб'єктів господарювання України повинні звернути увагу на положення 8, 9 та 10-го Керівних принципів ООН. Ними, зокрема, визначено, що держави мають забезпечити обізнаність державних відомств, агенцій та інших державних установ, які формують умови здійснення господарської діяльності, про зобов'язання держав у сфері прав людини та їх дотримання; забезпечити вертикальну та горизонтальну узгодженість національної політики в галузі господарювання і прав людини; проводити цю політику як на національному, так і на міжнародному рівнях, наприклад, у рамках інвестиційних угод або контрактів, у рамках членства в багатосторонніх інституціях, що опікуються питаннями, пов'язаними з підприємництвом. Підкреслимо, що господарська діяльність держпідприємств головним чином спрямована на задоволення внутрішньо-національних потреб розвитку економіки та зростання добробуту населення, а відтак – на реалізацію специфічних завдань державної політики, яка неодмінно повинна відповідати міжнародним зобов'язанням України у сфері прав людини та сталого розвитку. Тому абсолютно обґрунтованим є включення до Плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030



року завдань з популяризації принципів і стандартів соціально відповідального бізнесу в Україні й, головне – з інтеграції принципів соціальної відповідальності в діяльність компаній в Україні. Останнє передбачає постійну роботу суб'єктів управління об'єктами державної власності, спільного представницького органу сторони роботодавців на національному рівні, спільного представницького органу репрезентативних всеукраїнських об'єднань профспілок на національному рівні та громадських організацій з розроблення і введення політики соціальної відповідальності та впровадження корпоративної соціальної відповідальності у діяльність суб'єктів господарської діяльності державного сектору економіки. Ця діяльність на часі також і з огляду на близьку перспективу прийняття Директиви ЄС про корпоративну звітність (CSRD), яка доповнює Директиви 2013/34/ЄС, 2004/109/ЄК, 2006/43/ЄК і Регламент (ЄС) № 537/2014 [38] та передбачає встановлення обов'язку компаній надавати достовірну інформацію про вплив проблем сталого розвитку на їхній бізнес і про вплив їх діяльності на становище людей та навколишнє середовище, яка необхідна інвесторам та іншим зацікавленим сторонам.

### Список використаних джерел:

1. Загальна декларація прав людини, прийнято та проголошено Резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10.12.1948 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text).
2. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року : Резолюція Генеральної Асамблеї ООН 70/1 від 25.09.2015 р. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/sustainable-development-report/the-2030-agenda-for-sustainable-development.html>.
3. China's state-owned banks and tech giants are the country's most profitable companies. By Yvonne Lau, «Fortune», August 4, 2021. URL: <https://fortune.com/2021/08/04/china-most-profitable-companies-fortune-global-500/#:~:text=The%20top%20four%20most%20profitable,and%20the%20Bank%20of%20China>.
4. OECD (2019), Керівні принципи ОЕСР щодо корпоративного врядування на підприємствах державної форми власності, редакція 2015 року, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264312906-uk>. URL: [https://read.oecd-ilibrary.org/governance/2015\\_9789264312906-uk#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/governance/2015_9789264312906-uk#page1).

5. Про схвалення Стратегії підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання державного сектору економіки: розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.05.2015 р. № 662-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/662-2015-%D1%80#Text>.

6. Про невідкладні заходи з проведення реформ та зміцнення держави : Указ Президента України від 08.11.2019 р. № 837. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/8372019-30389>.

7. Про затвердження Плану пріоритетних дій Уряду на 2021 рік: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 р. № 276-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-prioritetnih-dij-uryadu-na-2021-s240321>.

8. Мінекономіки будуватиме систему корпоративного управління виключно за Принципами ОЕСР. Новини від 29.07.2021 р. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=06e553bd-1ec2-416a-ad1b-925d2b72c141&title=MinekonomikiBuduvatimeSistemuKorporativnogoUpravlinniaVikliuchnoZaPrintsipamiOesr>.

9. Про управління об'єктами державної власності : Закон України від 21.09.2006 р. № 185-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#Text>.

10. Інформація про реформу корпоративного управління. Офіційний Інтернет-сайт Міністерства економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=f9a53fc7-cc91-4bd5-b23e-34752a879641&title=InformatsiiaProReformuKorporativnogoUpravlinnia>.

11. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#n8>; Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 липня 2020 р. № 853-р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80?find=1&text=%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82#w1\\_1](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80?find=1&text=%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82#w1_1).

12. Регіональний план заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, затверджено розпорядженням Голови Тернопільської ОДА від 04.08.2020 р. №

470/01.02-01. URL: [http://oda.gov.te.ua/data/upload/catalog/main/ua/83581/\\_470.pdf](http://oda.gov.te.ua/data/upload/catalog/main/ua/83581/_470.pdf).

13. Комплексна програма розвитку малого і середнього підприємництва в Запорізькій області на 2021-2023 роки. URL: <https://www.zoda.gov.ua/article/2174/kompleksna-programi-rozvitku-malogo-ta-serednogo-pidprijemnitstva-v-zaporizkiy-oblasti-na-2021-2023-roki.html>.

14. Стратегія корпоративної соціальної відповідальності ПРАТ «Укргідроенерго». URL: <https://uhe.gov.ua/sites/default/files/2020-07/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%20%D0%9A%D0%A1%D0%92.pdf>; Політика з корпоративної соціальної відповідальності НЕК «Укренерго». URL: [https://ua.energy/wp-content/uploads/2020/10/KCD\\_09.pdf](https://ua.energy/wp-content/uploads/2020/10/KCD_09.pdf); Стратегія розвитку Украероруху до 2030 року. URL: <https://uksatse.ua/index.php?act=Part&CODE=242>; Політика соціальної відповідальності та стійкого розвитку державного підприємства «Адміністрація морських портів України». URL: [http://www.uspa.gov.ua/images/about\\_us/Politica.pdf](http://www.uspa.gov.ua/images/about_us/Politica.pdf); «НІБУЛОН»: Соціально відповідальний бізнес. URL: <https://www.nibulon.com/data/ksv/socialno-vidpovidalnii-biznes.html>; Метінвест: Цінності. URL: <https://metinvestholding.com/ua/about/value>, Кодекс етики Групи Метінвест. URL: [https://metinvestholding.com/Content/CmsFile/ua/codes\\_\\_CE\\_1203.pdf](https://metinvestholding.com/Content/CmsFile/ua/codes__CE_1203.pdf); «Goodvalley Ukraine»: Заради сталого майбутнього. URL: <https://www.goodvalley.com/ua/who-we-are/what-we-do/climate/>; «Нова пошта»: Звіт зі сталого розвитку за 2019 рік. URL: [http://svb.ua/report/2019-nova-poshta?fbclid=IwAR3brP1h3ztFmliyTEmduO5vq5Qz\\_Zc93eUnmdcR7XDQt2B4oID5iBM8YJ0](http://svb.ua/report/2019-nova-poshta?fbclid=IwAR3brP1h3ztFmliyTEmduO5vq5Qz_Zc93eUnmdcR7XDQt2B4oID5iBM8YJ0).

15. ОЕСР (2021 р.), Огляд ОЕСР корпоративного управління державних підприємств: Україна, <http://www.oecd.org/corporate/soe-review-ukraine.htm>.

16. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини : Реалізація Рамкової програми ООН «Захист, повага і засоби захисту», схвалено резолюцією Ради ООН з прав людини 17/4 від 16.06.2011 р. URL: [https://www.iepd.kiev.ua/?page\\_id=8524](https://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524).

17. Child Labour Due Diligence Law ('Wet Zorgplicht Kinderarbeid'), 2019. URL: <https://www.eerstekamer.nl/9370000/1/j9vvkfvj6b325az/vkbklq11jgyy/f=y.pdf>.

18. Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz), Ausfertigungsdatum: 16.07.2021. URL:

<http://www.gesetze-im-internet.de/lksg/BJNR295910021.html>.

19. Act relating to enterprises' transparency and work on fundamental human rights and decent working conditions (Transparency Act), Last update: 12.10.2021, entry into force: 01.07.2022 according to res. 1 October 2021 No. 2919. URL: <https://lovdata.no/dokument/NLE/lov/2021-06-18-99>.

20. French Corporate Duty of Vigilance Law. 2017. URL: <https://respect.international/french-corporate-duty-of-vigilance-law-english-translation/>; <https://respect.international/wp-content/uploads/2017/10/ngo-translation-french-corporate-duty-of-vigilance-law.pdf>.

21. Regulation (EU) No 995/2010 of the European Parliament and of the Council of 20 October 2010 laying down the obligations of operators who place timber and timber products on the market. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32010R0995>.

22. Regulation (EU) 2017/821 of the European Parliament and of the Council of 17 May 2017 laying down supply chain due diligence obligations for Union importers of tin, tantalum and tungsten, their ores, and gold originating from conflict-affected and high-risk areas. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02017R0821-20201119>.

23. Corporate due diligence and corporate accountability : European Parliament resolution of 10 March 2021 with recommendations to the Commission on corporate due diligence and corporate accountability. P9\_TA(2021)0073. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073_EN.html).

24. Just and sustainable economy: Commission lays down rules for companies to respect human rights and environment in global value chains. European Commission Press release, 23.02.2022, Brussels. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_1145](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1145).

25. Організація Об'єднаних Націй. Паризька угода, м. Париж, 12.12.2015 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_l61#n2](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_l61#n2).

26. Japan to set human rights guidelines for companies. «Nikkei Asia», February 14, 2022. URL: <https://asia.nikkei.com/Politics/Japan-to-set-human-rights-guidelines-for-companies>.

27. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони; ратифіковано із заявою Законом України № 1678-VII від 16.09.2014 р. URL: <https://>

[zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011#Text](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text).

28. Зона вільної торгівлі між Україною та ЄС (EU-Ukraine Deep and Comprehensive Free Trade Area). URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/torgovelo-ekonomichne-spivrobotnictvo-ukrayina-yes/zona-vilnoyi-torgivli-mizh-ukrayinoyu-ta-yes>.

29. Due Diligence. BDO в Україні. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/services-2/consulting/due-diligence>.

30. DUE DILIGENCE - Аудит у сфері будівельного, земельного та корпоративного права. Totum LF. URL: [https://totum.ua/services/due-iligence/?utm\\_source=ga&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=ga-dd&&utm\\_term=due%20diligence&gclid=CJ0KCQiAu62QBhC7ARIsALXijXTSbthVKle1a\\_p5fRvFkHkH1k6uhQjEPDX9P5TII23\\_m48YzUoa0EaAgYFEALw\\_wcB](https://totum.ua/services/due-iligence/?utm_source=ga&utm_medium=cpc&utm_campaign=ga-dd&&utm_term=due%20diligence&gclid=CJ0KCQiAu62QBhC7ARIsALXijXTSbthVKle1a_p5fRvFkHkH1k6uhQjEPDX9P5TII23_m48YzUoa0EaAgYFEALw_wcB).

31. Про управління об'єктами державної власності : Закон України від 21.09.2006 р. № 185-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#n46>.

32. Про затвердження Порядку здійснення контролю за виконанням функцій з управління об'єктами державної власності та критеріїв визначення ефективності управління об'єктами державної власності : постанова Кабінету Міністрів України від 19.06.2007 р. № 832. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/832-2007-%D0%BF#n12>.

33. Критерії визначення ефективності управління об'єктами державної власності, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 19.06.2007 р. № 832. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/832-2007-%D0%BF#n46>.

34. Портал державних підприємств України. URL: <https://prozvit.com.ua/>

35. <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/searchResults>.

36. Проєкт Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення корпоративного управління юридичних осіб, акціонером (засновником, учасником) яких є держава (реєстр. № 5593-д від 06.07.2021 р.). URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/27290>.

37. Директива 2014/95/ЄС Європейського парламенту та Ради від 22.10.2014 р., що вносить поправки до Директиви 2013/34/ЄС щодо розкриття нефінансової та різноманітної інформації деякими великими підприємствами і групами. URL: [https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/FZZ00125](https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZZ00125).

38. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Regulation (EU) No 537/2014, as regards corporate sustainability reporting COM/2021/189 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021PC0189>.

**Ніколай СОНДЕРБАЙ,**  
старший радник із питань демократії та прав людини  
Програми розвитку ООН в Україні

## **РОЗШИРЕННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ НОСІЇВ ПРАВ І ГРОМАД ДЛЯ ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНИХ ВПЛИВІВ НА ПРАВА ЛЮДИНИ**

*Україна інтегрувала бізнес і права людини в Національну стратегію у сфері прав людини, що була прийнята Президентом у 2021 році [1]. Втім, чи можна успішно реалізувати план дій з реалізації цієї Стратегії, враховуючи різний прогрес щодо дотримання прав людини у бізнесі у регіонах і громадах України?*

Програма розвитку ООН (далі – ПРООН) розпочала аналіз імплементації Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини [2] (далі – Керівні принципи ООН) в Україні, щоб отримати чітке розуміння стосовно негативного впливу бізнесу на права людини.

У результаті вивчення Національного оцінювання базових показників у сфері бізнесу та прав людини [3], проведеного в Україні у 2019 році, яке переважно було зосереджене на реалізації Першого стовпа Керівних принципів ООН, ПРООН виявила необхідність глибше зануритись і зрозуміти проблеми, перешкоди та потреби, а також можливості як для носіїв обов'язків (уряду, місцевої влади та бізнесу), так і для носіїв прав у сфері бізнесу та прав людини (далі – БПЛ).

Відтак нами визначено наступні чотири завдання:

1. Скласти мапу/проаналізувати стейкхолдерів і проаналізувати/скласти мапу вивчених уроків.
2. Дослідити питання, з якими стикаються носії прав.
3. Дослідити сектори економіки/ринки.
4. Визначити кращі міжнародні практики у сфері бізнесу та прав людини.

Зокрема, таке широке дослідження має представити загальні тенденції, потреби та бар'єри для носіїв обов'язків і носіїв прав, а також забезпечити «глибоке занурення» в такі сектори/ринки, як інформаційно-комунікаційні технології, роздрібна торгівля та сільське господарство, щоб зрозуміти ключові обмеження та визначити можливості щодо дотримання вимог відповідальної

ділової поведінки.

Нарешті, не в останню чергу, згадане є важливим з огляду на майбутню директиву ЄС про обов'язкову належну обачність у практиці дотримання бізнесом прав людини та помітне зростання кількості країн-членів ЄС, які запроваджуватимуть правила належної обачності щодо прав людини у сфері бізнесу. В цьому контексті слід зазначити, що 40–45 відсотків українського експорту надходить до ЄС.

Крім того, ми визначимо уроки, а також хороші та найкращі міжнародні практики, які можуть бути релевантними для України, водночас розуміючи потребу в контекстуалізації.

Ми сподіваємося, що це якісне дослідження буде джерелом необхідної інформації про політику та законодавство, а також допоможе бізнесу та носіям прав, надаючи їм можливість просувати порядок денний у сфері бізнесу та прав людини, адже тематика дослідження сприяє вирішенню багатьох ключових проблем розвитку в Україні (наприклад, відсутність гідних і добре оплачуваних робочих місць, демографічні проблеми/міграція, масове неофіційне працевлаштування, недостатній рівень соціального захисту, негативний вплив на довкілля і порушення прав людини з боку бізнесу тощо) та має багато очевидних переваг для уряду, бізнесу і громадян України (гідні робочі місця, доступ до фінансування, інклюзивне стале зростання, податкові надходження, реалізація прав людини та утримання персоналу).

### **Дорожня карта**

Результати дослідження також допоможуть ПРООН та її партнерам із розвитку скласти цілісну дорожню карту для прискорення виконання цього важливого порядку денного щодо БПЛ в Україні.

Виходячи з наших раних спостережень під час досліджень, ми бачимо суттєву потребу підвищити обізнаність про БПЛ по всій Україні. Розуміння «бізнесу та прав людини» є обмеженим як серед носіїв прав, так і серед носіїв обов'язків (уряд, місцева влада та бізнес), а також і в наглядових інституціях і судових органах.

Що стосується розширення повноважень щодо дотримання прав людини, то ПРООН в Україні застосовує збалансований підхід, заснований на правах людини, й підтримує як підвищення обізнаності, так і розвиток потенціалу носіїв обов'язків і носіїв прав. У наших проєктних циклах і діях ми прагнемо впровадити підхід, заснований на правах людини, та забезпечити суттєву участь широких категорій



носіїв прав.

Наприклад, ми співпрацюємо з носіями прав та організаціями громадянського суспільства (далі – ОГС), які представляють носіїв прав по всій Україні (йдеться про такі групи як жінки, молодь, люди похилого віку, люди, які проживають у сільських громадах тощо), аби надати їм можливість реалізовувати їхні права так, щоб їхній голос був почутий і щоб у них з'явилася можливість впливати на політику, стежити за дотриманням своїх прав і відстоювати їх.

### **Збільшення кількості скарг**

Під час пандемії COVID-19 ми стали свідками збільшення кількості скарг, що надходять до Секретаріату Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини (далі – Омбудсман), щодо порушення соціально-економічних прав у регіонах. Ми також спостерігаємо чітку тенденцію щодо порушень трудових прав, й найчастіше порушення – це невивплата заробітної плати.

Завдяки результатам досліджень рівня впливу ми дізналися, що цифровізаційна реформа потребує особливої уваги з позиції підходу, заснованого на правах людини, а також посиленого фокусу на вразливих групах – наприклад, малозабезпечених, літніх особах, представниках ромської громади тощо – тобто тих групах, які можуть не мати доступу до Інтернету, цифрових платформ або соціальних мереж.

Ми також працюємо над розвитком спроможності носіїв обов'язків і наглядових інституцій, як-от парламенту та Секретаріату Омбудсман (в усіх регіонах), а також співпрацюємо з центрами безоплатної правової допомоги. Омбудсман і його регіональні координатори відіграють ключову роль у сприянні діалогу між носіями обов'язків та носіями прав.

Роль громад у забезпеченні прав людини в Україні є вирішальною. Здебільшого, такі сфери як захист прав людини та запобігання порушенням прав людини повністю залежать від місцевої громади та органів місцевого самоврядування. Реформа децентралізації, що розпочалася в Україні у 2014 році, посилює роль органів місцевого самоврядування у забезпеченні дотримання прав людини та в залученні громадян до наглядових механізмів.

### **Шлях уперед**

Для того, щоб носії прав знали про те, наскільки негативно впливає порушення прав людини в сфері бізнесу, необхідно проведення спеціально розроблених кампаній з підвищення

обізнаності та змістовна участь широких категорій носіїв прав, зокрема найбільш вразливих.

Загальнонаціональне дослідження ПРООН щодо прав людини [4], яке було здійснене в грудні 2020 року свідчить, що українці стали активнішими в захисті своїх прав. Але багато хто не звертається до суду через недовіру до судової влади. Тому необхідно більше зосередитися на підзвітності та доступі до засобів правового захисту, щоб носії прав могли заявити свої права та притягнути носіїв обов'язків (уряд чи підприємства) до відповідальності за порушення їхніх прав.

Аби розширення повноважень було ефективним, необхідне застосування збалансованого підходу, заснованого на правах людини, який забезпечуватиме одночасне залучення як носіїв обов'язків, так і носіїв прав.

Нарешті, оскільки сфера БПЛ є мультидисциплінарною, дуже важливо застосовувати «об'єктив» БПЛ у різних секторах і політиках.

### **Вимірювання прогресу виконання Національної стратегії та плану дій**

Дуже позитивною ознакою політичної волі є той факт, що питання БПЛ вперше було інтегроване в Національну стратегію у сфері прав людини та її план дій, які були прийняті в Україні у 2021 році. ПРООН зробила значний внесок у цей процес, надавши технічні консультації.

Однак, виходячи з оцінки та спостережень, здійснених у ході нашого дослідження, вважаємо, що існує значна потреба у посиленні заходів і впровадженні узгоджених політик на міжміністерському рівні щодо БПЛ та прийняття окремого Національного плану дій щодо БПЛ. Окрім того, аби сприяти впровадженню поточного Плану дій з реалізації Національної стратегії та процесу залучення багатьох стейкхолдерів, ПРООН наполегливо рекомендує інтегрувати питання БПЛ до оновленої у подальшому Угоди про асоціацію між Україною та ЄС і пропонує з цього питання нині співпрацювати з офісом Віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Також видається особливо актуальним пов'язати питання БПЛ із реалізацією Зеленої угоди ЄС. У зв'язку з майбутньою Директивою ЄС про обов'язкову належну обачність щодо прав людини та екологічну перевірку, а також посиленням положень законодавства держав-членів ЄС щодо прав людини та належної екологічної обачності, вкрай важливо зробити БПЛ одним із ключових пріоритетів, що зі свого

боку закладе фундамент на майбутнє. Торгівля з ЄС і його державами-членами має велике значення для України, адже приблизно 40–45 відсотків її загального експорту йде на ринок ЄС.

Це свідчить про значну потребу в підвищенні обізнаності та розвитку потенціалу зацікавлених сторін.

Усе це разом може сприяти вкрай необхідному інклюзивному процесу розробки Національного плану дій щодо БПЛ за участю багатьох стейкхолдерів, який має бути дієвим, мати виділений для цього бюджет і охоплювати всіх відповідних гравців – зокрема й експертів у сфері БПЛ, науковців та ОГС.

Для того, щоб забезпечити підзвітність і щоб Національний план дій щодо БПЛ був ефективним, потрібні визначені базові показники, цілі, вимірювані індикатори та детальні бюджетні заходи, виконання яких має належним чином контролюватися та оцінюватися.

### **Місцевий контекст**

Варто зауважити, що Національний план дій щодо БПЛ має бути адаптованим до місцевого контексту. Слід ретельно проаналізувати місцевий контекст і потенційний негативний вплив бізнесу на права людини, а також можливості та бар'єри для носіїв прав на обласному та інших рівнях.

Згідно з адміністративно-територіальним устроєм, Україна складається із 24 областей, міст Києва, Севастополя та Автономної Республіки Крим – загалом 1421 громада. Державне управління на місцевому рівні здійснюють місцеві державні адміністрації (на обласному, районному, міському та міськрайонному рівнях). Місцеве самоврядування здійснюють місцеві ради: обласні (24 ради), районні (119), міськрайонні в містах (15), міські (369), селищні (428), сільські (623) ради.

Роль громад у забезпеченні прав людини в Україні є вирішальною: здебільшого, такі сфери як захист прав людини та запобігання порушенням прав людини повністю залежать від місцевої громади та органів місцевого самоврядування. Наявність ресурсів дає можливість громадам самостійно визначати пріоритетні проекти та реалізовувати програми для задоволення потреб громади, зокрема посилення правоздатності та правового захисту її мешканців.

Водночас, згідно з даними Регіонального індексу людського розвитку, розрахованого Міністерством розвитку громад та територій України, спостерігаються значні відмінності в розвитку людського потенціалу між регіонами. За даними 2018 року, у дев'яти областях

(за 2017 рік – у 13 регіонах) значення індексу нижче від середнього по Україні (Херсонська, Житомирська, Кіровоградська, Рівненська, Чернігівська, Черкаська, Дніпропетровська, Хмельницька, Сумська області). Це свідчить про необхідність пошуку специфічних підходів для кожного регіону та громади, які б відповідали поточним юридичним потребам їхніх мешканців.

### **Рекомендації**

ПРООН рекомендує інтегрувати БПЛ до оновленої в подальшому Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та покласти відповідальність щодо цього питання на віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Також видається особливо актуальним пов'язати БПЛ із Зеленою угодою ЄС.

Національний план дій щодо БПЛ має бути прийнято та він має діяти як на національному, так і на місцевому рівнях. Носії обов'язків (місцевий уряд і бізнес), носії прав і відповідні стейкхолдери повинні брати участь у діалозі на місцевому рівні для визначення найбільш поширених негативних впливів на права людини, а також на місцевому рівні розробити реалістичні Плани дій, які можна поступово реалізувати та піддавати моніторингу та оцінці.

Крім того, в Україні (як і в інших країнах) може виникнути потреба у створенні спеціальної робочої групи з БПЛ, яка зможе контролювати та оцінювати досягнутий прогрес, забезпечувати підзвітність і адаптувати плани до контексту у випадку виникнення відповідних потреб.

Також може бути цікавим запровадження міжнародного огляду, на кшталт Універсального періодичного огляду, з метою підвищення рівня підзвітності.

## Список використаних джерел

1. Про Національну стратегію у сфері прав людини : Указ Президента України від 24.03.2021 р. № 119. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119/2021#Text>.
2. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини: Реалізація Рамкової програми ООН «Захист, повага та засоби захисту», схвалено Резолюцією 17/4 Ради ООН з прав людини від 16 червня 2011 року. URL: <https://legalforum.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/kerivni-principi-oon.pdf>.
3. Національне оцінювання базових показників з питань бізнесу і прав людини. URL: <https://minjust.gov.ua/files/general/2019/07/10/20190710170838-51.pdf>.
4. Загальнонаціональне дослідження ПРООН щодо прав людини, 2020 р. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/en/home/presscenter/pressreleases/2020/ukrainians-became-more-tolerant-and-active-in-defending-their-ri.html>.

**Олена СТЕПАНЕНКО,**

*Представник Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини з дотримання соціальних та економічних прав*

## **СПРИЯННЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ КЕРІВНИХ ПРИНЦИПІВ ООН З ПИТАНЬ БІЗНЕСУ І ПРАВ ЛЮДИНИ – ОДИН ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ УПОВНОВАЖЕНОГО ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ З ПРАВ ЛЮДИНИ**

Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини (далі – Керівні принципи ООН) та їх три основні принципи «Захист, повага та засоби захисту» розроблено на тлі економічної кризи 2008 року та її наслідків. Рада Організації Об'єднаних Націй з прав людини ухвалила цей документ Резолюцією 17/4 від 16 червня 2011 року [1].

Важливість Керівних принципів ООН у загальному контексті захисту прав людини полягає в тому, що вони забезпечують основу для усунення дисбалансу між обов'язками, правами та інтересами держави, людей та бізнесу, а також для подолання розривів між пріоритетами економічних сил і повагою до прав людини, у т. ч. осіб, які перебувають у групі найбільшого ризику.

Керівні принципи ООН є комплексною системою, яка стимулює державу та представників бізнес-спільноти зробити внесок у забезпечення та захист прав людини у сфері бізнесу шляхом ретельної оцінки поточного становища та вжиття необхідних заходів. Вони ґрунтуються одночасно і на обов'язковості державних приписів стосовно дотримання прав людини і на добровільному виконанні суб'єктами господарювання зобов'язань щодо прав людини.

Керуючись повноваженнями, встановленими Конституцією України [2], Законом України «Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини» [3] та міжнародними зобов'язаннями України в сфері прав людини, інституція Уповноваженого здійснює парламентський контроль стосовно дотримання всього комплексу прав людини, зокрема економічних, трудових, соціальних, і сприяє поширенню знань про Керівні принципи ООН та впровадженню їх положень у співпраці з органами державної влади, науковими установами і закладами вищої освіти, громадськими та міжнародними організаціями. З 2019 року сприяння імплементації Керівних принципів ООН виокремлено як один зі стратегічних напрямів

діяльності Уповноваженого.

Значимо, що одним із перших кроків до імплементації Керівних принципів ООН в Україні стала панельна дискусія з питань бізнесу і прав людини в рамках Харківського міжнародного юридичного форуму 2017 року, яка зібрала коло зацікавлених учасників. З того часу формат панельних дискусій з цієї тематики за участю все більшого числа учасників, у т. ч. зарубіжних, є «родзинкою» щорічних Харківських міжнародних юридичних форумів. Уповноважений Верховної Ради України з прав людини (далі – Уповноважений) та представники Секретаріату Уповноваженого регулярно беруть участь у цих подіях.

При цьому в 2018 – 2020 роках у співпраці між Секретаріатом Уповноваженого, Центром перспективних досліджень і співробітництва з прав людини у сфері економіки Інституту економіко-правових досліджень ім. В.К. Макутова НАН України, Ресурсним центром з питань бізнесу та прав людини (Велика Британія) та Програмою розвитку ООН в Україні було реалізовано міжнародні проекти «Просування поваги прав людини в сфері бізнесу в контексті імплементації Цілей сталого розвитку в Україні», «Міжсекторальна консолідація та зміцнення спроможності органів державної влади і суспільства забезпечувати права людини в сфері бізнесу». В їх ході проведено низку заходів – робочі наради, міжвідомчі робочі засідання, експертні консультації високого рівня, ін., під егідою Уповноваженого створено та започатковано діяльність Міжсекторальної платформи з питань дотримання прав людини у сфері бізнесу (далі – Міжсекторальна платформа). 15 грудня 2020 року відбулося Установче засідання Міжсекторальної платформи, яка є інструментом сприяння імплементації в Україні Керівних принципів ООН та інших відповідних міжнародних норм і стандартів ООН, МОП, Ради Європи, Євросоюзу, ОБСЄ, відкритим майданчиком для предметних обговорень, дискусій та обміну інформацією, ідеями між представниками уряду, бізнесу та іншими стейкхолдерами.

Відзначимо і важливість роботи з підготовки Національного оцінювання базових показників у сфері бізнесу та прав людини (National Baseline Assessment on Business and Human Rights, далі – NBA) [4], яку здійснено у 2019 році за участю фахівців Секретаріату Уповноваженого, науковців Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, експертів правозахисних громадських організацій та Мережі Глобального договору ООН в Україні (UN Global Compact). Ця робота проведена на чолі з Міністерством

юстиції України за координації його Директорату з прав людини, доступу до правосуддя та правової обізнаності з метою забезпечення обґрунтованості необхідних заходів на урядовому рівні на підставі аналізу поточної ситуації стосовно дотримання прав людини у сфері підприємницькій діяльності. NBA проведено згідно з методологією Данського інституту з прав людини, що використовується багатьма державами. Результатом NBA стало виявлення прогалин у вітчизняному законодавстві й державній політиці та невідповідність практик ведення бізнесу стандартам корпоративної відповідальності щодо прав людини. Низка проблем, виявлених у таких сферах, як працевлаштування, охорона навколишнього природного середовища, протидія дискримінації, оподаткування, охорона здоров'я та безпека, протидія корупції, взаємодія з громадою тощо свідчать про брак застосування заснованого на правах людини підходу у формуванні державної політики у відповідних галузях і практиках ведення бізнесу.

Принагідно слід зауважити, що до Плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [5], за реалізацію якого відповідає Міністерство економіки України, включено популяризацію принципів і стандартів соціально відповідального бізнесу в Україні, зокрема відповідно до Керівних принципів ООН. Так, восени 2020 року на IV-му Харківському міжнародному юридичному форумі було представлено публікацію «Бізнес і права людини в часи COVID-19» (далі – публікація), підготовлену Секретаріатом Уповноваженого у співпраці з Данським інститутом прав людини та Міжнародною лабораторією бізнесу і прав людини Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого. Результати цієї публікації представлено у листопаді 2020 року також і під час 9-го щорічного Форуму ООН з бізнесу та прав людини, на якому Уповноваженим було підтверджено намір України розробити Національний план дій з імплементації Керівних принципів ООН.

У Щорічній доповіді Уповноваженого за 2020 рік (далі – Доповідь) Міністерству юстиції України було надано Рекомендацію забезпечити організацію та методичну підтримку розроблення Національного плану дій у сфері бізнесу та прав людини, приділивши увагу і тим сферам правового регулювання, які традиційно розглядаються як «нейтральні» по відношенню до питань захисту прав людини – публічні закупівлі, інвестиції, оподаткування,



корпоративне управління тощо.

Цілеспрямована підготовча організаційна та аналітична робота щодо просування Керівних принципів ООН призвела до актуалізації – за ініціативи Уповноваженого – питання про бізнес і права людини у ході перегляду Національної стратегії у сфері прав людини та включення до неї розділу 15 про екологічні права людини та розділу 16 про забезпечення дотримання прав людини в процесі ведення господарської діяльності. Оновлену Національну стратегію у сфері прав людини затверджено Указом Президента України від 24 березня 2021 р. № 119 [6]. Однак, під час розроблення Плану дій з реалізації Національної стратегії [7] враховано лише одну пропозицію Уповноваженого щодо реалізації зазначеного розділу, а саме – проведення дослідження щодо кращих практик імплементації положень Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини, Десяти принципів Глобального договору ООН [8], Рекомендації Rec (2016)3 Комітету Міністрів Ради Європи державам-членам про права людини та бізнес [9].

Варто зазначити, що у червні 2021 року в світі відзначалось 10-річчя з часу ухвалення Керівних принципів Радою ООН з прав людини. Цій події за ініціативи Уповноваженого був присвячений Тиждень прав людини у сфері бізнесу (далі – Тиждень). У рамках Тижня Секретаріатом Уповноваженого та названими вище партнерськими організаціями було проведено ряд заходів:

- дводенний тренінг «Застосування прав людини до сфери цифрових технологій» для студентів вищих навчальних закладів та зацікавлених осіб;

- круглий стіл «Кращі корпоративні практики. Роль інвесторів»;

- Всеукраїнський конкурс наукових робіт здобувачів вищої освіти та молодих вчених «Соціально відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку»; 19 листопада 2021 року під час спеціальної науково-практичної конференції відбулося підведення підсумків Конкурсу і нагородження переможців;

- проведено Експрес-опитування представників органів державної влади та стейкхолдерів щодо необхідних заходів для реалізації розділу 16 «Забезпечення дотримання прав людини в процесі ведення господарської діяльності» Національної стратегії у сфері прав людини;

- проведено Онлайн-вікторину щодо прав людини у сфері бізнесу;

- створено Інформаційно-довідковий ресурс науково-практичних і нормативних матеріалів з питань бізнесу і прав людини [10];

- створено україномовну сторінку у Вікіпедії щодо Керівних принципів ООН.

Персонально Уповноважений і представник Уповноваженого з дотримання соціальних та економічних прав постійно беруть участь у національних і міжнародних заходах, присвячених бізнесу та прав людини, висвітлюючи поточні проблеми в цій сфері та шляхи їх розв'язання в Україні, передусім у рамках здійснюваного парламентського контролю. Серед таких заходів:

- V-й Харківський міжнародний форум, організований Національним юридичним університетом ім. Ярослава Мудрого;

- II-й Форум ООН з питань бізнесу та прав людини Східної Європи та Центральної Азії, на якому було поінформовано про наші зусилля щодо імплементації Керівних принципів;

- Берлінський діалог про бізнес та права людини;

- Тихоокеанський форум з бізнесу та прав людини «Нова декада дій»;

- панельна дискусія «Десята річниця Керівних принципів з питань бізнесу та прав людини»;

- захід Глобального альянсу національних правозахисних інституцій (GANHRI) «Бізнес та права людини»;

- вебінар «Бізнес та права людини. Географічний фокус».

Протягом 2021 року Уповноважений здійснила офіційні візити до Грузії та Вірменії з метою вивчення кращих практик Омбудсменів різних країн щодо їх ролі в імплементації Керівних принципів ООН. У грудні 2021 року під головуванням Уповноваженого проведено засідання Міжсекторальної платформи. Уповноважена виступила з ініціативою запросити Робочу групу ООН з бізнесу та прав людини з робочим візитом до України та звернулась із проханням до партнерських установ і учасників заходу підтримати цю ініціативу. Під час цього заходу відбулась презентація попередніх результатів дослідження, проведеного під егідою ПРООН в Україні, «Становлення сталого та справедливого розвитку шляхом імплементації Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини». Результати дослідження ґрунтуються на опитуваннях зацікавлених сторін, правовласників, аналізі секторів/ринків та кращих міжнародних

практик імплементації Керівних принципів ООН. Також під час засідання у форматі активної дискусії обговорювалися подальші кроки з метою реалізації розділу 16 Національної стратегії у сфері прав людини; у дискусії взяли участь представники Міністерства юстиції України, Міністерства економіки України, Інституту економіко-правових досліджень ім. В.К. Макутова НАН України, ін.

Сприяння імплементації Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини і в 2022 році незмінно залишається серед пріоритетів діяльності Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини.

### Список використаних джерел

1. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини: Реалізація Рамкової програми ООН «Захист, повага та засоби захисту», схвалено Резолюцією 17/4 Ради ООН з прав людини від 16 червня 2011 року. URL: <https://legalforum.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/kerivni-principi-oon.pdf>.

2. Конституція України : Основний Закон від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

3. Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини : Закон України від 23.12.1997 р. № 776/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/776/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

4. Національне оцінювання базових показників з питань бізнесу і прав людини. URL: <https://minjust.gov.ua/files/general/2019/07/10/20190710170838-51.pdf>.

5. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 № 853-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text>.

6. Про Національну стратегію у сфері прав людини : Указ Президента України від 24.03.2021 р. № 119. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119/2021#Text>.

7. Про затвердження плану дій з реалізації Національної стратегії у сфері прав людини на 2021-2023 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.06.2021 р. № 756-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/756-2021-%D1%80#Text>.

8. Десять принципів Глобального договору ООН. URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/desjat-principiv-gd-oon/>.

9. Рекомендація Rec (2016)3 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам про права людини та бізнес (прийнята Комітетом міністрів 02.03.2016 р. на 129-му засіданні Заступників міністрів). URL: [http://www.iepd.kiev.ua/wp-content/uploads/2018/11/%90%90%E7%90%F3%90\\_%90\\_%90\\_%90\\_%90%90%22\\_%91\\_%90%F3%91\\_.pdf](http://www.iepd.kiev.ua/wp-content/uploads/2018/11/%90%90%E7%90%F3%90_%90_%90_%90_%90%90%22_%91_%90%F3%91_.pdf).

10. Інформаційно-довідковий ресурс науково-практичних і нормативних матеріалів з питань бізнесу і прав людини. Офіційний Інтернет-сайт Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України». URL: [http://www.iepd.kiev.ua/?page\\_id=8524](http://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524).

**Анастасія ТОКУНОВА,**

*кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник,  
експерт Центру перспективних досліджень і  
співробітництва з прав людини в сфері економіки,  
Державна установа «Інститут економіко-правових  
досліджень імені В.К. Мамутова НАН України»*

## **ПОВАГА БІЗНЕСОМ ПРАВ ЛЮДИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ «ПЛАНЕТАРНОГО» АСПЕКТУ ПОРЯДКУ ДЕННОГО У СФЕРІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Сучасний період розвитку характеризується наявністю великої кількості викликів, які можуть трансформуватись як у позитивні, так і в суттєві негативні наслідки для всього світу. Кінцевий результат залежить від спроможності людства об'єктивно дивитись у майбутнє, виявляти вірні напрями руху та слідувати їм.

Нині документом, що відображає таке загально визнане бачення, є Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року (далі – Порядок денний - 2030), який закріплює прагнення «здійснити сміливі та перетворювальні кроки, які настійно потрібні для того, щоб вивести світ на траєкторію сталого та неухильного розвитку» [1]. При цьому планування, реалізація та досягнення бажаних результатів має відбуватися в контексті п'яти ключових аспектів: люди, планета, процвітання, мир та партнерство.

Також зазначений документ визначає сімнадцять Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР) та 169 завдань, які мають стимулювати діяльність у критично значущих сферах. Одним із найбільш відомих підходів до поєднання п'яти ключових аспектів із окремими ЦСР є підхід, який застосовується Організацією економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) для оцінювання «відстані» держав-членів до виконання завдань ЦСР із врахуванням наступного розподілу: люди (цілі 1-5), планета (цілі 6, 12, 13, 14 і 15), процвітання (цілі 7-11), мир (ціль 16) і партнерство (ціль 17) [2]. При цьому Програма ООН з довкілля (далі – ЮНЕП) також відзначає, що близько половини ЦСР безпосередньо зосереджено на довкіллі або спрямовано на стійкість природних ресурсів, а понад 86 завдань щодо реалізації ЦСР стосуються екологічної стійкості, включаючи принаймні одну з кожної з 17-ти ЦСР [3]. Тому в цій роботі особливу увагу приділено саме «планетарному» аспекту Порядку денного сталого розвитку до 2030 року. Незалежно від варіантів класифікації, вкрай важливим для

успішного руху вперед є те, що ЦСР та їх завдання «спрямовані на реалізацію прав людини для всіх» [1]. Визначним є також підхід щодо забезпечення участі різноманітних зацікавлених сторін у спільній «подорожі» з метою досягнення ЦСР, включаючи органи влади, бізнес, громадянське суспільство тощо.

Пункт 67 Порядку денного - 2030 визначає, що «приватна підприємницька, інвестиційна та інноваційна діяльність є головною рушійною силою продуктивності, всеохопного економічного зростання та створення робочих місць. Ми усвідомлюємо різноманітність приватного сектора, починаючи від мікропідприємств і закінчуючи кооперативами та багатонаціональними корпораціями. Ми закликаємо всіх підприємців задіяти їхній творчий та інноваційний потенціал для вирішення завдань у царині сталого розвитку. Ми сприятимемо розвитку динамічного і високо функціонального бізнесового сектора, захищаючи при цьому трудові права та дотримуючись стандартів у галузі охорони навколишнього середовища і здоров'я згідно з відповідними міжнародними нормами і угодами та іншими поточними ініціативами у цій сфері, як-от: Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини та трудові норми Міжнародної організації праці, Європейська конвенція з прав людини, для сторін цих угод» [1]. Таким чином, бізнесу надається значна роль у досягненні визначених цілей, а основою взаємовідносин підприємців із іншими акторами має стати повага прав людини.

Отже, метою цієї роботи є визначення ролі концепції поваги бізнесом прав людини як інструменту для реалізації «планетарного» аспекту Порядку денного - 2030.

Останнім часом питання, які відносяться до екологічного виміру, набули додаткової актуальності в Україні та знаходяться в центрі уваги як держави, так і громадянського суспільства. Водночас, цим питанням все більше уваги приділяється на міжнародному та міждержавному рівнях, в тому числі з боку Європейського Союзу (далі – ЄС). Враховуючи, що зараз у нашій країні відбувається процес оновлення національних політик і програм у «планетарному» аспекті, важливо виокремити та закріпити в цих документах питання застосування загальноновизнаних інструментів реалізації, поряд із відповідними стратегічними підходами, показниками тощо.

У широкому сенсі в межах «планетарного» аспекту Порядок денний - 2030 закріплює «рішучість захистити планету від деградації, щоб планета могла задовольняти потреби нинішнього і прийдешніх

покоління» [1], при цьому зазначаються наступні основні шляхи: раціональне споживання і виробництво, раціональне використання природних ресурсів та вжиття невідкладних заходів щодо зміни клімату.

Також наприкінці 2015 р., посилюючи реалізацію Рамкової конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату [4], було прийнято важливий міжнародний зобов'язуючий документ – Паризьку угоду [5]. Вона спрямована на «зміцнення глобального реагування на загрозу зміни клімату в контексті сталого розвитку та зусиль із викорінення бідності, у тому числі шляхом: а) стримання зростання глобальної середньої температури значно нижче 2° С понад доіндустріальні рівні і докладання зусиль з метою обмеження зростання температури до 1,5° С понад доіндустріальні рівні, визнаючи, що це суттєво знизить ризики та наслідки зміни клімату; б) підвищення здатності адаптуватися до несприятливих наслідків зміни клімату, а також сприяння опірності до зміни клімату та низьковуглецевому розвитку таким чином, щоб не ставити під загрозу виробництво продовольства; с) забезпечення узгодженості фінансових потоків із напрямом низьковуглецевого та опірного до зміни клімату розвитку» [5].

На сьогодні Україна, як і багато інших країн світу, значною мірою визнала для себе критичну важливість реалізації трансформаційних кроків у питаннях клімату, екології, оточуючого середовища. Так, у 2016 р. нашою країною було ратифіковано Паризьку угоду [6]. У 2019 р. Президентом України видано Указ «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [7], де визначено, що наша держава бере курс на забезпечення реалізації ЦСР на період до 2030 р. з урахуванням специфіки розвитку України, що викладена у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна». Варто зазначити, що у 2020 р. підготовлений і опублікований перший Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні [8]. У середині 2021 р. Україною було подано Оновлений національно визначений внесок України [9] до Паризької угоди, тощо.

Наприкінці 2021 р. Верховна Рада України у своєму Зверненні до Конференції ООН зі зміни клімату визначила пріоритети щодо якнайшвидшого створення та оновлення законодавства в частині запровадження ієрархії управління відходами і зменшення викидів парникових газів внаслідок скорочення обсягів захоронення відходів та рекультивациі існуючих полігонів твердих побутових відходів і сміттєзвалищ, «зеленої» трансформації промисловості та переходу

до системи інтегрованих дозволів на викиди, скиди забруднюючих речовин й утворення відходів відповідно до найкращих доступних технологій з метою зменшення промислового забруднення та скорочення викидів парникових газів. Окрім того, українське законодавство має передбачати впровадження національної системи торгівлі квотами на викиди парникових газів та системи енергозбереження й енергоефективності, скорочення обсягів споживання викопних видів палива, прискорення впровадження чистих технологій. Також необхідно законодавчо забезпечити реформування системи оподаткування викидів парникових газів, створення Українського кліматичного фонду та реформування екологічного контролю, збільшення площі лісів і збереження самосійних лісів та природних степових та лучних екосистем, зупинення деградації земель задля збільшення поглинання парникових газів, збереження біорізноманіття та впорядкування діяльності на територіях Смарагдової мережі [10]. Наведене вище дозволяє стверджувати, що державна політика України розвивається таким чином, щоб комплексно увібрати в себе існуючі міжнародні підходи в «планетарному» аспекті розвитку.

Як вже зазначалося, Порядок денний - 2030 та ЦСР великою мірою спрямовані на захист і реалізацію прав людини. Аналогічний акцент зроблено й у Паризькій угоді. Так, в ній визнається, що зміна клімату є спільною проблемою людства, і підкреслюється, що її Сторони, вдаючись до дій щодо розв'язання проблем зміни клімату, повинні поважати, заохочувати дотримання і брати до уваги свої відповідні зобов'язання щодо прав людини – права на здоров'я, прав корінних народів, місцевих громад, мігрантів, дітей, осіб із обмеженими можливостями та осіб, які знаходяться у вразливих обставинах, права на розвиток, а також гендерну рівність, розширення можливостей для жінок і справедливості між поколіннями [5]. При цьому обидва документи передбачають залучення до їх реалізації як публічного, так і приватного секторів в якості відповідальних і зацікавлених сторін.

Питання наявності належних інструментів для забезпечення поваги прав людини стає все більш нагальним для держав і бізнесу в контексті раціональних споживання, виробництва та використання природних ресурсів і життя невідкладних заходів щодо зміни клімату. Всі зазначені аспекти знаходять відображення в міжнародних документах. Так, на останній Конференції ООН зі зміни клімату низкою держав було прийнято Декларацію щодо підтримки



умов для справедливого переходу у міжнародному масштабі. Вона закріпила намір сприяти повазі прав людини відповідно до Загальної декларації прав людини ООН та закликала бізнес забезпечити відсутність порушень прав людини у ланцюгах постачання, у тому числі шляхом застосування корпоративної належної обачності відповідно до Керівних принципів ОЕСР щодо багатонаціональних підприємств, Керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини та Тристоронньої декларації щодо засад, які стосуються багатонаціональних корпорацій і соціальної політики [11]. Не менш важливим є й той факт, що у 2021 р. Робоча група ООН з питань прав людини і транснаціональних корпорацій та інших бізнес-підприємств встановила мету зробити повагу бізнесом прав людини основним елементом стратегій справедливого переходу та сталого розвитку як один із напрямів подальшої роботи в рамках Дорожньої карти щодо бізнесу та прав людини на наступне десятиріччя [12]. Така значна увага з боку міжнародного співтовариства не є випадковою, оскільки економічна діяльність бізнесу і держав, пов'язана з «планетарним» аспектом сталого розвитку.

Досліджуючи судову практику розгляду позовів проти корпорацій щодо шкоди для довкілля, які спрямовані на захист прав людини, Ж. Гартманн та А. Саварезі відзначають, що останнім часом зростання визнання відповідальності корпоративних суб'єктів у сфері прав людини та підзвітності поєднується зі збільшенням кількості судових процесів проти корпорацій, в основі яких – права людини. Національні та міжнародні судові органи все частіше стверджують, що підприємства «повинні поважати та захищати права людини, а також запобігати, пом'якшувати та брати на себе відповідальність за несприятливий вплив на права людини, безпосередньо пов'язаний з їхньою діяльністю»... А міжнародні органи з прав людини підкріплюють ці аргументи, встановлюючи, що корпоративна відповідальність поважати права людини існує «незалежно від того, чи наявні національні закони, і чи вони повністю виконуються на практиці» [13, 14].

З 2010 р. Ресурсний центр з питань бізнесу і прав людини (далі – Ресурсний центр) виявив 197 випадків порушення прав людини, пов'язаних із проєктами відновлюваної енергетики, та звернувся до 127-ми компаній із запитом про відповідь щодо цих випадків. Вони стосуються вбивств, погроз та залякувань, захоплення землі, небезпечних умов праці та заробітної плати за межею бідності, шкоди для життя та засобів до існування корінних народів. Ресурсний

центр навів аргументи щодо своїх звинувачень у порушенні прав людини, що відбувалися в кожному регіоні та в кожному з п'яти підсекторів розвитку відновлюваної енергетики: вітрової, сонячної, біоенергетики, геотермальної та гідроенергетики [15]. Більше того, 87% (20/23) провідних світових компаній, які займаються видобутком корисних копалин (кобальт, мідь, літій, марганець, нікель і цинк), необхідних для термінового переходу до низьковуглецевої економіки, пов'язані з порушеннями прав людини з 2010 р., як це викрито Ресурсним центром [16]. Так, за даними Трекеру мінералів переходу, який ведеться Ресурсним центром, у період з 2010 по 2020 рр. було виявлено 276 заяв про порушення прав людини [17]. Наведені тут та інші дані широко використовуються за кордоном при розробці державних і міждержавних стратегій та програм. Отже, у міжнародному співтоваристві поступово викарбовується узагальнений підхід, який поширюється і на реалізацію «планетарного» аспекту. В таких умовах вітчизняним законотворцям та розробникам державних політик слід брати до уваги нагальну потребу закріпити чітку позицію нашої держави щодо питання захисту і поваги прав людини у сфері бізнесу.

Розглядаючи дану тему, важливо також зауважити, що суттєвий вплив на реалізацію Україною «планетарного» аспекту сталого розвитку мають підходи, що розробляються та втілюються в ЄС. Зокрема, Національною економічною стратегією України на період до 2030 р. в якості напряму руху розвитку визначено такий орієнтир як декарбонізація економіки (підвищення енергоефективності, розвиток відновлюваних джерел енергії, розвиток циркулярної економіки та синхронізація із ініціативою «Європейський зелений курс» (далі – ЄЗК)) [18]. У 2020 р. було утворено Міжвідомчу робочу групу з питань координації подолання наслідків зміни клімату в рамках ініціативи ЄЗК зі статусом тимчасового консультативно-дорадчого органу Кабінету Міністрів України [19].

ЄЗК є дорожньою картою заходів, які перетворять ЄС на ефективну, стійку та конкурентоспроможну економіку, визначать засоби перетворення Європи на перший у світі кліматично нейтральний континент до 2050 р., стимулюючи розвиток економіки, покращення здоров'я та якості життя людей, а також трансформують кліматичні та екологічні виклики на можливості у всіх сферах і політиках ЄС, гарантуючи справедливий та інклюзивний характер зеленого переходу [20]. На перший погляд, Комюніке COM(2019)640 Європейської Комісії Європейському Парламенту, Європейській Раді,

Раді, Європейському Економічному і Соціальному Комітету та Комітету Регіонів, яким встановлюється первісний текст ЄЗК, не містить прямої вказівки на необхідність дотримання усього комплексу прав людини. Разом із тим, у ньому можна знайти відсилки на окремі права людини. Наприклад, у його вступі зазначено, що Зелений курс «спрямовано на захист, збереження та збільшення природного капіталу ЄС, а також захист здоров'я та добробуту громадян від ризиків та впливів, пов'язаних із навколишнім середовищем. Водночас цей перехід має бути справедливим та інклюзивним. Він повинен поставити людину на чільне місце, звернути увагу на регіони, галузі та працівників, які зіткнуться з найбільшими проблемами. Оскільки це принесе суттєві зміни, активна участь громадськості та впевненість у перехідному періоді є першочерговими у роботі та прийнятті відповідних політик. Потрібним є новий пакт, щоб об'єднати громадян у всьому їх розмаїтті, національні, регіональні та місцеві органи влади, громадянське суспільство і промисловість для тісної співпраці з інституціями та консультативними органами ЄС» [21]. Тож у тексті документу прямо йдеться про питання та права, передбачені статтями 19, 21, 22, 23, 25 Загальної декларації прав людини. Подібна риторика є притаманною й іншим частинам ЄЗК. Також у ЄЗК зазначено, що «необхідно приділяти особливу увагу, коли існують потенційні компроміси між економічними, пов'язаними з оточуючим середовищем, та соціальними цілями» [21]. При цьому багаторазово акцентується на особливому значенні соціальної складової та інклюзивності усіх процесів. Наступним аспектом, що характеризує ЄЗК, є приділення значної уваги ролі бізнесу. Це свідчить про те, що суб'єкти господарювання стають важливими стейкхолдерами у досягненні цілей ЄЗК. Не менш важливо відзначити, що ЄЗК позиціонується як невід'ємна частина стратегії Європейської Комісії щодо виконання Порядку денного - 2030 та ЦСР. Тож, незважаючи на те, що Зелений курс не містить прямого посилання на концепцію «бізнес і права людини», де-факто текст насичений відповідними відсиланнями щодо необхідності дотримання соціальної складової, забезпечення прав людини, в тому числі й з боку суб'єктів господарювання.

Таким чином, питання реалізації «планетарного» аспекту сталого розвитку у поєднанні з повагою прав людини постійно знаходиться у центрі уваги політики та розробки законодавства ЄС. При цьому визначний акцент робиться на ролі бізнесу та його відповідальності у цій сфері. Також відзначається, що стрибок між державними зобов'язаннями та корпоративною відповідальністю

стає більш проблематичним через часто навмисні прогалини у положеннях щодо відповідальності, які залишаються в екологічному законодавстві як на національному, так і на міжнародному рівнях [14]. У тому числі через це вже було запропоновано низку ініціатив стосовно необхідності імплементації питання поваги бізнесом прав людини у ЄЗК (див., наприклад, [22, 23]). Отже, існує тенденція щодо подальшого вдосконалення положень щодо бізнесу і прав людини в ЄЗК та супровідних ініціатив.

Слід також відзначити Резолюцію Європейського Парламенту 2018 року щодо сталого фінансування, у якій було подано завдання Європейській Комісії розробити пропозицію стосовно законодавства щодо загальної, обов'язкової системи належної обачності, яка включатиме обов'язок дбайливого ставлення, який має бути повністю запроваджений протягом перехідного періоду та з урахуванням принципу пропорційності [24]. У тому ж 2018 р. було видано Резолюцію щодо внеску ЄС до зобов'язуючого інструменту ООН щодо транснаціональних корпорацій та інших бізнес-підприємств з транснаціональними характеристиками стосовно поваги прав людини. У цьому документі було підкреслено, що виконання Порядку денного - 2030 передбачає, що економічний розвиток має йти пліч-о-пліч із соціальною справедливістю, належним управлінням, повагою прав людини, включаючи соціальні права та права на людську гідність і свободу для всіх, а також високих стандартів праці та навколишнього середовища; в той час як сталий розвиток, торгівля та права людини можуть впливати один на одного і підсилювати один одного [25]. Важливо, що на теперішній час послідовна реалізація внутрішньої та зовнішньої політики ЄС у згаданій сфері вже призвела до переходу на новий етап, а саме – розроблення відповідного законодавства. У процесі розроблення в ЄС знаходиться законодавча ініціатива щодо запровадження обов'язкової належної обачності щодо прав людини та навколишнього середовища. Європейський Парламент докладає значних зусиль до її просування. Так, у березні 2021 р. вийшла відповідна Резолюція, яка відобразила загальне бачення цього питання та рекомендації на адресу Європейської Комісії щодо змісту Директиви з питань корпоративної належної обачності та корпоративної відповідальності [26].

Для цілей цієї Директиви належну обачність слід розуміти як зобов'язання підприємства вживати всіх пропорційних і відповідних заходів та докладати зусиль у межах своїх можливостей, щоб запобігти негативному впливу на права людини, навколишнє

середовище або належне управління в їхніх ланцюгах створення цінності та усунення таких впливів, коли вони виникають. На практиці, належна обачність полягає у процесі, запровадженому підприємством з метою виявлення, оцінки, запобігання, пом'якшення, припинення, моніторингу, повідомлення, врахування, вирішення та усунення потенційних та/або фактичних негативних впливів на права людини, включаючи соціальні, трудові права, права профспілок, на навколишнє середовище, у тому числі внесок у зміну клімату, та на належне управління, у власних операціях та ділових відносинах у ланцюжку створення вартості [26]. Наведене вище визначення дозволяє в подальшому будувати нормативний акт навколо концепції взаємного впливу та поєднання питань прав людини та навколишнього середовища.

Важливо, також відзначити, що у п. 12 самої Резолюції підкреслюється, що стратегії належної обачності мають бути узгоджені з ЦСР і цілями політики ЄС у сфері прав людини та навколишнього середовища, включаючи ЄЗК, зобов'язаннями скоротити викиди парникових газів щонайменше на 55% до 2030 р., і міжнародною політикою Союзу, особливо Конвенцією про біологічне різноманіття та Паризькою угодою, та її цілями [26]. Також, у цій Резолюції зазначається, що майбутнє законодавство щодо корпоративної належної обачності та корпоративної відповідальності для європейських підприємств, як очікується, матиме екстериторіальні наслідки; таке законодавство вплине на соціальний, економічний та екологічний розвиток країн, що розвиваються, та їхні перспективи досягнення своїх ЦСР [26]. Така опора на міжнародні документи відображає комплексний підхід ЄС та подає чіткий сигнал для держав-партнерів щодо визначення пріоритетів у процесах сталого розвитку взагалі, і в «планетарному» аспекті в особливості.

Наведений аналіз міжнародних документів, політик і законодавчих ініціатив ЄС дозволяє зробити висновок, що реалізація «планетарного» аспекту розглядається у щільному зв'язку із питаннями забезпечення захисту та поваги прав людини. Цей факт є вкрай важливим для уваги розробників політик та законотворців тих держав, які мають чи планують забезпечувати більш тісну економічну співпрацю та стимулювати господарські відносини між вітчизняними суб'єктами господарювання і відповідними контрагентами, інвесторами та іншими партнерами з країн ЄС й інших світових лідерів.

Тому вбачається, що для України є доцільним впровадження

концепції поваги бізнесу до прав людини в контексті реалізації «планетарного» аспекту Порядку денного - 2030. Важливим, зокрема, є включення даного питання до порядку денного роботи над реалізацією Зеленого курсу в Україні (докладніше про процес його впровадження – див. [20]), а також до імплементації положень та перегляду стратегічних нормативно-правових документів України (зокрема, Енергетичної стратегії України до 2035 р., Національної стратегії управління відходами до 2030 р.; Національного плану управління відходами до 2030 р.; Стратегії державної екологічної політики України на період до 2030 р.; Концепції реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 р. та плану її реалізації, Стратегії екологічної безпеки та адаптації до зміни клімату на період до 2030 р. та інших).

### Список використаних джерел

1. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року, Резолюція Генеральної Асамблеї ООН від 25.09.2015, A/RES/70/1. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/sustainable-development-report/the-2030-agenda-for-sustainable-development.html>.

2. Measuring Distance to the SDG Targets 2019: An Assessment of Where OECD Countries Stand: Study OECD, 2019. URL: [https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8caf3fa-en/1/2/1/index.html?itemId=/content/publication/a8caf3fa-en&\\_csp\\_=1c51c432b7a7683f5a0142ba189c0c39&itemGO=oecd&itemContentType=book#section-d1e338](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/a8caf3fa-en/1/2/1/index.html?itemId=/content/publication/a8caf3fa-en&_csp_=1c51c432b7a7683f5a0142ba189c0c39&itemGO=oecd&itemContentType=book#section-d1e338).

3. The United Nations Environment Programme and the 2030 Agenda: Global Action for People and the Planet, UNEP. URL: [https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9851/-The\\_United\\_Nations\\_Environment\\_Programme\\_and\\_the\\_2030\\_Agenda\\_Global\\_Action\\_for\\_People\\_and\\_the\\_Planet-2015EO\\_Brochure\\_WebV.pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/9851/-The_United_Nations_Environment_Programme_and_the_2030_Agenda_Global_Action_for_People_and_the_Planet-2015EO_Brochure_WebV.pdf.pdf?sequence=3&isAllowed=y).

4. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату, Організація Об'єднаних Націй, 09.05.1992. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_044#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_044#Text).

5. Паризька угода, Організація Об'єднаних Націй, 12 грудня 2015 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_161#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_161#Text).

6. Про ратифікацію Паризької угоди: Закон України від 14 липня 2016 р. № 1469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/>

show/1469-19#n2.

7. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30 вересня 2019 року № 722/2019 // Офіційний вісник України. – 2019 р. – № 79. – С. 7. – Ст. 2712.

8. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні, 2020. URL: <https://ukraine.un.org/sites/default/files/2021-10/VNR%20SDG%20Ukraine%202020.pdf>.

9. Updated Nationally Determined Contribution of Ukraine to the Paris Agreement, submission date 31/07/2021. URL: [https://www4.unfccc.int/sites/ndcstaging/PublishedDocuments/Ukraine%20First/Ukraine%20NDC\\_July%2031.pdf](https://www4.unfccc.int/sites/ndcstaging/PublishedDocuments/Ukraine%20First/Ukraine%20NDC_July%2031.pdf).

10. Про Звернення Верховної Ради України до Конференції Організації Об'єднаних Націй зі зміни клімату, яка включатиме проведення 26-ї сесії Конференції Сторін Рамкової конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату, 16-ї сесії Конференції Сторін, яка є нарадою Сторін Кіотського протоколу, та 3-ї сесії Конференції Сторін, яка є нарадою Сторін Паризької угоди, Генеральної Асамблеї ООН, Європейського Союзу, Ради Європи, парламентських асамблей, Європейського Парламенту, Міжпарламентського союзу, інших регіональних і міжнародних організацій, урядів та парламентів іноземних держав, на підтримку глобальних цілей з питань зміни клімату: Постанова Верховної Ради України від 6 листопада 2021 р. № 1870-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1870-20#Text>.

11. Supporting the conditions for a just transition internationally, Declaration, 2021. URL: <https://ukcop26.org/supporting-the-conditions-for-a-just-transition-internationally/>.

12. UNGPs 10+. A roadmap for the next decade of Business and Human Rights. – UN Working Group on Business and Human Rights, Geneva, November 2021. URL: [www.ohchr.org/ungps10](http://www.ohchr.org/ungps10).

13. UN Committee on Economic, Social, and Cultural Rights 'General Comment No 24 (2017) on State obligations under the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights in the context of business activities' UN Doc E/C.12/GC/24 (10 August 2017) para 5.

14. Hartmann J., Savaresi A. Corporate actors, environmental harms and the Draft UN Treaty on Business and Human Rights: History in the making? // Questions of International Law, Zoom-in 83 (2021), p. 27-46. URL: <http://www.qil-qdi.org/corporate-actors-environmental-harms->

and-the-draft-un-treaty-on-business-and-human-rights-history-in-the-making/.

15. Renewable Energy & Human Rights Benchmark Key Findings from the Wind & Solar Sectors, Report. Business & Human Rights Resource Centre, 2020. URL: [https://media.business-humanrights.org/media/documents/files/Renewable\\_Energy\\_Benchmark\\_Key\\_Findings\\_Report.pdf](https://media.business-humanrights.org/media/documents/files/Renewable_Energy_Benchmark_Key_Findings_Report.pdf).

16. Why the European Green Deal must be grounded in respect for human rights. Business & Human Rights Resource Centre, 2020. URL: <https://www.business-humanrights.org/en/blog/why-the-european-green-deal-must-be-grounded-in-respect-for-human-rights/>.

17. Transition Minerals Tracker: Global analysis of human rights policies and practices. Business & Human Rights Resource Centre, 2020. URL: [https://media.business-humanrights.org/media/documents/2021\\_Transition\\_Minerals\\_Tracker\\_Monday\\_w\\_numbers\\_updated.pdf](https://media.business-humanrights.org/media/documents/2021_Transition_Minerals_Tracker_Monday_w_numbers_updated.pdf).

18. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179 // Офіційний вісник України. – 2021. – № 22. – С. 45. – Ст. 1045.

19. Про утворення міжвідомчої робочої групи з питань координації подолання наслідків зміни клімату в рамках ініціативи Європейської Комісії «Європейський зелений курс»: Постанова Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 33. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/33-2020-%D0%BF#Text>.

20. Європейський зелений курс (European Green Deal) // Офіційний сайт Представництва України при Європейському Союзі. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobitnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda>.

21. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions (COM(2019) 640 final). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1576150542719&uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>.

22. Hogvarth E. Why the European Green Deal must be grounded in respect for human rights. URL: <https://www.business-humanrights.org/en/blog/why-the-european-green-deal-must-be-grounded-in-respect-for-human-rights/>.

23. European climate law – achieving climate neutrality by 2050.



URL: [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12108-European-climate-law-achieving-climate-neutrality-by-2050\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12108-European-climate-law-achieving-climate-neutrality-by-2050_en).

24. On sustainable finance, the European Parliament resolution, 2018/2007(INI), 29.05.2018. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0215\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0215_EN.html).

25. On the EU's input to a UN Binding Instrument on transnational corporations and other business enterprises with transnational characteristics with respect to human rights, the European Parliament resolution, (2018/2763(RSP), 04.10.2018. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0382\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0382_EN.html).

26. On corporate due diligence and corporate accountability, the European Parliament resolution with recommendations to the Commission, (2020/2129(INL)), 10.03.2021. URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0073_EN.html).

**Олена УВАРОВА,**

*кандидат юридичних наук, доцент,  
голова Міжнародної лабораторії з бізнесу і прав людини,  
доцент кафедри теорії і філософії права, Національний  
юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

## **БІЗНЕС І СТАЛІСТЬ: РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТІВ У ПРОСУВАННІ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ, ОРІЄНТОВАНИХ НА ПРАВА ЛЮДИНИ**

У 2021 році Керівним принципам ООН з питань бізнесу і прав людини (далі – Керівні принципи) виповнилось 10 років [1]. Керівні принципи визначають обов'язок держави захищати права людини від порушень з боку третіх осіб, перш за все, бізнес-суб'єктів (Основа I), корпоративне зобов'язання поважати права людини (Основа II) і вказують на необхідність забезпечення, як бізнесом, так і державою доступу до засобів правового захисту та поновлення порушених прав і відшкодування нанесеної шкоди внаслідок господарської діяльності (Основа III). Ця рамка основ також закликає уряди розробляти, забезпечувати ефективну дію й оновлювати Національні плани дій з бізнесу і прав людини (далі – НПД).

За 10 років своєї дії Керівні принципи здобули визнання як авторитетний міжнародний спільний документ у сфері бізнесу і прав людини, що встановлює чіткі принципи, адресовані державам і компаніям щодо попередження і реагування на факти порушень прав людини, зумовлені господарською діяльністю [2], і «сприяє соціалізації норм прав людини у бізнес-середовищі, що є необхідною умовою для забезпечення корпоративної поваги, а також корпоративної відповідальності у сфері прав людини» [3]. Протягом цих років Керівні принципи були інтегровані в національні політики за допомогою НПД, у корпоративні політики та програми, такі як Політика з прав людини та оцінка ризиків у сфері прав людини, у значну кількість стандартів і контрольних показників, а також у рейтинги сталого розвитку.

ЄС демонструє значний прогрес у впровадженні Керівних принципів як в ЄС, так і в країнах, що не входять до ЄС, завдяки своїй взаємодії з ними. ЄС зобов'язався підтримувати глобальні зусилля щодо впровадження Керівних принципів, у тому числі шляхом сприяння розробці та реалізації НПД, просування відповідних стандартів належної обачності та роботи над всеосяжною структурою з імплементації Керівних принципів. Ця робота проводиться в рамках

Плану дій ЄС з прав людини та демократії на 2020-2024 роки [4]. ЄС працює над покращенням розумного поєднання добровільних та обов'язкових дій, щоб заохочувати політику відповідального ведення бізнесу (Responsible Business Conduct), включаючи аналітичну та консультативну роботу в таких сферах політики як належна обачність у сфері навколишнього середовища та прав людини, нефінансова звітність та доступ до засобів правового захисту для жертв порушень [5].

Держави-члени ЄС є ключовою рушійною силою впровадження Керівних принципів і, зокрема, переходу до обов'язкових процедур належної обачності у сфері прав людини. Кілька держав-членів ЄС, таких як Франція, Німеччина та Нідерланди, вже запровадили обов'язкове законодавство про належну обачність до своїх національних правових систем та надали доступ до процедур правового захисту [6].

10 березня 2021 року Європейський Парламент ухвалив резолюцію з рекомендаціями Європейській Комісії стосовно схвалення законодавчої пропозиції щодо обов'язкової належної обачності у ланцюгах поставок.

Європейська Зелена Угода (*Green Deal*) визначила Дорожню карту дій, які мають перетворити економіку Європейський Союз на ефективну, стійку та конкурентоспроможну, що вимагає від урядів і компаній звертати увагу на екологічні наслідки їхньої діяльності. Це дає можливість використати імпульс фінансового сектора з питань навколишнього середовища, соціальних питань та врядування (ESG) і узгодити «S» в ESG із вимогами до ефективності Керівних принципів ООН з питань бізнесу і прав людини [7].

Незважаючи на такий потужний тренд в ЄС, Україна, як і інші країни Східного партнерства, все ще залишаються поза межами цього набираючого оберти руху урядів і компаній, які використовують Керівні принципи як мінімальні стандарти [8]. Адже вони формують належне корпоративне середовище для бізнесу, щоб докласти значних зусиль для інклюзивного розвитку та «не залишати нікого позаду» [9], переорієнтовують бізнес-моделі на відповідальне ведення бізнесу, охорону навколишнього середовища; формують корпоративну відповідальність щодо поваги прав людини та верховенства права.

Інтеграція українських вищих навчальних закладів до європейського наукового і викладацького простору з питань бізнесу

і прав людини є одним із рушіїв для покращення ситуації з правами людини в регіоні та сприяння зеленому, сталому розвитку. Слід зазначити, що у деяких країнах регіону, зокрема в Україні, головні зусилля щодо імплементації Керівних принципів були здійснені науковцями. У 2017 році Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого розпочав академічні, а згодом також практичні дискусії щодо Керівних принципів ООН з питань бізнесу і прав людини [10] (із залученням представників країн Східного партнерства та не тільки [11]) і сприяв проведенню Національної базової оцінки України з питань бізнесу і прав людини.

Спрямованість університетів на сприяння впровадженню в Україні орієнтованих на права людини бізнес-моделей є важливою для:

- підвищення якості вищої освіти шляхом включення до навчальних програм вищих навчальних закладів компоненту з відповідального ведення бізнесу, зокрема дотримання процедур належної обачності щодо прав людини та екологічної безпеки, та посилення актуальності цих питань для ринку праці та суспільства;

- пропагування інклюзивної освіти, рівності, справедливості, недискримінації. Зокрема, у контексті негативного впливу бізнесу на права людини увага має приділятися найбільш уразливим групам населення в країні і в регіоні: людям із сімейними обов'язками (особливо жінкам); людям похилого віку; людям з інвалідністю; ЛГБТІК+; дітям і молоді (особливо без досвіду роботи); внутрішньо переміщеним особам; людям, які проживають у сільській місцевості; людям, які живуть з ВІЛ/СНІД; національним меншинам (зокрема, ромам); людям, які проживають поблизу зони конфлікту; бездомним особам; особам, які були звільнені з місць позбавлення волі; мігрантам, особливо трудовим мігрантам;

- посилення уваги до гендерного компоненту корпоративної відповідальності у сфері дотримання прав людини. Ключовою проблемою корпоративної діяльності є визнання існування гендерних норм, закладених у наше повсякденне життя, складних культурних стереотипів, дисбалансу влади в державних і приватних відносинах. Хоча сама компанія не може змінити контекст, вона повинна усвідомлювати й визнавати ситуації, які підвищують уразливість жінок чи їхніх конкретних груп у порівнянні з іншими учасниками тієї ж сфери відносин. Компанія повинна переконатися, що її діяльність не сприяє розвитку існуючої негативної практики, і що

компанія не отримує користь від наявних стереотипів або гендерної нерівності [12].

Бізнес-сектор вже потребує нового типу спеціалістів із компетенцією у сфері бізнесу і прав людини, оскільки це робить компанії більш конкурентоспроможними на ринку. Протягом останніх 3-5 років ми бачимо значний рух до нової глобальної бізнес-моделі та нового «мислення щодо бізнесу та прав людини» з боку інвесторів і споживачів. «Бізнес і права людини, по суті, вказує на переорієнтацію ролі та цілей корпорацій у суспільстві» [13]. Організації громадянського суспільства контролюють функціонування компаній з точки зору дотримання прав людини. Інвестори, які кілька років тому зосередилися на захисті екології та навколишнього середовища, тепер приділяють все більше уваги соціальним питанням. Розробляються інструменти інвесторів для оцінки можливих ризиків негативного впливу бізнесу на права людини, активно розробляються стратегії ESG (довкілля, соціальні питання, управління) [14]. Тому компанії все більше відчувають необхідність відповідати вимогам міжнародних інвесторів, у тому числі щодо дотримання прав людини, відповідати очікуванням суспільства в цілому.

У той же час, реалізація рамки ООН «бізнес і права людини» недостатньо розвинена в країнах регіону Східної Європи. І дискусії щодо ролі корпорацій у суспільстві та того, що охоплює їхня відповідальність у сфері прав людини, все ще є відносно новими в науковому світі. Статус-кво з питань бізнесу і прав людини у регіоні дуже залежить від низького рівня захисту прав людини та верховенства права. Періоди недемократичних режимів, обмежена конкуренція в ключових галузях; сильний державний контроль над усіма економічними процесами та велика частка участі держави в економіці (державні підприємства тощо), призвели до відсутності у бізнеса традицій брати на себе відповідальність та відсутності відповідних очікувань з боку суспільства.

Згідно з дослідженням, яке включало кабінетне дослідження та напівструктуровані інтерв'ю з ключовими зацікавленими сторонами з усіх країн регіону Східної Європи та Центральної Азії, проведеного у 2021 р. Беатою Фарачик (Польський інститут прав людини та бізнесу), д-ром Єрнеєм Летнарком Чернічем (Університет Нова, Словенія), та мною [15], цей регіон стикається з багатьма проблемами. Серед них наступні: проблеми забезпечення корпоративної відповідальності у сфері прав людини, зокрема у сфері праці (неформальна зайнятість, незахищений статус працівників, гендерний розрив в оплаті праці та

гендерна сегрегація ринку праці, безробіття молоді, заборгованість із заробітної плати, слабкі гарантії свободи об'єднання та права на колективні переговори, примусова праця); безпека та належні умови праці; екологічна безпека; насильство та переслідування правозахисників; дискримінаційна практика як частина окремих бізнес-моделей (наприклад, дискримінаційна реклама, відсутність розумного пристосування); відсутність ефективних механізмів комунікації між місцевими громадами та бізнесом тощо. Відсутність доступу до ефективних державних і недержавних засобів захисту підвищує вразливість носіїв прав у ситуаціях зловживань з боку бізнесу.

При цьому прикладів освітніх курсів з питань бізнесу і прав людини та інших освітніх заходів у регіоні дуже мало. Відповідний курс було введено до навчального плану Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого у 2019 році (факультативний курс для студентів юридичного факультету), а також в Університеті New Vision (Грузія) у 2021 році (обов'язковий для спеціальності "Менеджмент"). При цьому якщо курс вводиться як факультативний, то кількість студентів, які його обирають, є незначною, оскільки вони не відчувають попиту з боку суспільства на такі знання та практичні навички. Деякі університети проводять періодичні освітні заходи нахшталт сертифікаційних програм (наприклад, «Права людини в бізнес-середовищі» в Центрі верховенства права Українського католицького університету; «Бізнес, корпорації та права людини» в Національному юридичному університеті імені Ярослава Мудрого за участю судді Європейського Суду з прав людини Пінту де Альбукерке). Окремі елементи рамки ООН «бізнес і права людини» університети включають до інших курсів (Київський інститут міжнародних відносин, дисципліна «Соціальні аспекти розвитку міжнародного бізнесу» за спеціалізацією «Міжнародний бізнес», кваліфікація «Економіст-міжнародник»; НТУ «КПІ ім. І. Сікорського», факультет соціології та права «Права людини в бізнесі», курс за вибором; КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, кафедра міжнародного та європейського права, програма бакалавра «Міжнародне право», магістерська програма «Міжнародне комерційне право», факультативний курс «Захист прав права людини в міжнародних комерційних відносинах» тощо) [16].

Університети мають приділити особливу увагу сприянню розвитку сталих бізнес-моделей, заснованих на правах людини. Це дозволить:

- (1) нарощувати потенціал українських університетів щодо

дослідження та викладання питань бізнесу та сталого розвитку на основі досвіду, компетенції та передової практики університетів держав-членів ЄС;

(2) створювати відповідні міждисциплінарні та трансдисциплінарні дослідницькі партнерства, спрямовані на вивчення проблематики у сфері бізнесу і прав людини;

(3) налагоджувати співпрацю між університетами, бізнес-сектором та організаціями громадянського суспільства для співпраці з питань бізнесу та прав людини;

(4) зміцнювати знання та навички щодо бізнесу та сталого розвитку шляхом підвищення рівня компетенцій, навичок та потенціалу працевлаштування студентів шляхом розробки нових та інноваційних освітніх програм.

### Список використаних джерел

1. Stocktaking on the 10th anniversary of the UNGPs. URL: <https://www.ohchr.org/EN/Issues/Business/Pages/UNGPS10.aspx>. See also Business and Human Rights week initiated by the Ukrainian Parliament Commissioner for Human Rights within the Business and Human Rights Week on 10th Anniversary of the UN Guiding Principles in Business and Human Rights. URL: <https://www.ombudsman.gov.ua/files/marina/%D0%A2%D0%B8%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%20%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8%20%D1%83%20%D1%81%D1%84%D0%B5-%D1%80%D1%96%20%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83.pdf>.

2. Concept Note 10th United Nations Forum on Business and Human Rights 29 November –1 December 2021 The next decade of business and human rights: increasing the pace and scale of action to implement the Guiding Principles on Business and Human Rights. URL: <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/2021ForumConceptNote.pdf>.

3. Surya Deva, From «business or human rights» to «business and human rights»: what next?, Research handbook on human rights and business, 2020, p. 3.

4. Joint Communication to the European Parliament and the Council EU Action Plan on Human Rights and Democracy 2020-2024. URL: <https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:e9112a36-6e95-11ea->

b735-01aa75ed71a1.0002.02/DOC\_4&format=PDF.

5. EU Annual Report on Human Rights and Democracy in the World 2020. URL: [https://eeas.europa.eu/sites/default/files/eeas\\_annual\\_report\\_humanity\\_2021\\_web.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/default/files/eeas_annual_report_humanity_2021_web.pdf).

6. Dafina Gercheva, Nicolaj Sonderbye. Responsible business conduct accelerates social and economic development. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/en/home/blog/2021/responsible-business.html>.

7. Див. Putting the “S” in ESG: Measuring Human Rights Performance for Investors, Casey O’Connor and Sarah Labowitz, 2017, NYU Stern Center for Business and Human Rights. URL: <https://static1.squarespace.com/static/547df270e4b0ba184dfc490e/t/58cad912e58c6274180b58b6/1489688854754/Metrics-Report-final-1.pdf>. VII. See also Swetha Venkataramani “The ESG Imperative: 7 Factors for Finance Leaders to Consider”, Available at: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/the-esg-imperative-7-factors-for-finance-leaders-to-consider>.

8. Legally Binding Instrument to Regulate, in International Human Rights Law, the Activities of Transnational Corporations and other Business Enterprises. OEIGWG Chairmanship Third Revised Draft of 17.08.2021. URL: <https://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/HRCouncil/WGTransCorp/Session6/LBI3rdDRAFT.pdf>.

9. Leave no one behind (LNOB) is the central, transformative promise of the 2030 Agenda for Sustainable Development and its Sustainable Development Goals (SDGs). It represents the unequivocal commitment of all UN Member States to eradicate poverty in all its forms, end discrimination and exclusion, and reduce the inequalities and vulnerabilities that leave people behind and undermine the potential of individuals and of humanity as a whole. URL: <https://unsdg.un.org/2030-agenda/universal-values/leave-no-one-behind>.

10. The first round table «Business human rights responsibilities: the experience of the countries of V4 and Baltic states» in 2017. URL: <http://bhr.in.ua/project-2017/> with presentation of the first pilot report on BHR in Ukraine. URL: <http://bhr.in.ua/%d0%b1%d0%b8%d0%b7%d0%bd%d0%b5%d1%81-%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%b0-%d1%87%d0%b5%d0%bb%d0%be%d0%b2%d0%b5%d0%ba%d0%b0-%d0%b2-%d1%83%d0%ba%d1%80%d0%b0%d0%b8%d0%bd%d0%b5-%d0%bf%d0%b8%d0%bb%d0%be/>; the Panel discussion on BHR in Ukraine with participation of speakers from more than 15 countries. URL: <http://bhr.in.ua/business-and-human-rights-implementing-ungps-in->



ukraine/.

11. The agenda of the Panel discussion in 2021. URL: [https://legalforum.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/09/bhrinua\\_eng0809.docx.pdf](https://legalforum.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/09/bhrinua_eng0809.docx.pdf).

12. Див. Ganna Khrystova and Olena Uvarova, Gender Component of Internal Displacement in Ukraine: A Case of Business (In)Capability to Localize Human Rights Impact Assessment, *Business and Human Rights Journal* (2022), 1–8 doi:10.1017/bhj.2021.52.

13. Surya Deva, *Ibid.*, p. 12.

14. Див. Putting the “S” in ESG: Measuring Human Rights Performance for Investors Casey O’Connor and Sarah Labowitz, 2017 NYU Stern Center for Business and Human Rights. URL: <https://static1.squarespace.com/static/547df270e4b0ba184dfc490e/t/58cad912e58c6274180b58b6/1489688854754/Metrics-Report-final-1.pdf>.

15. Готується до друку. Дослідження презентоване під час Панельної дискусії «Business and Human Rights: Searching Sustainable Models» у межах Харківського міжнародного юридичного форуму, 21 вересня 2021 року. URL: <https://legalforum.nlu.edu.ua/en/events/business-and-human-rights/>, Відео доступне: <https://youtu.be/5d0cOEwKMns>. Дослідження було також презентовано на Другому форумі з бізнесу і прав людини у Східній Європі і Центральній Азії на сесії «Setting the Scene: Regional BHR Trends, Challenges, and Opportunities» (11 листопада 2021 р.). URL: <https://www.businesshumanrights-ecis.com/>.

16. Огляд курсів з бізнесу і прав людини було підготовлено і презентовано під час Харківського юридичного форуму Катериною Буряковською. Див. Круглий стіл «Business and Human Rights in Economics and Law Specialties», 20 вересня 2021 року. URL: <https://legalforum.nlu.edu.ua/en/events/business-and-human-rights-in-economics-and-law-specialties/>.

**Наталія ШАКУРО,**  
Надзвичайний і Повноважний Посланник

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ПРОБЛЕМИ ПРАВ ЛЮДИНИ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ (МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ)**

Новітні інформаційні технології та штучний інтелект внесли кардинальні зміни у розвиток багатьох сфер сучасного життя. Значно скорочено час на всі операційні процеси, активізована і видозмінена комунікація між людьми та інституціями, ми спостерігаємо прискорення і динаміку в усьому і всюди.

Однак змінились не тільки процеси, змінилось й ставлення людства до них. Людське існування у соціальному середовищі сьогодні тісно пов'язане з вмінням і навичками у сфері інформаційних технологій. При цьому людина стала залежною як від рівня власного забезпечення сучасними комунікаційними і цифровими засобами, необхідними їй для задоволення своїх соціальних потреб, так і від рівня захисту даних та дотримання прав людини і етичних принципів, які держава зобов'язана забезпечувати, вимагаючи від членів суспільства реалізації певних обов'язків, а також надаючи їм адміністративні послуги.

Заміна паперових носіїв цифровими, заміна живого спілкування за схемою *громадянин – надавач адміністративних послуг* інформаційними технологіями тощо, стали звичною ознакою сучасного життя у багатьох, особливо технологічно розвинутих країнах світу.

Перевагами таких явищ є, перш за все, швидкість та економія часу, а недоліками – залежність від технічного стану інформаційних засобів, обмеженість варіантів можливих відповідей, на які очікує користувач, часто відсутність зворотного зв'язку у спілкуванні з надавачем адміністративних послуг, а головне – вразливість з точки зору захисту персональних даних, втручання у приватне життя тощо.

Як вважають в Раді Європи, штучний інтелект матиме такий вплив на наше суспільство, який ми навряд чи уявляємо. Аргументами, які звучать на користь алгоритмів, є, зокрема, наступні: вони можуть визначати найкращих кандидатів на роботу, допомагати лікарям у встановленні медичних діагнозів або допомагати юристам готуватися до судових засідань. Уже в 1980-х роках нові

технології допомагали людям з високим рівнем знань вирішувати багато різноманітних задач. Однак на поточному етапі розвитку інформаційних технологій та штучного інтелекту комп'ютерні системи все більше здатні самостійно виконувати надзвичайно складні завдання, але їх конструктори не завжди можуть у повній мірі зрозуміти процеси, які призводять до певних дій цих систем [1].

Саме тому прийняття суттєвих рішень має здійснюватися людьми.

Так само алгоритмічні технології не можна розвивати без встановлення чітких меж, за якими є ризики дискримінації, порушення приватності, безпеки чи гідності, обмеження свободи вираження поглядів або маніпулювання думками.

Як зазначається у Рекомендації Парламентської асамблеї Ради Європи 2102 (2017) [2], конвергенція між нанотехнологіями, біотехнологіями, інформаційними технологіями та когнітивними науками і швидкість, з якою застосування нових технологій виходить на ринок, мають наслідки не лише для прав людини та способу їх реалізації, а й для фундаментального розуміння того, які риси характеризують людину.

Поширення нових технологій та їх застосування стирає межі між онлайнною та офлайнною діяльністю, між фізичним і віртуальним, між природним і штучним світом, між реальністю і віртуальністю.

Парламентська асамблея нагадує про принцип, закріплений у статті 2 Конвенції про захист прав і гідності людини щодо застосування біології та медицини, яка підтверджує першість людини, її першочергову цінність, заявляючи, що «інтереси та благополуччя окремої людини превалюють над виключними інтересами усього суспільства або науки» [3].

Очевидно, що штучний інтелект, який широко застосовується у сфері бізнесу, не може не впливати на соціальну відповідальність великих суб'єктів господарювання (компаній та підприємств). При впровадженні алгоритмічних систем у господарську діяльність її суб'єкти мають прорахувати не лише переваги, які вони дають в адміністративних, виробничих, споживчих та інших процесах, але також і ризики їх негативного впливу на права людини як споживачів товарів і послуг цих компаній і підприємств, такі і їхнього персоналу. Також ці ризики можуть стосуватися й іншої категорії людей, наприклад, населення громад, яке проживає на території, де розташовані такі підприємства і компанії, а також і суспільства в

цілому.

Серед прав, які можуть бути піддані таким ризикам у процесі застосування штучного інтелекту – це право на приватність, на безпечні умови праці та проживання, гендерна рівність, заборона дискримінації тощо.

У Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи від 8 квітня 2020 року щодо прав людини і алгоритмічних систем [4], зазначається, що держави-члени РЄ повинні забезпечити відповідність застосовній законодавчій та нормативній базі й гарантувати процедурні, організаційні та матеріальні гарантії і доступ до ефективних засобів правового захисту стосовно всіх відповідних суб'єктів, одночасно сприяючи середовищу, в якому технологічні інновації поважають права людини та відповідають вимогам, щоб усі обмеження прав людини були необхідними і пропорційними в демократичному суспільстві та реалізувалися відповідно до закону.

Також зазначається, що суб'єкти приватного сектору, відповідно до Керівних принципів Організації Об'єднаних Націй з питань бізнесу і прав людини [5], мають корпоративну відповідальність поважати права людини своїх клієнтів і всіх можливих постраждалих сторін. Для цього слід використовувати гнучкі моделі управління, які гарантують швидке і ефективне відшкодування та можливості для відшкодування у разі порушень прав людини.

Також разом із згаданою Рекомендацією Комітет міністрів РЄ ухвалив Керівні принципи щодо вирішення проблем впливу алгоритмічних систем на права людини. Відповідно до цих принципів суб'єкти господарювання приватного сектору, які займаються проектуванням, розробкою, продажем, розгортанням, впровадженням та обслуговуванням алгоритмічних систем як у державній, так і в приватній сфері, повинні проявляти належну обачність щодо прав людини.

Комітет міністрів рекомендує державам-членам забезпечити за допомогою відповідної законодавчої та наглядової бази, пов'язаної з алгоритмічними системами, що суб'єкти приватного сектору, які беруть участь у проектуванні, розробці та поточному розгортанні таких систем, дотримувались чинного законодавства та виконували свої обов'язки щодо поваги прав людини відповідно до Керівних принципів ООН з питань бізнесу і прав людини та відповідних регіональних і міжнародних стандартів.

Отже, штучний інтелект як удосконалена форма цифрових

технологій потребує особливої уваги з точки зору етики та прав людини. Адже людський інтелект пов'язаний з тим, що прийнято називати душею, і незмінно на результати його функціонування впливають людські позитивні та негативні емоції, здатність до співпереживання. Штучний інтелект позбавлений таких «моральних» рецепторів. І хоча він сам є продуктом людського інтелекту, він не може замінити процеси прийняття рішень саме людиною у багатьох сферах, а його застосування має здійснюватися під належним контролем людини.

Саме на етичні аспекти застосування штучного інтелекту звернула увагу Організація Об'єднаних Націй з питань науки, культури і освіти – ЮНЕСКО, що є цілком природньо. ЮНЕСКО опікується питаннями науки і освіти при тому розумінні, що вони тісно пов'язані з правами людини. Відповідно питання розвитку і застосування штучного інтелекту з точки зору компетенції ЮНЕСКО вирішуються у тісному зв'язку із загальноприйнятими принципами прав людини і верховенства права.

Ніщо, що створюють сучасні наука і технології, не повинно негативно впливати на людство та перешкоджати або загрожувати його існуванню. Наука і технології мають слугувати виключно соціальному прогресу і утвердженню прав людини.

Саме з цих фундаментальних концептів виходила ЮНЕСКО, коли її Генеральна конференція на 40-й сесії в листопаді 2019 року ухвалила рішення про розроблення міжнародного стандартного інструменту з етики штучного інтелекту в формі рекомендації. Відтоді в ЮНЕСКО розпочалась багатодисциплінарна та багатокультурна діяльність з метою підготовки Рекомендації щодо етичних аспектів штучного інтелекту [6]. До цієї роботи, яка тривала два роки, було залучено велику кількість експертів із держав-членів ЮНЕСКО, національних і міжнародних експертних і наукових інституцій. Вони працювали у форматі Спеціальної робочої групи ЮНЕСКО. Перша версія проєкту тексту Рекомендації щодо етичних аспектів штучного інтелекту, підготовленого цією Експертною групою у травні 2020 року, істотно змінилася після подальшого обширного процесу онлайн-консультацій з багатьма зацікавленими сторонами, що відбувався з кінця червня до початку серпня 2020 року. Ці консультації мали вирішальне значення для розроблення всеосяжного, інклюзивного та плюралістичного проєкту тексту, який був повинний відображати інтереси, проблеми та погляди різних зацікавлених сторін, залучених до застосування штучного інтелекту. Попередній звіт і проєкт

Рекомендації у вересні 2020 року були надані державам-членам для їхніх коментарів.

На своїй 41-й сесії, яка проходила у Парижі у листопаді 2021 року, Генеральна конференція ЮНЕСКО ухвалила Рекомендацію щодо етичних аспектів штучного інтелекту. При цьому ЮНЕСКО керувалася положеннями свого Статуту, які проголошують завданням цієї організації зміцнення світу та безпеки шляхом розширення співробітництва народів у галузі освіти, науки, культури, комунікацій та інформації в інтересах заохочення всебічної поваги, справедливості, законності та прав людини, а також основоположних свобод, проголошених для всіх народів.

Ця Рекомендація була підготовлена в рамках глобального підходу на основі міжнародного права і призвана забезпечити повагу до людської гідності і прав людини, а також гендерну рівність, соціальну та економічну справедливість, фізичне і психічне благополуччя людей, різноманітність, взаємозв'язок, інклюзивність, екологічну безпеку та захист середовища життєдіяльності. Вона має на меті направляти процес розвитку технологій на основі штучного інтелекту у соціально відповідальне русло.

У документі враховано, що технології штучного інтелекту здатні принести людству величезну користь, а їх перевагами можуть скористатися всі країни. Однак привертається увага, що при застосуванні таких технологій виникають фундаментальні питання етичного порядку, що стосуються, зокрема, упередженості, яку ці технології можуть породжувати та посилювати. Це, своєю чергою, потенційно може призвести до дискримінації, нерівності, цифрового розриву та маргіналізації, ставити під загрозу культурну, соціальну та біологічну різноманітність і посилювати соціальне чи економічне розшарування.

Так само як і Рада Європи, ЮНЕСКО вважає, що існує необхідність забезпечення прозорості та зрозумілості роботи алгоритмів і даних, на основі яких проводиться навчання інтелектуальних систем; та потенційні наслідки їх застосування, зокрема з погляду поваги до людської гідності, прав людини та основоположних свобод, гендерної рівності, демократії, участі у соціально-економічних, політичних і культурних процесах, наукової та інженерної практики, захисту прав тварин, а також стану навколишнього середовища й екосистем.

Водночас є визнання того, що технології на основі штучного інтелекту можуть погіршити існуючі у світі розбіжності та нерівність

як усередині країн, так і між ними, і що принципи справедливості, довіри та неупередженості повинні бути гарантією того, що жодна країна та жодна людина не виявиться у програші ані з точки зору можливостей для справедливого доступу до цифрових технологій, ані в плані захисту від негативних наслідків їх застосування.

Рекомендації ЮНЕСКО та Ради Європи розкривають проблеми і ризики застосування штучного інтелекту в публічному та приватному секторах життєдіяльності держави і суспільства та пропонують стандарти для забезпечення прав людини у цьому процесі. Ці стандарти мають вирішальне значення для забезпечення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання (передусім, великих компаній і підприємств), які все більш активно розвивають і використовують сучасні технології, включаючи штучний інтелект.

Отже, вони мають зобов'язання поважати міжнародно визнані права людини та основоположні свободи своїх клієнтів й інших зацікавлених сторін, які можуть будь-яким чином постраждати від їхньої діяльності. Ця відповідальність існує незалежно від спроможності чи бажання держав виконувати їхні зобов'язання у сфері прав людини. У рамках виконання цього обов'язку суб'єкти господарювання повинні вживати постійних, проактивних та реагуючих кроків, щоб гарантувати, що вони не спричиняють порушень прав людини і не сприяють таким діям з боку третіх осіб (у тому числі в їх ланцюжках постачання), а також щоб їхні дії, включаючи ті, які пов'язані з інноваційними процесами, відповідали принципам поваги прав людини. Вони також повинні керуватися розумінням своєї відповідальності перед усім суспільством і усвідомленням цінностей демократичного суспільства, що актуалізовані в Порядку денному ООН у сфері сталого розвитку до 2030 року та Цілях сталого розвитку, однакостайно ухвалених у 2015 році Генеральною Асамблеєю ООН [7].

## Список використаних джерел

1. Jan Kleijssen. How to regulate the development of artificial intelligence? URL: <https://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence/director-jan-kleijssen>.

2. Parliamentary Assembly of the Council of Europe Recommendation 2102 (2017) Technological convergence, artificial intelligence and human rights (adopted by the Assembly on 28 April 2017 (18th Sitting)). URL: <http://semantic-pace.net/tools/pdf.aspx?doc=aHR0cDovL2Fzc2VtYmx5LmNvZS5pbmQvbncveG1sL1hSZWYvWDJILURXLWV4dHluYXNwP2ZpbGVpZD0yMzcyNiZsYW5nPUVO&xsl=aHR0cDovL2Fzc2VtYmx5LmNvZS5pbmQvbncveG1sL3hzbC1mby9QZGYvWFJlZi1XRC1BVC1YTUwYUERGlnhzbA==&xsltparams=ZmlsZWlkPTlZnZl2>.

3. Конвенція про захист прав і гідності людини щодо застосування біології та медицини: Конвенція про права людини та біомедицину (м. Ов'єдо, 4 квітня 1997 року). URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_334#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_334#Text).

4. Recommendation CM/Rec(2020)1 of the Committee of Ministers to member States on the human rights impacts of algorithmic systems (adopted by the Committee of Ministers on 8 April 2020 at the 1373rd meeting of the Ministers' Deputies). URL: [https://search.coe.int/cm/pages/result\\_details.aspx?objectid=09000016809e1154](https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?objectid=09000016809e1154).

5. Керівні принципи ООН з питань бізнесу і прав людини: Реалізація Рамкової програми Організації Об'єднаних Націй «Захист, повага і засоби захисту»: Рада ООН з прав людини, 2011 р. URL: [https://www.iepd.kiev.ua/?page\\_id=8524](https://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524).

6. UNESCO Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence (adopted on 23 November 2021). URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137>.

7. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року : Резолюція Генеральної Асамблеї ООН 70/1 від 25.09.2015 р. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/sustainable-development-report/the-2030-agenda-for-sustainable-development.html>.





**»» РОЗДІЛ 3. ««**

**ОБРАНІ РОБОТИ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ  
ТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ –  
УЧАСНИКІВ КОНКУРСУ**

**Анастасія ЗЕРКАЛЬ,**

*доктор економічних наук, доцент, професор,  
Національний університет «Запорізька політехніка»*

## **ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНОЇ СВІДОМОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Двадцять перше століття – період, який характеризується інформаційними викликами та можливостями інформаційного забезпечення. Інформаційний «вибух» докорінно змінює підприємницький ландшафт і розвиває канали для революційних прогресивних бізнес-моделей. Фахівці з бізнесу та менеджменту мають бути готовими не лише до усвідомлення необхідності змін у діловому середовищі, але й до перетворення підприємства відповідно до нових потреб і викликів. Негативний досвід великих транснаціональних корпорацій засвідчує, що стара парадигма бізнесу вже не є практичною у постійно змінюваному та взаємопов'язаному і впливовому світі бізнесу.

За обставин економічної кризи керівники підприємств усе більше уваги приділяють інструментам нематеріального впливу на персонал. Персонал підприємства як цінний ресурс є запорукою значних переваг на ринку. Управління персоналом на засадах формування комерційної свідомості та соціального ведення бізнесу дозволяє досягти стратегічних цілей підприємства в довгостроковій перспективі. Комерційно свідомий персонал є конкурентною перевагою підприємства та забезпечує постійний розвиток його фінансово-економічної компоненти, а як наслідок і розвитку держави.

Формування комерційної свідомості персоналу підприємства дає змогу підвищити вмотивованість працівників та забезпечити сталий розвиток підприємства. В умовах мінливого середовища саме комерційна свідомість персоналу відіграє значну роль у досягненні планових економічних показників діяльності підприємства. Значною мірою управління персоналом на основі комерційної свідомості забезпечує злагоджену роботу колективу як єдиної команди однодумців, що об'єднані спільною метою стабільного функціонування та досягнення сталого розвитку.

Розвиток комерційної свідомості промислових підприємств України пов'язаний з майже тридцятирічним досвідом реформування,

незнанням ринкових умов, необхідністю адаптуватися до змін та агресивної конкуренції, глобалізації та інтернаціоналізації і одночасним падінням виробництва. Тому характерними факторами впливу на комерційну свідомість стали саме ці аспекти.

Конструктивність комерційної свідомості персоналу визначається як індивідуальна реалізація, сприйняття або знання бізнес-середовища підприємства, коли працівники беруть участь у прийнятті рішень або вирішенні проблем, пов'язаних із бізнес-цільями (рис.1). Співробітник, який демонструє ділову обізнаність та комерційну свідомість, не тільки вчасно помітить проблеми в бізнес-середовищі, але й врахує їх у процесі прийняття рішень та вирішенні проблем у розрізі відповідних цілей.



**Рис.1**

*Основні компоненти комерційної свідомості*

У процесі дослідження комерційної свідомості персоналу експертам було запропоновано оцінити ступінь впливу за десятьма зовнішніми й десятьма внутрішніми факторами впливу на комерційну свідомість ПАТ «Дніпроспецсталь» (Таблиця 1). Оцінка проводилася методом парних порівнянь на основі багатовимірної шкали. Експертами були представники інженерно-технічного персоналу, керівники, начальники відділів персоналу, маркетингу, збуту,

зовнішньо-економічної діяльності, логістики, закупівель.

Серед факторів зовнішнього середовища найвпливовішими на комерційну свідомість вважаються глобалізація та інтернаціоналізація (32,62%). Ці чинники здійснюють тиск за допомогою формування загальних напрямів і тенденцій розвитку підприємства (наприклад, інформаційна економіка, глобалізація, діджиталізація), а також встановлення і дотримання загальнолюдських цінностей.

**Таблиця 1**

*Ступінь впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на комерційну свідомість персоналу ПАТ «Дніпроспецсталь», 2020 р.*

Зовнішні фактори		Внутрішні фактори	
Найменування	Питома вага,%	Найменування	Питома вага,%
Нечіткість національного законодавства	10,77	Система менеджменту	11,6
Національна культура і менталітет	6,9	Готовність до змін	3,11
Низький рівень інноваційності праці	4,85	Норми та стандарти	12,87
Недостатні інвестиції в інноваційний процес	7,56	Цілі засновника	15,21
Агресивна конкуренція	3,04	Стадія життєвого циклу	23,15
Відсутність державної концепції розвитку галузі	4,51	Мотивація	4,9
Глобалізація та інтернаціоналізація	32,62	Рівень людського капіталу	14,47
Корупція та ступінь тіньозації	19,76	Комунікації та контакти	8,72
Нестабільність збуту	2,73	Традиції, міфи, легенди	2,85
Потреби споживачів	7,26	Умови праці	3,12
Загалом	100	Загалом	100

Система вітчизняного законодавства (10,77 %) прямо або побічно регламентує і деякі засади комерційної свідомості.

Наприклад, це може стосуватися вимог щодо організації праці, місць відпочинку та забезпечення харчування, вимог до корпоративного стилю одягу, можливих штрафних санкцій, заохочень тощо. Слід забезпечити, щоб усі пункти й положення щодо комерційної свідомості були законними.

Відсутність чіткої концепції розвитку промислових підприємств у нашій державі (7,56%) змушує підприємства змінювати пріоритети у своїй виробничо-господарській діяльності у бік застосування наукоємних технологій і методик. У поточних умовах про низький ступінь розвитку комерційної свідомості свідчить як використання невідворотно застарілого обладнання на виробництві, так і дотримання морально застарілих методів організації процесу виробництва й управління персоналом (що передбачає обмеження обов'язків кадрових відділів, жорсткі структури управління тощо) [1, с.95-96].

Серед факторів внутрішнього середовища важливу роль у розвитку комерційної свідомості ПАТ «Дніпроспецсталь» відіграють: стадія життєвого циклу підприємства, цілі засновника, рівень розвитку людського капіталу, норми та стандарти тощо.

Керівники успішних підприємств на основі власних уявлень (15,21%), а також ідей, запозичених із надійних джерел, формують бачення і задають загальний напрям майбутньої діяльності. Власне бачення дозволяє формувати особливий тип комерційної свідомості. При цьому необхідно самим підбирати, навчати та готувати керівників середньої ланки (менеджерів), здатних реалізувати поставлені цілі, й через них добиватися виконання роботи і вирішення завдань підприємства найкращим чином. Саме тому директор заводу особисто регламентує діяльність керівників підрозділів.

У своїй діяльності співробітники використовують норми, стандарти, посадові інструкції (12,87%), які регламентують їх діяльність та впливають на загальний рівень комерційної свідомості. Номенклатура справ на підприємствах також уніфікована для забезпечення зручності користування співробітниками різних департаментів.

Важливими факторами у формуванні комерційної свідомості є комунікації та контакти (8,72%). Підприємства та їхні підрозділи використовують мову як спосіб ідентифікації членів із її культурою чи субкультурою. Вивчаючи її, працівники підтверджують своє прийняття цієї культури й таким шляхом допомагають її зберегти.

Прийнята для загального вживання термінологія діє як загальний знаменник, що поєднує колектив на основі культури чи субкультури.

Мотивація (4,3%) є найбільш значущим фактором під час розвитку комерційної свідомості. За формою і рівнем задоволення потреб персоналу корпоративна мотивація ділиться на три види: матеріальна, нематеріальна і статусна. Перший вид мотивації – матеріальної – спрямований на задоволення потреб за допомогою підвищення заробітної плати. Нематеріальна мотивація передбачає заохочення у вигляді визнання суспільством. А статусна мотивація «працює» шляхом завоювання статусу вищого рівня (наприклад, можливість кар'єрного зростання, визнання лідерських якостей або розширення кола спілкування тощо) [1, с.98].

З метою виявлення ступеня прояву і впливу мотивації на продуктивність праці й відповідно – на зміну стану комерційної свідомості, на ПАТ «Дніпроспецсталь» було проведено дослідження. За їх результатами встановлено найзначніші для опитаного персоналу чинники і складові мотивації праці. Найзначніші первинні чинники мотивації знаходяться в групі біологічної і соціальної мотивації; основні чинники та їх рейтинг встановлений за допомогою методу «Делфі» та «АВС» аналізу (Таблиця 2).

При виявленні груп складових мотивації респонденти відзначили, що мотивація, як і стимулювання, все ж таки має межу та значущість для працівника. Можна зробити висновок про наявність певної межі корисності мотивації в співвідношенні фінансових витрат на неї та фінансової віддачі у вигляді підвищеної продуктивності праці.

Таблиця 2

## Основні групи чинників мотивації персоналу

Групи чинників мотивації персоналу		
Біологічні	Соціальні	Психологічні
Безпека праці	Пільгове харчування	Планування кар'єри
Опалювання	Продаж продукції по собівартості	Участь в управлінні
Ергономіка	Пільговий транспорт	Гнучкий графік роботи
Освітлення	Безпроцентні позики	Відгули, відпустки
Бажання працювати	Компенсація витрат на навчання	Психологічна атмосфера в колективі
Задоволення від роботи	Підвищення кваліфікації	Розвиток довірчих відносин і взаєморозуміння
Поліпшення умов праці	Безкоштовна видача частини продукції	Моральне заохочення
		Просування по роботі
Мотивують 58,1 %	Мотивують 34,7%	Мотивують 7,2 %

Більшість респондентів обґрунтувала й відповіла, що за наявності мотивації з боку адміністрації або власника, вони готові підвищити продуктивність праці. Проте можливості підвищення продуктивності та якості праці обмежуються його специфікою, виробничо-господарськими операціями, наявністю техніки та іншими чинниками (Таблиця 3).

Таблиця 3

## Оцінка коефіцієнта мотивованості керівників

Найменування факторів		Оцінка факторів	Середній рівень оцінки за групою факторів	Коефіцієнт вмотивованості
Можливості	Інтелектуальні здібності	0,65	0,58*	0,47****
	Спеціальні знання та практичні навички	0,52		
	Інтелектуальна та емоційна зрілість	0,45		
	Фізичне та розумове здоров'я	0,75		

Умови праці	Матеріальні умови	0,32	0,35**	0,47****
	Організація робочого місця	0,55		
	Інформаційне забезпечення	0,38		
	Потенціал підприємства	0,26		
	Наявність уніфікованої бази даних постачальників і споживачів	0,24		
	Якість програмного забезпечення	0,35		
	Комерційна свідомість	0,45		
Готовність	Мотивування до самореалізації	0,25	0,50***	
	Впевненість у своїх здібностях	0,65		
	Готовність брати на себе відповідальність	0,75		

Примітка: значення є результатом самооцінки керівників в інтервалі від 0 до 1;

$$* \sqrt[4]{0,65 \times 0,52 \times 0,45 \times 0,75} = 0,58;$$

$$** \sqrt[7]{0,32 \times 0,55 \times 0,38 \times 0,26 \times 0,34 \times 0,45} = 0,35;$$

$$*** \sqrt[3]{0,25 \times 0,65 \times 0,75} = 0,50;$$

$$**** \sqrt[3]{0,58 \times 0,35 \times 0,50} = 0,47.$$

Слід зазначити, що для високотехнологічних промислових підприємств характерним є високий рівень інтелектуального потенціалу робітників. З точки зору підвищення якості мотивованості персоналу підприємств доцільним буде аналіз коефіцієнта мотивованості саме інженерно-технічних працівників (Таблиця 4).



Таблиця 4

Оцінка коефіцієнта мотивованості інженерно-технічних працівників

		Найменування факторів	Оцінка факторів	Середній рівень оцінки за групою факторів	Коефіцієнт вмотивованості
Фактори мотивації:	Можливості	Інтелектуальні здібності	0,65	0,52*	0,32****
		Спеціальні знання та практичні навички	0,52		
		Інтелектуальна та емоційна зрілість	0,45		
		Професійне зростання	0,34		
		Фізичне та розумове здоров'я	0,75		
	Умови праці	Матеріальні умови	0,32	0,30**	
		Організація робочого місця	0,55		
		Інформаційне забезпечення	0,18		
		Потенціал підприємства	0,26		
		Модернізація обладнання	0,31		
	Готовність	Мотивування до самореалізації	0,25	0,38***	
		Впевненість у своїх здібностях	0,65		
		Готовність брати на себе відповідальність	0,34		

Примітка: значення є результатом самооцінки працівників в інтервалі від 0 до 1;

$$* \sqrt[5]{0,65 \times 0,52 \times 0,45 \times 0,34 \times 0,75} = 0,52;$$

$$** \sqrt[5]{0,32 \times 0,55 \times 0,18 \times 0,26 \times 0,31} = 0,30;$$

$$*** \sqrt[3]{0,25 \times 0,65 \times 0,34} = 0,38;$$

$$**** \sqrt[3]{0,52 \times 0,30 \times 0,38} = 0,39.$$

Мотивація формує систему ключових факторів успіху. Умови

праці, на жаль, є найменш розвинутими в системі факторів мотивації. Незадовільний потенціал підприємства, слабка озброєність та інформаційне забезпечення інженерно-технічних працівників, їх слабка матеріальна вмотивованість зумовлюють оцінку відповідності умов праці вимогам інженерно-технічних працівників лише на рівні 30% [2, с. 96].

Результати дослідження показали одностайну зацікавленість і очікування персоналу в забезпеченні та проведенні мотиваційних заходів з боку адміністрації або власника. У свою чергу, очікування персоналу підкріплюються позитивними прагненнями до якості праці та відповідальністю за свою працю, формуванням підходу до забезпечення стабільності, створенням довіри з боку споживача. З'являється усвідомлення особистого внеску в результат діяльності, усвідомлення залежності ринкових позицій від якості продукції, заснованих на об'ємах реалізації проведеної персоналом продукції.

Розвитку комерційної свідомості сприяють добре налагоджені ринкові відносини. Як правило, про це свідчить збільшення чисельності іноземних компаній чи підприємств із зарубіжними інвестиціями, стрімким розвитком і розширенням великих підприємств, можливо, за рахунок об'єднання, поглинання або виходу на нові ринки, переходу на інші види діяльності, розширення асортименту продукції, послуг. Активне ведення діяльності в цьому напрямі призводить до розширення штату працівників та пошуку методів ефективного управління ними. Систематичні підходи до створення комерційної свідомості на промислових підприємствах базуються на позначенні головних цілей для теперішньої та майбутньої діяльності підприємств, що дає можливість вивчення основоположних принципів розвитку комерційної свідомості.

Комерційна свідомість є одним з найважливіших чинників сталого розвитку підприємства, її необхідно враховувати в процесі стратегічного аналізу положення підприємства та стратегічного управління соціально- економічною стійкістю. Для організації ефективної системи управління сталим розвитком підприємства необхідно розробити специфічну модель оцінки його соціально- економічної стійкості. Результати такої оцінки слугують підґрунтям для прийняття подальших управлінських рішень. А саме: у випадку негативного впливу комерційної свідомості або відсутності будь-якої суттєвої підтримки стратегії з боку комерційної свідомості, необхідним є проведення змін останньої з урахуванням її «слабких місць» – тих рис комерційної свідомості, які заважають реалізації

обраної стратегії конкретного підприємства. Зважаючи на те, що комерційну свідомість складає велика кількість різноманітних факторів, впливати на неї також потрібно за допомогою цих факторів. Неможливо здійснити позитивні зміни, якщо працівники незадоволені умовами праці чи не мають мотивації до праці загалом та до зміни свого культурного рівня [3, с.898].

Впровадження пропозицій на практиці сприятиме підвищенню рівня управлінської праці, згуртованості команди, мотивації працівників, ефективному використанню трудових ресурсів, а в цілому – розвитку комерційної свідомості підприємства у результаті зміни її профілю або перетворення її типу відповідно до нових умов господарювання та постійного впливу внутрішнього й зовнішнього середовища, зміни стадії життєвого циклу та корегування цілей власників, засновників і топ-менеджменту.

### **Список використаних джерел**

1. Зеркаль А. В. Дослідження комерційної свідомості персоналу підприємств. Бізнес-навігатор. 2018. № 6 (49). С. 95–99.
2. Зеркаль А. В. Управління персоналом на засадах комерційної свідомості як конкурентна перевага підприємств. Причорноморські економічні студії. 2019. № 46. С. 94–98.
3. Petrova M., Koval V., Tepavicharova M., Zerkal A., Radchenko A., Bondarchuk N. The interaction between the human resources motivation and the commitment to the organization. Journal of Security and Sustainability Issues. 2020. № 9 (3). P. 897–907.

**Павло ГРИНЬКО,**  
доктор економічних наук, доцент,  
Харківський державний біотехнологічний університет

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ ТА ФОРМУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Головною особливістю сучасного економічного та соціального розвитку є його глобалізація. У цих умовах змінюються ключові засади економіки: виникають нові об'єктивні закономірності; у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання життєвих благ все більше використовуються інформаційні технології; основою новітніх технологій виступають інноваційні розробки, що вимагають нових інвестицій. Усе це зводиться до того, що виникають нові види товару: знання, інформація, інтелектуальна власність; нові (електронні) форми грошей.

Тепер завдяки глобалізації виробництво багатьох товарів і послуг відбувається шляхом комбінації ресурсів із різних країн світу, які потім перетворюються в готовий продукт, товар та/або послугу. В процесі того, як організації намагаються знайти оптимальний варіант ланцюга створення вартості товару, торгівля продовжує розвиватися, забезпечуючи тим самим, взаємозв'язок постачання готового продукту від виробника до споживача. Водночас торговельний бізнес як складова системи розподілу економічних благ відображає основні протиріччя й проблеми національної економіки, стан формування інформаційного суспільства, ступінь інтеграції економічних процесів. Посилення конкурентної боротьби на внутрішніх і зовнішніх ринках, виникнення нових її форм, диференціація попиту споживачів вимагають пошуку нових напрямів формування конкурентних переваг вітчизняних торговельних організацій в умовах глобалізації та цифрової економіки.

Проблеми становлення цифрової економіки в Україні та світі, її вплив на трансформацію бізнесу досліджують такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: В.Г. Андрєєва, А.В. Бабкін, Р. Бухт, С. Веретюк, В.Г. Воронкова, А.П. Грінько, К. Келлі, С.В. Коляденко, Н.М. Краус, Т.П. Лободзинська, Т. Месенбург, Н. Неграпonte, К.Й. Пугачевська, О.О. Синявська, Г.Б. Соколова, О.А. Сосновська, І.В. Причєпа, Є.В. Устюжаніна, Р. Хікс, Р.А. Шеін та багато інших. Але, незважаючи на суттєві наукові розробки, питання щодо цифрової трансформації

бізнесу через інноваційний розвиток, який впливає на удосконалення діяльності торговельних організацій, залишаються недостатньо розробленими, що потребує подальших досліджень та обґрунтувань.

Метою цієї наукової роботи є теоретичне обґрунтування наукових положень щодо управління інноваційним розвитком торговельного бізнесу в Україні в умовах цифрової економіки. Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вивчення та розв'язання наступних завдань:

- визначити вплив трансформації сучасних світових соціально-економічних процесів на методологію управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки;
- з'ясувати вплив інституційно-організаційного середовища на інноваційний розвиток бізнесу та Інтернет-торгівлі в Україні;
- запропонувати модель інноваційної торговельної організації.

Об'єктом пропонованого дослідження є процес управління інноваційним розвитком бізнесу в Україні в умовах цифрової економіки. Його предметом є теоретико-методологічне забезпечення трансформації бізнесу та удосконалення системи управління торговельними організаціями в умовах цифровізації. Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні цілісної концепції управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки, що сприяє удосконаленню системи управління торговельними організаціями України в цифровому середовищі.

Цифрові технології в сучасному світі створюють принципово нові можливості для вибудовування взаємодії між державою, бізнесом і населенням, виключаючи довгі ланцюги посередників і прискорюючи проведення різноманітних угод і операцій. Подібні фактори виходять на перший план за рахунок стрімкого розвитку інформаційних технологій та глобалізації економіки, що пропонують принципово нові концепції споживання і відкривають додаткові потенціали для розвитку нових ринків та інноваційних розробок. На нашу думку, доцільно виділити три основні аспекти сучасного світу: глобалізацію, інформаційну домінанту і нову економіку знань. При цьому слід мати на увазі, що вище перелічені явища не протікають ізольовано, а розвиваються у тісному взаємозв'язку. Глобальна економіка знань стає наскрізним імперативом, правлячою системою та починає проявляти себе не тільки як засіб господарювання, а й як політика, і навіть як ідеологія нової епохи. І як результат – економічні імперативи починають поступатися місцем реаліям глобалізації.

Вважаємо, що цифрова економіка становить симбіоз трьох економік: фінансової, глобальної та інформаційної. Можна констатувати, що шлях до цифрової економіки починається з трансформації фінансової економіки до економіки знань, розвиваючи при цьому міжнародну інтеграцію за допомогою інформаційної домінанти (Рис. 1).

Виклики глобалізації, перехід від індустріальної до цифрової економіки, нові швидкості в бізнесі, мобільність і прозорість – наступаюча цифрова революція, безумовно, потребують перегляду парадигми ведення бізнесу, його трансформації від традиційної організації в технологічну. Підкреслюючи велике значення цифровізації сучасної економіки, дослідження показують, що інноваційні рішення не завжди знаходять відгук у керівників, які продовжують працювати по-старому. Недостатньо розвинена інфраструктура (низька пропускна здатність каналів зв'язку, відсутність доступу до мобільного Інтернету, відсутність центрів обробки даних тощо) є досить стримуючим фактором.

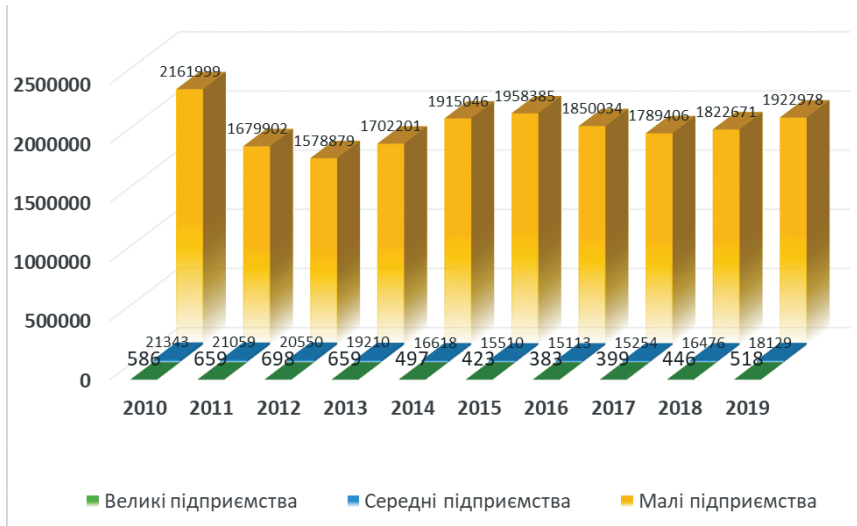


**Рис. 1**

*Формалізація впливу трансформації сучасних світових соціально-економічних процесів на розвиток цифрової економіки*

За результатами дослідження, кількість зареєстрованих

суб'єктів підприємницької діяльності в Україні нещодавно відновилися після різкого скорочення у 2011 році, що стало наслідком політичної та економічної кризи. З 2014 року кількість українських підприємств поступово зростає, причому основну частину бізнес-середовища в Україні становить малий бізнес, який добре реагує на кризу, тому в умовах невизначеності подальшої траєкторії техніко-економічної хвилі це може бути своєрідним індикатором (Рис. 2).



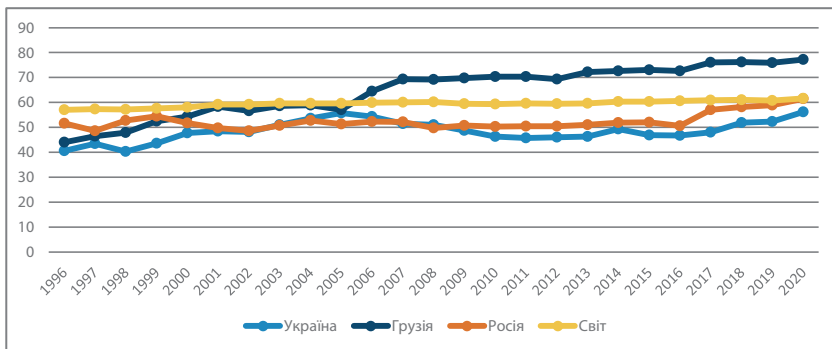
**Рис. 2**

*Кількість великих, середніх та малих підприємств України у 2010-2019 роках [1]*

Ефективність бізнесу, як відомо, визначається умовами економічної свободи і розвитком організаційно-господарського новаторства, оскільки складна інтегрована система поділяється на зовнішню, як правило, незалежну від підприємців, і внутрішню, що формується безпосередньо підприємцями. Від зовнішнього середовища в повній мірі залежить розвиток бізнесу, в тому числі й торговельний, оскільки стан економіки, нормативно-правова база – це той неповний та узагальнений перелік факторів, що здійснюють суттєвий вплив на підприємництво. Тому питання їх визначення та розробки шляхів усунення, рекомендації щодо покращення діяльності та ефективності бізнес-структур, організаційної побудови підприємств, особливо з точки зору цифрової економіки, є дуже

важливим. Але фактори зовнішнього середовища зумовляють значні зміни у заходах державного впливу на підприємницький сектор, що досить часто призводить до його скорочення і зниження підприємницької ініціативи.

Розвиток бізнесу в Україні, на жаль, не може повноцінно здійснюватися в сучасних умовах, що в більшості випадків пояснюється недостатньою кількістю коштів, відсутністю інвестицій, жорсткими умовами кредитування. Таким чином, сучасні реалії українського суспільного життя яскраво демонструють високу залежність бізнесу в Україні від зовнішніх умов, а показник України перебуває в зоні «невільні». Україна у 2020 році за рейтинговою оцінкою посіла 127 місце серед 178 країн світу, а її індекс економічної свободи склав 56,2 бали із 100 можливих (рис. 3).



**Рис.3**

*Рівень економічної свободи України за Індексом економічної свободи [2]*

Аналіз економічної ситуації в країні, рейтингу економічної свободи показав, що вітчизняній економіці необхідно переходити з існуючої моделі, до якої звикло населення, до нової цифрової економіки майбутнього. Це дозволить підвищити економічну свободу країни та успішність розвитку економіки в цілому.

Оскільки ця наукова робота орієнтована на інноваційний розвиток торговельних організацій, а однією з найважливіших трансформацій, що зараз відбуваються у світі бізнесу, є поступовий розвиток та впровадження електронної комерції, розглянемо, яким чином розвивається саме цей аспект трансформації бізнес-моделей торговельних організацій в умовах цифрової економіки. Доцільність актуалізувати вищезазначені питання пояснюються тим, що в умовах



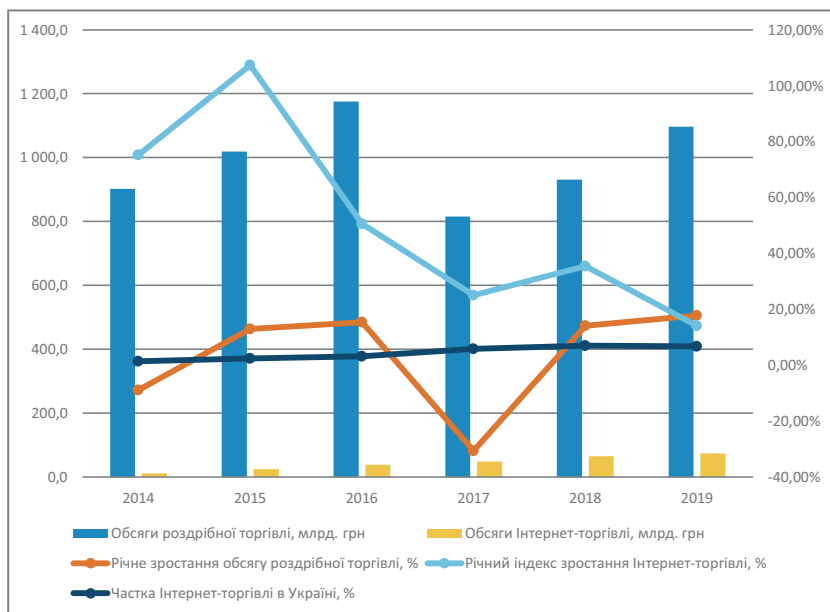
посилення курсу на євроінтеграцію перед керівництвом вітчизняних торговельних підприємств постає завдання якнайшвидше ідентифікувати методологічний і практичний досвід інноваційного менеджменту держав-членів ЄС та гармонізувати свою політику згідно з його положеннями.

Правове регулювання діяльності у сфері Інтернет-економіки було започатковано прийняттям Закону України «Про Національну програму інформатизації» у 1998 році, а законодавчим визначенням організаційно-правової бази електронної комерції в Україні на сьогодні є Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII. З кожним днем все більше компаній у всьому світі впроваджують інструменти електронної комерції, що дозволяє їм залучати нових клієнтів і, відповідно, збільшувати прибуток. Не є винятком і сфера торговельних відносин, яка нині активно рухається у світі Інтернету. Аналіз показує, що незважаючи на те, що за даними Інтернет-асоціації України, 21,6 млн користувачів в Україні користуються Інтернетом, серед них найбільш активними є такі категорії: школярі / студенти, власники чи директори великих і середніх підприємств та військовослужбовці (рівень використання Інтернету цими групами становив 100%), частка Інтернет –торгівлі в Україні у 2019 році становила лише 6,77% (Таблиця 1, Рис. 4).

**Таблиця 1**

*Динаміка показників розвитку Інтернет торгівлі в Україні [1]*

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Обсяги роздрібної торгівлі, млрд. грн	901,9	1018,8	1175,3	815,3	930,6	1096,7
Обсяги Інтернет-торгівлі, млрд. грн	12,3	25,5	38,4	48,0	65,0	74,2
Річний індекс зростання обсягу роздрібної торгівлі, %	-8,90	12,96	15,37	-30,63	14,14	17,84
Річний індекс зростання Інтернет-торгівлі, %	75,20	107,32	50,59	25,00	35,42	14,17
Частка Інтернет-торгівлі в Україні, %	1,36	2,50	3,27	5,89	6,98	6,77

**Рис. 4***Динаміка розвитку інтернет-торгівлі в Україні*

На жаль, такий повільний розвиток інтернет-торгівлі ще раз підтверджує недосконалість в Україні нормативної бази щодо цифровізації бізнесу, ослабленість економіки в цілому, пасивність керівництва організацій щодо впровадження інноваційних технологій розвитку бізнесу. Отже, враховуючи суттєву роль торговельних мереж, які безпосередньо зацікавлені в результатах доведення товарів до кінцевого споживача, й особливо тих із них, що представляють інтереси конкретних виробників і підтримують політику лояльності до споживачів, можна з певним переконанням констатувати про їх безпосередню причетність до реалізації концепції інновацій, ініційованих споживачами для формування торговельної політики.

Один із міжнародних методологічних стандартів «Керівництво Осло» ОЕСР визначає чотири типи інновацій в торгівлі: продуктова; процесна; маркетингова; організаційна. Ці інновації можуть представляти новизну для фірми / установи, для ринку / сектору або для всього суспільства. Вважаємо, що «інновації торговельних організацій в умовах цифрової економіки, використовуючи її

механізми, забезпечують процес створення нових форм і технологій надання товарних пропозицій і послуг, удосконалення методів логістики, маркетингу, концепцій управління, здійснюють вплив на трансформацію бізнес-моделей та спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, забезпечення позитивного соціально-економічного і комерційного ефекту».

При цьому – інновації в торгівлі повинні мати такі риси як новизна, безпека, сумісність, конкурентоспроможність, мобільність тощо. Крім того, інновації можуть виражатися в змінах характеристики товару, торговельно-технологічного процесу, які впливають на позитивну динаміку в збільшенні обсягів товарообігу, прибутку і не пов'язані зі значними інвестиціями. Це уможлиблює охоплення більшої частини цільової аудиторії, підвищення якісного рівня обслуговування споживачів і, в результаті, сприяють ефективності господарської діяльності.

На нашу думку, формування інноваційної моделі торговельної організації в загальному вигляді передбачає ефективне управління знаннями, управління ризиками, а також аналіз і вибір оптимальних джерел фінансування інноваційних проєктів. Переведення організацій торгівлі на інноваційний шлях розвитку передбачає побудову їх інноваційної моделі (Рис. 5), що поєднує стратегічні орієнтири державного регулювання та сприяє покращенню економічного стану торговельних організацій. Для цього є доцільним розроблення і наукове обґрунтування блоку механізмів та інструментів інноваційного розвитку організацій торгівлі.

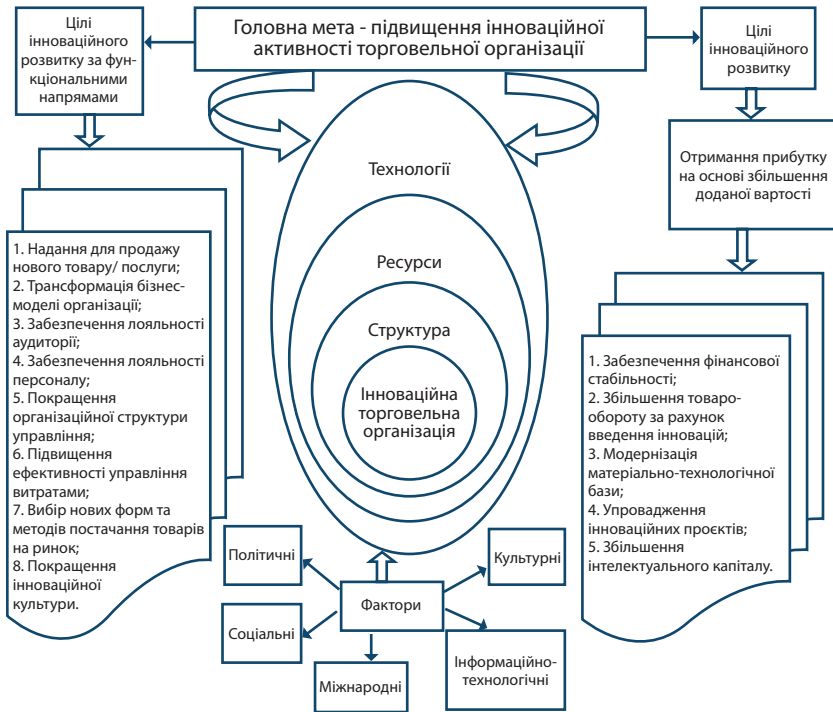


Рис. 5

### Модель інноваційної торговельної організації

Логічними висновками представленого дослідження, на наш погляд, може бути ряд наступних суджень. На сьогодні трансформація сучасних світових соціально-економічних процесів приводить до глобалізації економіки знань, яка стає наскрізним імперативом, правлячою системою та починає проявляти себе не тільки як засіб господарювання, але й як політика і навіть як ідеологія нової епохи. Тому заснована на знаннях економіка під впливом процесів глобалізації та нових комп'ютерних технологій, до яких відноситься Інтернет, перетворилася в нову економіку – цифрову. Розробка організаційно-економічного механізму забезпечення інноваційного розвитку торгівлі, вимагає комплексного врахування чинників внутрішнього і зовнішнього середовища досліджуваної системи, формування стратегій і програм з метою підвищення інноваційного потенціалу її учасників, активної взаємодії між ними, підвищення інтенсивності використання інноваційних технологій, генерування ідей і перетворень. Торговельні організації повинні враховувати

існуючі тенденції та своєчасно перебудовувати і диверсифікувати свою діяльність зі змінами в кон'юнктурі споживчого ринку в умовах цифрової економіки. Для здійснення інноваційної діяльності в торговельних організаціях можуть бути враховані та використані світові тенденції та досвід цифровізації.

### **Список використаних джерел**

1. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. URL: <https://www.weforum.org/reports/annual-report-2018-2019>

**Тетяна ГОРОХОВА,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
ДВНЗ «Приазовський державний  
технічний університет»

## **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ**

В умовах світової кризи міжнародне співтовариство усвідомлює, що подальший економічний розвиток має будуватися на принципово інших засадах. Це повинно бути пов'язано з посиленням контролю за ризиками, балансом фінансових і нематеріальних інтересів та має бути зосереджене на сталому розвитку економіки і суспільства. Соціально відповідальні інвестиції є одним із інструментів, що дозволяє забезпечити цей розвиток.

Метою дослідження є розробка теоретичних підходів до розуміння соціально відповідального інвестування на ринку цінних паперів з урахуванням особливостей країн Європи, а також визначення перспектив розвитку соціально відповідальних інвестицій на ринку України.

Основні роботи в галузі теоретичного визначення та аналізу соціально-відповідальних інвестицій (далі - СВІ) належать М. Блоуфілду, Дж. Деруолу, А. Доміні, Р. Галемі, П. Кіндеру. Досліджено також роботи Р. Еарла, А. Плантінги, К. Кросинського, Дж. Сендберга, Е. Умласа у галузі СВІ.

Значним внеском у цю роботу стало дослідження міжнародної практики СВІ, опубліковане міжнародними інформаційно-аналітичними та іншими організаціями.

Водночас механізм функціонування ринку СВІ не вивчений повністю, відсутній єдиний концептуальний апарат у сфері інвестування соціальної відповідальності, недостатньо вивчені особливості СВІ в країнах та закономірності його формування, а також перспективи розвитку СВІ в Україні. Все вищесказане підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

Дослідження процесу соціально відповідального інвестування займає суттєве місце в економіці та соціально-економічному менеджменті. Особливо це стає необхідним для сучасного українського суспільства, яке стоїть перед завданням досягнути двох стратегічних цілей: побудови соціально орієнтованої ринкової

економіки та переходу від постіндустріального до інноваційного шляху розвитку. Очевидно, цих цілей неможливо досягти без балансу між економічною ефективністю підприємницької діяльності та соціальною справедливістю. Тому пошук шляхів динамічного розвитку обраних принципів у взаємодії підприємств і суспільства стає метою дослідження та основою для прийняття рішень підприємством.

Сфера інвестування – це система, яка балансує між соціальною справедливістю та економічною ефективністю, а держава, бізнес та суспільство є її основними суб'єктами. Існує ряд критеріїв класифікації елементів інвестиційного сектору, включаючи залежності від об'єкта інвестування, суб'єкта інвестиційної діяльності, інструментів інвестицій тощо. Мета інвестицій може бути одним із критеріїв класифікації. Очевидно, що підхід, який передбачає отримання певного доходу (фінансового результату), вважається традиційним [1, 2]. Тоді, згідно з визначенням «дохід», ціль інвестиційної діяльності слід розглядати як особливий результат підприємницької діяльності, який можна оцінити у грошовій формі. Результатом будь-яких інвестицій є (відчутний) дохід чи соціальний ефект [3, 9].

Інвестиції, коли соціальний ефект досягається на додаток до головної мети, слід розглядати як соціальні інвестиції. Детальне розподілення інвестицій на соціальні та традиційні є досить нечітким, тому інвестиції також побічно поширюють свій вплив на елементи суспільства, які взаємодіють з бізнесом.

Соціально відповідальні інвестиції слід визначати як інвестиції, які позитивно впливають на бізнес та зацікавлені сторони у довгостроковому періоді. Наприклад, компанія забезпечує політику корпоративних соціальних інвестицій, покращення власного бренду, якості виробництва, умов праці, безпеки виробництва тощо. Потім компанія збільшує продажі за час  $t$  через політику соціальної відповідальності. Крім того, ця політика також може вплинути на прямі продажі поставок та субпідрядників. Тим самим ми отримуємо позитивне усунення попиту з новою збалансованою ціною та обсягом продажів, що є сприятливим для групи компаній.

На практиці більшість соціально відповідальних інвестицій мають як індивідуальний ефект для компанії, так і соціальний ефект в цілому. Отже, загальний ефект від політики соціально відповідального інвестування можна обчислити за такою формулою 1:

$$E_{total} = E_{ind.} + E_{soc.} \quad (1)$$

де:  $E_{ind.}$  – індивідуальний ефект для компанії;  $E_{soc.}$  – соціальний ефект [10].

Варто зазначити, що досить складно передбачити, які саме вигоди отримують компанії-партнери від соціально відповідальної політики підприємства через побічний ефект. Економічний ефект буде визначатися обсягом прибутку (результату), отриманого за визначений час. Слід відрізнити прибуток, як соціальний, так й індивідуальний. Сума прибутку всіх учасників інвестиційного процесу (учасників ланцюжка відносин) поширюється на соціальний прибуток. Індивідуальний прибуток є результатом роботи певного суб'єкта інвестицій. Варто зазначити, що довгострокові результати пов'язані з додатковим фінансовим доходом від інвестицій у соціальну сферу, що є очікуваним прибутком, пов'язаним з інвестиційними ризиками.

Соціальні інвестиції очікують послідовних цілеспрямованих дій щодо ефективного вирішення проблем, необхідних для більшості людей.

Наразі визначено 3 основні галузі соціально відповідальних інвестицій:

- соціальні: дотримання прав людини, заборона дитячої праці, корпоративне управління, громадська безпека тощо;
- етичні: відмова від роботи з компаніями, які виробляють і продають тютюн, алкоголь, зброю, порнографію, азартні ігри та інші;
- екологічні: відновлювані джерела енергії, збереження природних ресурсів, екологічна безпека, зміни клімату тощо [3, 4, 11].

Варто підкреслити, що соціальні інвестиції - це бізнес, незважаючи на благодійні проекти.

Соціальні інвестиції часто ідентифікуються як корпоративна соціальна відповідальність. Наприклад, звіти про соціальні інвестиції в Україні, які щорічно готуються асоціаціями менеджерів, переважно присвячені ролі бізнесу у суспільному розвитку та оцінці стану соціальних інвестицій українських компаній.

Тим не менш, соціальні інвестиції – це більш широке поняття, і агентом може бути не тільки бізнес. Однак соціальні інвестиції включають: принципи корпоративної соціальної відповідальності; державні інвестиції у соціальну сферу; інституційні соціальні інвестиції; соціально відповідальне управління активами, яке здійснюють фонди та інші організації; фонди та організації, які здійснюють соціальне інвестування як основну діяльність (наприклад,



інвестуючи в соціальні компанії на пільгових умовах [4,11].

Тому, на нашу думку, соціально відповідальні інвестиції – це сукупність інвестицій, спрямованих на вирішення соціально-економічних, екологічних, правових, питань безпеки з урахуванням інтересів як інвестора, так і зацікавлених сторін шляхом інвестування у проекти, орієнтовані на довгострокові вигоди у грошовому еквіваленті або соціальний ефект.

За даними EUROSIF (*Europe-based national Sustainable Investment Fora*), CBI в Європі процвітає – ринок CBI в Європі досяг загального обсягу (активи під управлінням), що перевищив 12 трлн євро до кінця 2019 року, порівняно з 10 трлн євро до кінця 2018 року [6,7]. Ці тенденції показують, що CBI означає все більш важливу особливість європейської індустрії управління інвестиціями. В цілому, CBI – це інвестиційний процес або концепція, що охоплює широкий спектр підходів, починаючи від негативного відбору та виключення компаній на основі певних критеріїв до більш позитивного підходу, де екологічні, соціальні та управлінські фактори (ESG/ESG) складають основу відбору інвестицій (Рис 1).



**Рис. 1**

*Критерії відбору соціально відповідального інвестування*

Джерело: авторська розробка, основана на даних European Investment Bank, Eurosif

Тому соціально відповідальні фонди мають обирати серед

сильних та слабких сторін компаній на основі застосованого поєднання якісних (соціальних, екологічних) і кількісних критеріїв. Прикладом кількісних критеріїв є обмеження прибутку від «поганої», шкідливої діяльності в загальному прибутку компанії. Згідно з розрахунками SocialFunds.com, спільні фонди, які використовують соціальні та екологічні критерії для відбору цінних паперів для власного портфеля, роблять прибуток порівняним з фінансовими результатами традиційних пайових фондів [6, 10]. Рейтинг компаній, який часто використовується для визначення якісного рівня соціально відповідальних інвестицій, здійснюється за критеріями соціальної відповідальності за допомогою технології, яка змінює реальну владу громадської думки, на яку можна вплинути при прийнятті рішень. Отже, фондові індекси (*Domini Social Index (DSI) 400, Nasdaq Social Index, FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Index*) зважені відповідно до капіталізації компаній, не фондові індекси, що використовуються для порівняльного позиціонування зацікавлених організацій (Соціальний індекс Нідерландського міністерства соціальної політики).

Соціально відповідальне інвестування може служити важливим інструментом для розв'язання наявних соціальних, економічних та екологічних проблем на фондових ринках, що формуються. У той же час, СБІ в основному обмежується активами інвестиційних фондів (менше 2-3%) та сегментом роздрібної торгівлі. Характерними є низька обізнаність інвесторів щодо НДІ та погана інфраструктура. Позитивними тенденціями є наявність організацій, що спеціалізуються у сфері корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), сталого розвитку, корпоративного управління, а також поява фондового індексу СБІ. Люди віддають перевагу критеріям, що стосуються важливих для країни соціальних та екологічних питань.

Також метою цієї роботи є побудова карти стратегічних груп із визначенням особливостей розвитку ринку та зростання соціальних інвестицій залежно від розміру та зростання ВВП країни. Підвищення інвестиційної ролі як чинника економічного зростання визнають майже всі дослідники сучасного розвитку економічних процесів. Наукові дослідження ґрунтуються на підходах впливу накопичення капіталу на економічне зростання. Варто згадати, що, незважаючи на кризовий феномен в економіці, ринок СБІ продовжує зростати, що впливає на економіку країн. Це підтверджує актуальність та доцільність досліджень в цій сфері.

Вчені визначають 7 категорій СБІ: інвестиції в напрям сталості;

відбір найкращих інвестицій по групам; відбір на основі визначених критеріїв; виключення холдингів із інвестиційної мапи; інтеграція факторів ESG у фінансовий аналіз; залучення та голосування з питань сталого розвитку; інвестиційні впливи [6, 7]. В якості основи аналізу ми обрали категорію інвестицій в напрям сталості, оскільки інвестиції на тему сталості невід’ємно сприяють розв’язанню соціальних та/або екологічних проблем щодо зміни клімату, екологічної ефективності та здоров’я. Ми вважаємо, що ця категорія найбільш точно відповідає принципам сталості та соціальної відповідальності розвитку країн світу. На карті стратегічних груп частка соціально відповідальних інвестицій у загальних інвестиціях у країні була обрана як розміри кола (Таблиця 1).

**Таблиця 1***Початкові дані за період 2019/2018*

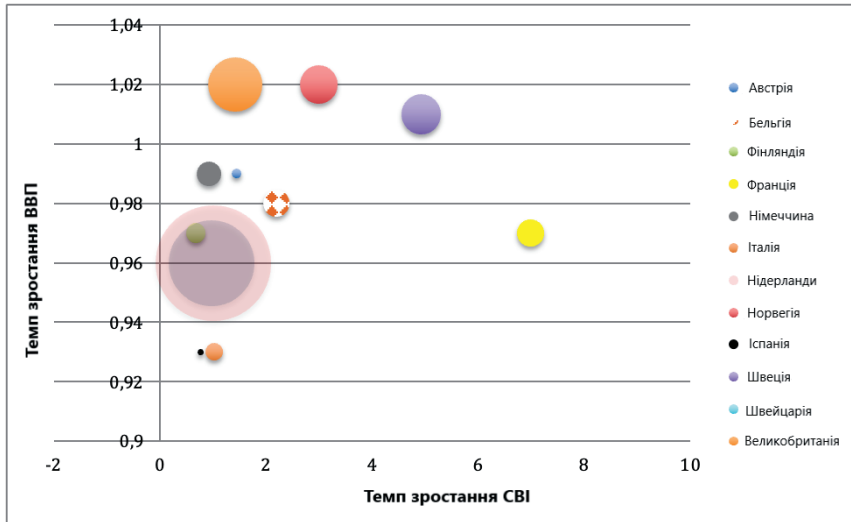
Країна	Темп зростання СБІ	Темп зростання ВВП	Відсоток СБІ в загальних інвестиціях, %
Австрія	1.45	0.99	0.109
Бельгія	2.2	0.98	0.913
Фінляндія	0.68	0.97	0.509
Франція	6.99	0.97	0.931
Німеччина	0.93	0.99	0.755
Італія	1.03	0.93	0.393
Нідерланди	1.01	0.96	17.224
Норвегія	3	1.02	1.868
Іспанія	0.77	0.93	0.041
Швеція	4.93	1.01	2.057
Швейцарія	0.98	0.96	9.51

Джерело: авторська розробка, основана на даних : Eurosif, Knoema, Quandl

Виходячи з аналізу, варто сказати, що в ЄС територіальний розподіл активів фондів СБІ відбувається нерегулярно. Національні ринки значно змінюються в межах обсягу, темпів зростання та частки в загальному обсязі ринку цінних паперів.

У результаті аналізу змін СБІ та ВВП за період на основі рисунка 2, стає зрозумілим, що країни можна поділити на три групи:

1. Темпи зростання СВІ дорівнюють або менші за темпи зростання ВВП.
2. Приріст СВІ вище, ніж зростання ВВП країни.
3. Країни із зростанням СВІ понад 300%.



**Рис. 2**

*Карта стратегічних груп країн у рамках СВІ, темпи зростання ВВП та частка інвестицій СВІ у загальному обсязі європейських інвестицій протягом 2018-2019 років*

Джерело: власна розробка

В Україні ринок СВІ відсутній, а іноземні фонди відповідальних інвестицій не представлені, незважаючи на те, що вигоди незаперечні. За даними опитування EUROSIF, 53% активів, якими керують Європейські фонди СВІ, інвестуються в облігації компаній [6]. Цей метод може бути прийнятним для українських компаній, акції яких торгуються на міжнародних фондових біржах, наприклад у Лондоні та Варшавській фондовій біржі.

Українські компанії зможуть отримати такі переваги із фондів СВІ:

- здешевлення вартості залучення коштів шляхом випуску облігацій. Фонди СВІ приймають нижчу рентабельність облігацій порівняно з вимогами інших інвесторів;

- залучення додаткового фінансування шляхом включення облигацій та акцій українських компаній до портфелів європейських фондів СВІ;

- підтримка ліквідності акцій. Більшість фондів СВІ – це довгострокові інвестори.

В Україні є компанії, які інтегрують принципи КСВ у свою діяльність, публікують нефінансову звітність, проводять її зовнішній та незалежний аудит, але соціально відповідальних компаній є лише невелика кількість. Основною проблемою розвитку ринку КСВ та СВІ є відсутність достатнього інформаційного контенту серед компаній. Популяризація важливості звітності щодо сталості серед компаній має сприяти розкриттю ними інформації відповідно до критеріїв СВІ, що, безперечно, привабить інвесторів. Розкриття такої інформації може створити потенціал для збільшення вартості бізнесу, а отже, публікація нефінансової звітності не повинна розглядатися як тягар для вітчизняних компаній. Це радше дає можливість підвищити рівень довіри потенційних інвесторів – як для вітчизняних, так і для іноземних компаній. Важливо систематично просувати інформацію про інвестиційну спільноту СВІ в Україні серед найбільших компаній країни, які можуть стати об'єктами інвестування фондів ІРІ, чи цінні папери яких можуть потрапити до кошика для розрахунку індексів стійкості.

Останнім часом в Україні виявилася тенденція прояву інтересу суспільства та держави до діяльності компанії у сфері сталого розвитку. У свою чергу, це призводить до того, що решта компаній приділятимуть цим питанням все більше уваги. Для України соціально відповідальні інвестиції можуть стати інструментом підвищення прозорості ділової інформації, вирішення ряду екологічних питань та покращенням якості життя.

На завершення підкреслимо, що соціально відповідальна інвестиція – це стратегія, в межах якої потрібно шукати гармонії між інтересами бізнесу та суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Blowfield, M. (2008). Corporate Responsibility: A Critical Introduction. New York. Oxford University Press. 452 p. ISBN 9780199581078.
2. Derwall, J., Koedijk, K. (2009). Socially Responsible Fixed-

Income Funds. *Journal of Business Finance and Accounting*, 36 (1), p. 210-229. ISSN 1468-5957.

3. Domini, A. (2001). *Socially Responsible Investing, Making a Difference and Making Money*. Chicago: Dearborn Trade. 267 p. ISBN 0793141737.

4. Earle, R. (2009). *Socially Responsible investing. A Guide for Trustees of Charitable Organizations*. URL: [http://www.tiffeducationfoundation.org/SRIdocuments/SRI\\_RalphEarle.pdf](http://www.tiffeducationfoundation.org/SRIdocuments/SRI_RalphEarle.pdf).

5. European investment bank investment report. URL: [https://www.eib.org/attachments/efs/economic\\_investment\\_report\\_2020\\_2021\\_en.pdf](https://www.eib.org/attachments/efs/economic_investment_report_2020_2021_en.pdf)

6. Eurosif. *European SRI Study 2018*. URL: <https://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2018/11/European-SRI-2018-Study.pdf>.

7. Galema R., Plantinga A., Scholtens B. (2008). The stocks at stake: Return and risk in socially responsible investment. In: *Journal of Banking & Finance*. Vol. 32, issue 12, p. 2646–2654. ISSN 0378-4266.

8. Gorokhova, T. The effectiveness of the corporate social responsibility policy in the enterprises. In: V International Scientific and Practical Conference “Problems and prospects of entrepreneurship”. Kharkiv, 2011? p. 50.

9. Kinder, P. Lydenberg, S. Domini, A. (1993). *Investing for Good*. New York: Harper Business, 293 p. ISBN 887305652.

10. Knoema. *World and regional statistics. Information about economy of country*. URL: <https://knoema.com/atlas/topics/Economy>

11. *European Responsible Investing Fund Market 2019*. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/lu/pdf/lu-en-European%20Responsible%20Investment%20Fund-2019.pdf>

12. Quandl - Data Platform. *Total investments of country*. URL: <https://www.quandl.com/>.

**Анна БОРИСЕНКО,**  
студентка,  
Національний юридичний університет  
імені Ярослава Мудрого

## **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ – СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Сучасні реалії в умовах пандемії COVID-19 продемонстрували представникам бізнесу необхідність дбати не лише про свої багатомільйонні прибутки, але й про соціальну відповідальність перед суспільством, яке потрапило в скрутне становище. Проаналізувавши підприємницький ринок на початку та наприкінці 2020 року, ми можемо дійти висновку, що лише ті компанії змогли зберегти свій статус та визнання, які готові були вступити в боротьбу з коронавірусною хворобою та надати їхнім клієнтам допомогу і можливості для захисту здоров'я та добробуту. Соціально відповідальні компанії перейшли на ведення бізнесу в режимі онлайн, почали використовувати послуги з доставки, надали клієнтам засоби особистого захисту, респіраторні маски та рукавички, дотримувалися карантинних обмежень. Але це лише один із яскравих прикладів, як соціальна відповідальність допомогла зберегти життєздатність різних підприємств у такий нелегкий час.

Суспільство України, слідуючи тенденціям Європи та Америки, все більше надає перевагу якісним і безпечним продуктам харчування та товарам. Українська спільнота готова до змін. Та чи можемо ми те саме сказати про представників великого та середнього бізнесу, зокрема агробізнесу? Відповідь буде - не зовсім. Те саме стосується й великих компаній Європи. Але, у Стратегії Європейського Союзу «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого та всеосяжного зростання» питання корпоративної соціальної відповідальності посідає важливе місце. Дана Стратегія передбачає посилення уваги держави до впровадження практики корпоративної соціальної відповідальності, зокрема йдеться про доцільність винагородження компаній за відповідальну бізнес-поведінку через інвестиції та участь у державних закупівлях.

То що ж включає у себе соціально відповідальне ведення бізнесу? Щоб відповісти на це запитання, слід провести ряд досліджень і проаналізувати різні визначення соціально відповідального ведення бізнесу. Дане поняття трактують,

переважно, як зобов'язання, які добровільно беруть на себе компанії, підприємства, бізнес-групи для розв'язання суспільно значущих проблем як у межах самої бізнес-спільноти, так і за її межами, тобто на виробничому, муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях [1, с. 10]. Окрім того, варто зауважити, що соціальна відповідальність – це політика підприємства, згідно з якою воно має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій і рішень на довкілля, споживачів, менеджерів, працівників, постачальників, партнерів та інших учасників ринку.

З іншого боку, соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, пов'язаних із основною діяльністю компанії або тими видами її діяльності, що виходять за рамки певного мінімуму вимог. Говорячи про корпоративну соціальну відповідальність, про яку згадувалося раніше, слід зазначити, що у загальному розумінні така відповідальність – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників, їх родин, громади й суспільства в цілому [2].

Соціальну відповідальність варто розглядати як комплекс різних її видів – економічної, демографічної, політичної, правової, моральної, екологічної, виробничої, етичної тощо. Це широке поняття передбачає врахування вимог як суспільства в цілому, так і всіх його структурних елементів [3, с. 142], але його не можна звести до якогось окремого виду.

В розрізі нашої теми, а саме – соціально відповідального ведення агробізнесу, найбільш доцільним здається визначення соціальної відповідальності як політики сільськогосподарського підприємства, згідно з якою воно під час здійснення своєї виробничо-господарської діяльності має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій та рішень на довкілля, споживачів, працівників тощо.

Особливої актуальності проблематика соціально відповідального ведення агробізнесу набуває у зв'язку з необхідністю реалізації Глобальних цілей сталого розвитку, визначених у підсумковому документі «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», який було прийнято Генеральною Асамблеєю ООН у 2015 році. У спеціальній літературі під сталим розвитком сільськогосподарського виробництва розуміють



стабільний і незворотній процес прогресивних цілеспрямованих змін на основі досягнень науки й техніки в агросфері при веденні сільськогосподарського виробництва в такою напрямі, який забезпечує успішне її функціонування в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь [4, с. 164].

Окрему увагу даним аспектам приділено в Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року (далі – Концепція), метою якої визначено створення організаційно-економічних умов для ефективного, соціально спрямованого розвитку аграрного сектору економіки. Один із напрямів Концепції включає в себе наступне: визначення, розроблення та імплементацію напрямів розвитку аграрного сектору економіки на основі оптимізації його виробничої та соціальної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва, нарощування його обсягів, поліпшення якості і безпечності сільськогосподарської продукції, охорони навколишнього природного середовища та відтворення природних ресурсів, підвищення рівня зайнятості сільського населення [5]. Концепцією передбачено й врахування досвіду держав із розвиненою аграрною економікою, де аграрна політика реалізується переважно через заходи економічного стимулювання та державної підтримки аграрного виробництва [5]. Отже, у цій Концепції ми вбачаємо подібність із положеннями Європейської Стратегії, та доходимо висновку про те, що держава має стимулювати соціальну відповідальність бізнесу в Україні, в тому числі й аграрного.

Слід також зазначити, що на виконання Указу Президента від 30 вересня 2019 р. «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» розпорядженням Кабінету Міністрів України 24 січня 2020 р. затверджено Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Основними напрямками розвитку соціально відповідального бізнесу, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності на добровільних засадах, є:

- у сфері охорони навколишнього природного середовища:
  - впровадження інноваційних екологічно безпечних та енергоефективних технологій;
  - запобігання негативному впливу на навколишнє природне середовище;
  - утилізація відходів;

у сфері зайнятості населення:

- розроблення стратегій соціальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності з урахуванням інтересів громади і суспільства;

- створення нових робочих місць;

- сприяння навчанню протягом життя та підтримка обдарованої молоді;

у сфері розвитку трудових відносин:

- налагодження діалогу з профспілковими організаціями, сприяння укладенню колективних договорів;

- забезпечення об'єктивності оцінки професійних якостей і розміру винагороди за добросовісне та результативне виконання професійних обов'язків працівників;

- створення можливостей для забезпечення зайнятості молоді та полегшення доступу працівників до здобуття освіти;

- створення безпечних та ергономічних умов праці, проведення оздоровчих та культурних заходів тощо [6].

Розглянемо всі ці напрямки у розрізі ведення саме аграрного бізнесу. Важливим елементом соціально відповідального ведення бізнесу є дотримання екологічних норм і побудова безпечного виробництва. Для чого це, наприклад українським агрохолдингам? Побудова екологічно безпечного та енергоефективного виробництва забезпечить вихід українських компаній у міжнародний економічний простір. Щоб стати частиною світового ринку, наразі слід дотримуватися жорстких правил і слідувати сучасним тенденціям у сфері підприємництва.

Наприклад, торгова марка «Олейна» пройшла екологічну сертифікацію відповідно до міжнародних стандартів і наразі виробляє соняшникову олію, яка єдина в Україні володіє екологічним сертифікатом стандарту ДСТУ ISO 14024, що визнається в 60-ти країнах світу. Даний сертифікат гарантує, що вказана продукція вироблена без завдання шкоди довкіллю, не містить ГМО та штучних домішок [7].

У спеціальній літературі підкреслюється, що стимулювання розвитку агробізнесу можливе шляхом запровадження соціальної відповідальності, сутність якої полягає у добровільному зобов'язанні, у вигляді активних дій сільгосптоваровиробника щодо сталого розвитку сільських територій, з метою формування його позитивного

іміджу, впровадження аграрних інновацій, підвищення рівня та якості життя селян, охорони довкілля [8, с. 29].

Утилізація відходів є невід’ємною частиною побудови соціально відповідального агробізнесу та полягає у створенні умов для переробки та знищення всіх видів відходів і залишків виробництва. Окремої популярності наразі набувають безвідходні виробництва, які використовують відходи для створення нової безпечної продукції. Ведення органічного виробництва створює можливість не лише для покращання стану довкілля, але й для переробки відходів шляхом виготовлення з них, наприклад, добрив чи інших корисних речовин.

Звертаючи увагу на питання зайнятості населення, слід зазначити про важливість реалізації таких заходів особливо у селах. Створення та розвиток інфраструктури села великими аграрними компаніями сприятиме забезпеченню підприємств новими та талановитими кадрами, гідному рівню життя не тільки власників агрохолдингів, але й місцевих жителів – селян. Розв’язання таких соціальних проблем населення як: підвезення дітей до школи, отримання якісної медичної допомоги, облаштування місць для відпочинку, спорту і розвитку, – зосередить працівників-селян на виконуваній роботі і, зрештою, зробить аграрне підприємство більш ефективним. Підвищуючи професійну кваліфікацію місцевих жителів та забезпечуючи їх роботою, компанії зможуть зекономити не тільки на заробітній платі тимчасових приїжджих сезонних працівників, але й на забезпеченні їх житлом і транспортними засобами.

У трудовому праві існує таке поняття як заохочення. На мою думку, на ньому має будуватися вся політика соціальної відповідальності підприємства у сфері трудових відносин. Добре відомий метод «пряника», в даному випадку може полягати в наступному. По-перше, це забезпечення безпечних умов праці, налагодження сучасного виробництва, використання нових технологій та навчання персоналу. По-друге, преміювання працівників за добросовісне виконання роботи та надмірні години праці. По-третє, співпраця з профспілковими органами, а головне – з працівниками, їх інтерв’ювання для виявлення проблемних аспектів роботи.

Крім вище зазначених факторів, соціальна відповідальність в агробізнесі має полягати у врахуванні особливостей сільськогосподарської виробничої діяльності. Сезонність аграрного виробництва створює відповідне нерівномірне навантаження

працівників, що має не просто враховуватися, але й окремо винагороджуватися. Робота в сільськогосподарському підприємстві включає в себе великий відсоток фізичної праці. Саме тому підприємці мають створювати умови для відпочинку та відновлення організму працівників. Використання землі може стати не тільки основним засобом виробництва. Земля є годувальницею для соціально незахищених верств населення. Благодійна діяльність у вигляді пожертви частини вирощеної продукції може стати не тільки гарним добропорядним жестом, але й скритою рекламою сільгоспвиробника. Більше того, сільськогосподарські товаровиробники могли б взяти реальну участь у створенні й формуванні так званих «продовольчих банків», які існують в окремих розвинутих країнах, і значення яких в умовах глобальної продовольчої кризи лише зростатиме. Тож, участь аграрних товаровиробників у розв'язанні проблеми забезпечення продовольчої безпеки також слід вбачати виявом соціально відповідального ведення агробізнесу.

Соціальна відповідальність аграрного бізнесу формується як під впливом суспільства, так і самих підприємств, що прагнуть знайти свою нішу в конкурентному середовищі, збільшити кількість споживачів, зацікавити у співпраці потенційних партнерів (зокрема, власників земельних ділянок та паїв) та перспективних спеціалістів. Населення формує попит на якісну та безпечну продукцію, а сільськогосподарські підприємства мають надавати відповідну пропозицію.

Отже, враховуючи багатофункціональність сільськогосподарських підприємств і широку сферу їх впливу, їхню діяльність можна вважати одним із визначальних чинників сталого розвитку, передусім, сільських територій та агросфери в цілому. Крім того, запровадження політики соціально відповідального ведення агробізнесу створить підґрунтя для формування відповідного позитивного іміджу сільськогосподарських підприємств, визнання національних виробників на міжнародному рівні, забезпечить гідний рівень життя українців, а головне – надасть можливість аграрним підприємствам розширювати своє виробництво та виготовляти не тільки сировину, але й готову якісну, конкурентоспроможну продукцію.

Тому пропонуємо проводити конкурси на найбільш соціально відповідальне сільськогосподарське підприємство. Оцінка підприємств буде здійснюватися згідно з критеріями, зазначеними у Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року.

Фінансування такого конкурсу та фінансова підтримка переможця може здійснюватися як за рахунок коштів, передбачених у державному бюджеті на відповідний рік, так і в порядку міжнародної (грантової) підтримки. Таке своєрідне стимулювання учасників аграрних відносин не лише сприятиме створенню відповідного конкурентоспроможного середовища, але й надасть найкращим з них певну фінансову підтримку. Однією з умов конкурсу може бути затвердження в статуті підприємства відповідного положення про соціально відповідальне ведення бізнесу, де знайдуть відображення визначення основних напрямів роботи та порядок реалізації принципів соціальної відповідальності. Такими пунктами можуть бути передбачені заходи щодо збереження та відновлення навколишнього природного середовища, певні види заохочень для працівників, соціальна діяльність підприємства та благодійність тощо.

Вбачаємо також за доцільне ведення відповідного маркування соціально відповідальних сільськогосподарських підприємств. На сьогодні дещо подібне існує для виробників органічної продукції, а саме логотип для органічної продукції. Він наноситься виключно на продукцію, вироблену відповідно до законодавства України у сфері органічного виробництва, що підтверджено сертифікатом, який засвідчує відповідність процесу виробництва продукції та її обігу вимогам законодавства у сфері органічного виробництва.

Затвердження відповідного логотипу на продукції сільськогосподарських підприємств є відзнакою якості та показником для пересічного споживача. Оскільки соціально відповідальне ведення бізнесу охоплює декілька напрямів, покупці зможуть бути впевнені не тільки в якості і безпечності продукції, але й у ставленні підприємства до навколишнього природного середовища, до своїх працівників, селян та суспільства в цілому.

## Список використаних джерел

1. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. К.: Фарбований лист. 2010. 56 с.
2. Аделькин Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса. К.: Блакить. 2005. 349 с.
3. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: [монографія]. Дніпропетровськ: ДВНЗ «НГУ». 2011. 357 с.
4. Курман Т.В. Сталий розвиток сільськогосподарського виробництва: проблеми правового забезпечення: моногр. Х.: Юрайт, 2018. 376 с.
5. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року від 30.12.2015 року № 1437-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80#Text>.
6. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.12.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.
7. Ярова В.В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу. URL: [base.dnsgb.com.ua](http://base.dnsgb.com.ua).
8. Корнієнко Г.С. Теоретико-правові засади становлення та розвитку агробізнесу в Україні: автореф. ... докт. юрид. наук, спец-ть 12.00.06. Х., 2021. 40 с.

**Анастасія ГРИНЬ,**  
аспірантка,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

## **ПУБЛІЧНА ПОЛІТИКА ЩОДО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ТРЕНД ЧИ ВИМОГА ЧАСУ?**

Стрімкий розвиток інтеграційних і глобалізаційних процесів, екологічні проблеми та вичерпність природних ресурсів, бідність і несправедливість в суспільстві – всі ці виклики змусили сучасний бізнес переглянути свої пріоритети та змінити вектор подальшого розвитку для того, щоб не втратити свої позиції в конкурентному середовищі. Відтак, особливої актуальності набуває розвиток соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ), де головним завданням є не лише максимізація прибутку за допомогою будь-яких методів, а зосередження уваги на вирішенні соціальних проблем та дотримання принципів сталого розвитку. В процесі виникнення нової філософії бізнесу (трансформації його основних цінностей) перед державою стоїть завдання створення та реалізації ефективних механізмів регулювання СВБ, а також формування оптимальної моделі національної політики щодо його розвитку.

Питання розвитку та регулювання СВБ набуло широкої популярності у високорозвинених країнах і перебуває у центрі уваги фахівців вже не один десяток років. Теоретичні основи розвитку соціальної відповідальності бізнесу стали об'єктом дослідження великої кількості іноземних науковців таких як Г. Боуен, К. Девіс, П. Друкер, А. Керолл, В. Фредерік, Л. Фігліні та ін., а також вітчизняних вчених: Т.Г. Бондарука, В.Г. Бульби, З.І. Галушки, М.В. Третьак, І.О. Ворончак, В.А. Євтушенко, О.В. Коцій, Л.В. Смолій, Н.А. Супрун, Н.О. Щур та інших.

Соціальна відповідальність (держави, бізнесу, людини) як особливий вид суспільних відносин і закономірний результат розвитку соціально-орієнтованої економіки є водночас важливим показником економічної, соціальної та політичної зрілості суспільства [1], а також відображенням цінностей суспільних відносин між всіма їх учасниками.

Центр соціально відповідального бізнесу в Україні визначає

соціальну відповідальність як активну соціальну позицію компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Упродовж останніх років в Україні вказане вище визначення не раз підтвердилося на практиці: з початку війни на сході нашої країни значна частка українського бізнесу проявляла ініціативу щодо підтримки військових та надавала фінансову допомогу в якості благодійних внесків. Завдяки допомозі небайдужих волонтерів із громадського сектору та бізнесу вдалося протистояти ворогові в надзвичайно тяжкі періоди, а також за короткий термін значно покращити матеріально-технічний стан та спроможність українського війська на передовій. Наступним вагомим поштовхом для активізації соціальної відповідальності українського бізнесу стала світова пандемія COVID-19, проте тепер на передовій опинилися медики. Підприємцям і волонтерам знову вдалося максимально швидко згуртуватися, відреагувати на загрозу та допомогти придбати необхідне лікарням устаткування для порятунку життя українців. Окрім загальнонаціональних проблем, дедалі частіше локальні проблеми теж не обходяться без допомоги бізнесу та волонтерства. Така активна участь бізнесу у розв'язанні гострих суспільних проблем свідчить про його готовність дотримуватися морально-етичних принципів під час досягнення комерційного успіху задля формування іміджу сучасної соціально орієнтованої компанії.

У Зеленій книзі Європейського Союзу СВБ тлумачиться як інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі [2]. Та попри таку добровільність переважна більшість високорозвинених країн розробили національні моделі та активно використовують програми підтримки і стимулювання вищезазначених процесів. У них держава визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань, стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності. Крім того, державами прийнято необхідні національні нормативно-правові акти та міжнародні документи, які регулюють таку діяльність та дозволяють здійснювати її контроль. Тобто, створено дієву публічну політику щодо розвитку, стимулювання та регулювання СВБ.

Упорядкована та певним чином систематизована соціальна відповідальність притаманна переважно великим українським корпораціям або тим, які мають значну частку іноземного



фінансування та сповідують європейські цінності. Це спричинено нестійкою економічною ситуацією в нашій країні та відсутністю в середнього та малого бізнесу впевненості у подальшій спроможності забезпечити власну економічну діяльність, вже не говорячи про додаткове фінансове навантаження у вигляді участі у поліпшенні суспільного благополуччя. Проте бізнес-організації, які все ж сформували власну стратегію та принципи СВБ, що стали основою їх стратегічного менеджменту, активно реалізують різноманітні ініціативи. Серед них такі, що спрямовані на допомогу армії та ветеранам, на розвиток програм підтримки пенсіонерів та людей з обмеженими фізичними можливостями, на створення об'єктів соціально-культурного значення, на реалізацію різноманітних освітніх і просвітницьких проєктів. Варто зауважити, що деякі організації навіть створюють окремі структурні підрозділи та наймають фахівців з корпоративної соціальної відповідальності. Та, на превеликий жаль, частка таких підприємств, що сповідують нову філантропічну філософію ведення бізнесу надзвичайно низька.

Ще одним проявом соціальної відповідальності є соціальне підприємництво – особливий вид підприємницької діяльності, де розв'язання соціальних проблем є основою його діяльності, на відміну від звичайного бізнесу, де активна соціальна позиція є другорядним проявом. Як правило, соціальне підприємництво діє в межах малого та середнього бізнесу за рахунок самофінансування громадських організацій. Причиною цього є відсутність нормативних вимог до такої діяльності та й, взагалі, самого поняття «соціальне підприємництво» у нормативних актах. Попри це в країні з'являється дедалі більше соціальних підприємств із прогресивними поглядами і свіжими ідеями екологічного виробництва (використання вторинної сировини та альтернативних джерел енергії), залучення до роботи маломобільних груп населення (людей з обмеженими фізичними можливостями, пенсіонерів тощо) та реалізацію проєктів задля підтримки соціальних ініціатив.

Оскільки вектор розвитку України базується на принципах та цінностях Європейського Союзу, аналіз і впровадження кращих практик світового та європейського досвіду державного регулювання та публічної політики щодо розвитку СВБ є важливим елементом інтеграції України в європейське співтовариство. Участь держави в процесі стимулювання та розвитку СВБ є надзвичайно важливою, адже нова парадигма небайдужості бізнесу до соціальних процесів лише починає розвиватись та має досить фрагментарний характер.

Тому необхідні досконала нормативно-правова база та фінансово-економічні важелі заохочення. Окрім створення та прийняття нових, спеціальних, законів для регулювання СББ, основоположним має стати забезпечення державою суворого дотримання існуючого законодавства кожним учасником ринкових відносин (трудового та податкового законодавства, екологічних стандартів, відсутність корупційних проявів тощо). Лише після становлення такого базового рівня відповідальності бізнесу перед державою та суспільством можна розвивати дійсно ефективну політику популяризації соціальної відповідальності бізнесу, яка спрямована на розв'язання ряду гострих соціальних проблем.

Проте, на жаль, на сьогоднішній день в Україні не існує чіткого державного механізму регулювання та стимулювання розвитку СББ. А єдиним офіційним документом, де принаймні якось описано це досить актуальне питання, є Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року та затверджений до неї План заходів.

Досвід високорозвинених країн показує, що якість життя населення та соціальна стабільність держави багато в чому залежать від ефективності формування системи партнерських відносин влади, бізнесу та громадянського суспільства, де влада є основним модератором цих процесів. З огляду на постійні виклики, які виникають перед українським суспільством, та бажання і, головне, спроможність бізнесу оперативного допомагати у вирішенні тих чи інших проблем, варто зазначити, що тема розвитку і регулювання СББ є надзвичайно актуальною для вітчизняної публічної політики. Хоч вона і потребує глибокого дослідження, проте може стати дієвим механізмом розв'язання значної кількості соціальних проблем загальнодержавного та місцевого рівнів.

Створення дієвої публічної політики стимулювання та розвитку СББ на загальнонаціональному рівні може дати значимі результати для розвитку країни: підвищення рівня життя та зростання добробуту населення; детінізація бізнесу та зменшення корупційних проявів; підвищення конкурентоспроможності національної економіки; розвиток екологічних програм та раціонального використання ресурсів; зменшення навантаження на місцеві бюджети при вирішенні гострих соціальних проблем за рахунок добровільних соціальних ініціатив бізнесу; удосконалення форм державно-приватного партнерства та соціального діалогу між всіма учасниками суспільних відносин.

## Список використаних джерел

1. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. Демографія та соціальна економіка 1 (2011), с. 15.
2. Бобко Л.О. Сучасний стан та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Ефективність державного управління 1-2 (2) (2016), с. 41-47.
3. Зелена книга соціального підприємництва: друга редакція. URL: <https://socialbusiness.in.ua/news/zelena-knyha-sotsial-noho-pidpriemnytstva-druha-redaktsiia/>.
4. Бондарук Т.Г., Бондарук І.С. Державне регулювання розвитку малого бізнесу і його соціальної відповідальності. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту 3 (2019), с. 111-119.
5. Бульба В.Г., Третяк М.В. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу. Теорія та практика державного управління 3 (2013), с. 343-350.
6. Ворончак І.О. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування. Економіка і суспільство 17 (2018), с. 24-29.
7. Смолій Л.В. Інституціоналізація соціальної відповідальності в Україні. (2015).
8. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.
9. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 р. № 853-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-vikonannya-konceptsiyi-realizaciyi-derzhavnoyi-politiki-u-sferi-t10720>.
10. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (проект) URL: [http://svb.ua/sites/default/files/201108\\_koncepciya\\_nacionalnoyi\\_strategiyi\\_svb.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/201108_koncepciya_nacionalnoyi_strategiyi_svb.pdf).

**Карина ПАЛАЖЧЕНКО,**  
аспірантка,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського»

## **ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Поняття «соціальної відповідальності» у веденні бізнесу протягом тривалого часу є невід'ємною складовою корпоративних принципів Західної Європи, Північної Америки та країн G-20, і, як домінуюча концепція, втілюється в управлінських практиках на просторах України в рамках євроінтеграції. Сьогодні соціальна відповідальність бізнес простору - це про зрілість та високий рівень гуманізації суспільних відносин, що знаходить своє відображення у зростанні ступеня відкритості національної економіки та суспільства, трансформуванні соціальних запитів, відповідній якості товарів і послуг. Це призводить до інтернаціоналізації виробництва, налагодження інфокомунікаційної інфраструктури в умовах децентралізації влади, тощо.

У довгостроковій перспективі реалізація догм соціальної відповідальності бізнесу сприятиме довготривалому стабільному розвитку українського суспільства та, з боку приватних стекхолдерів - зменшенню проявів монополізації та олігархізації, що є актуальним в умовах постолігархічної трансформації в нашій країні. Безумовно, перед науковцями нині постає вкрай складне завдання щодо обґрунтування кращих підходів з метою імплементації обговорюваної концепції відповідно до вітчизняних традицій ведення рентних відносин, тенденцій постсучасності та нормативних підвалин. При цьому слід враховувати специфіку українського соціокультурного ґрунту в умовах відсутності державної політики щодо реалізації, розвитку та контролю соціально відповідального ведення бізнесу. Окрім того, на відміну від поняття «юридичної відповідальності», поняття «соціальної відповідальності» є більш складним з методологічної та практичної точок зору. Відсутність загальноприйнятого або (в розрізі державного управління) офіційного трактування терміну породжує можливість вироблення

нових інтерпретаційних сенсів, що створює підстави для підміни поняття щодо участі бізнес структур у вирішенні соціально значущих питань до «благодійних витрат», «спонсорства», «філантропії», «меценатства» та ін. Ці прояви та дії бізнесу є дотичними до соціальної відповідальності, але якщо дивитися глибше, вони мають суттєво принципові відмінності.

Формування уявлень про соціальну відповідальність та роль об'єднань у цьому розглядались ще античними вченими. Відтак, у працях Платона відповідальність осмислюється через призму морального зобов'язання, становленню якого, на думку автора, сприяє виховання та рефлексія [1]. Між тим, у історичній ретроспективі для забезпечення прогресивного розвитку формується прагнення та намір до видозміни соціальної відповідальності від особистісно-колективної до корпоративної, яка стала відчутною на зламі феодального устрою, заснованого на економічному примусі та виробленні нових організаційних традицій в умовах індустріалізації. Грунтовніше – ідея соціальної відповідальності у веденні бізнесу формується як виклик форсованому поступу і прямо корелює з проблемою вичерпності та обмеження ресурсного потенціалу і соціально-матеріальних можливостей. Саме тому вважаємо, що знаходження методів і механізмів об'єднуючих форм взаємовідносин між державним та приватним сектором є необхідною умовою для подальшого розвитку суспільства у гармонійному тривимірі «екологія-соціум-економіка».

Розв'язання соціальних проблем із урахуванням аккумулявання можливостей державного та приватного секторів, питання теорії та практики інтеграції суспільства з різних позицій розглядались у філософській думці М. Вебера, Ф. Котлера, К. Крауча, К. Поппера, Ф. Фукуями та інших. Узагальнюючи, можна констатувати, що вищеназвані автори розуміють під концепцією соціальної відповідальності у діяльності бізнесу прихильність корпорацій до ведення справ на основі етично-моральних постулатів, задовольняючи потреби цільового ринку і водночас створюючи умови підвищення рівня добробуту населення [2, с. 33]. Значна кількість доробок щодо соціальної відповідальності ведення бізнесу сформована у вітчизняній науковій думці. Зокрема, варто відмітити В. Воротіна, В. Шаповал, П. Яницького та інших. Аналіз останніх публікацій стосовно обґрунтування державно-партнерських відносин, як необхідної форми взаємодії агентів ринку, вказує на зміну вектору у науковому пошуку до визначення меж втручання

держави в соціально-економічну сферу та ролі корпорацій (бізнесу) у формуванні умов для забезпечення принципів сталого розвитку. Саме тому реалізація державно-приватного партнерства (далі – ДПП) та застосування інноваційних комунікаційних технологій для соціально відповідальних підприємств є актуальною темою. Вона вимагає подальшого вивчення та втілення продуктивних засад державно-приватного партнерства з метою підвищення ефективності державного управління, розвитку реального сектору економіки та досягнення Цілей сталого розвитку за наявності існуючої (створеної) ресурсно-технічної бази.

Нині філософська доктрина корпоративної соціальної відповідальності бізнесу виходить за межі етично-моральних принципів, перетворюючись на ґрунтовну позицію, яка характеризується наявністю стратегії та практики, включає в себе різноманітні форми, механізми, інструменти та напрями реалізації добровільної участі бізнес структур. А реалізація ДПП є каталізатором розширення ролі бізнес партнера, створюючи йому можливість брати участь у відповідних процесах на різних рівнях від муніципально-регіонального до глобальнішого – міжнародного [3]. Така модель партнерства державного та приватного секторів економіки стає умовою поступу від форми організації роботи корпорацій, зосередженої на максимальному отриманні прибутку, до компромісного підходу активної участі корпорацій у розв’язанні соціальних проблем, що, своєю чергою, стає передумовою формування нових якісних соціальних відносин та створює підґрунтя інвестиційної привабливості корпорацій і підвищення загального рейтингу бізнес структур як на національному, так і на міжнародному ринку. А практики ключових країн реалізації ідей соціально відповідального ведення бізнесу в рамках ДПП стають показовими щодо високоефективності механізму модернізації процесів державного, соціального і природничого секторів, створюючи конкурентні переваги окремих країн, які займають вагоме місце у забезпеченні імперативів парадигми сталого розвитку.

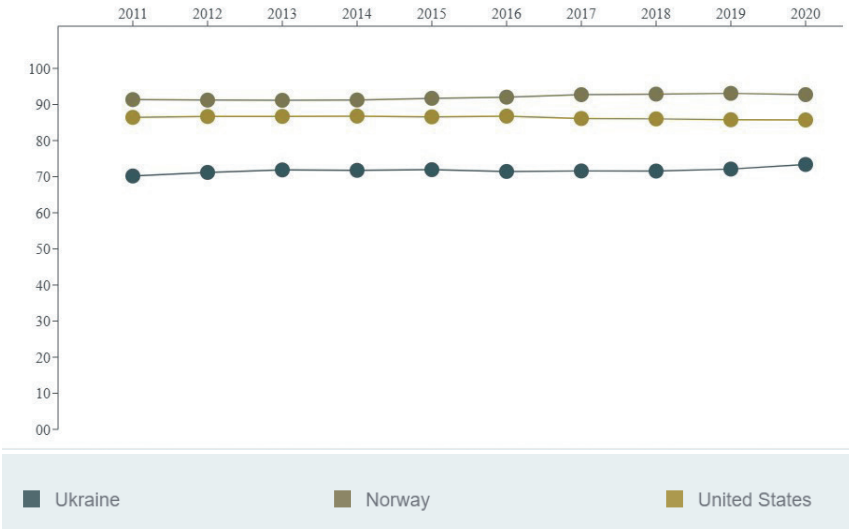
Серед показових, в руслі проблеми становлення сталого розвитку, переваг соціальної відповідальності бізнесу із долученням ДПП варто назвати наступні: покращення загального рівня ефективності ведення бізнесу; збільшення соціальних дотацій; зниження вартості операційних витрат та вартості конкретних послуг; підвищення (в умовах українського простору – створення) репутації вітчизняного бізнесу великої та середньої ланки; збільшення

людського капіталу (за нестабільної політико-фінансової ситуації вважаємо перспективним використання наявного інтелектуального потенціалу країни, як альтернативи зниженню якості виробництва та здешевленню оплати праці); дифузія корпоративної етики та «безпечного» бізнесу; захист навколишнього середовища; забезпечення умов формування громадянського суспільства; підтримка недієздатних категорій населення; зменшення рівня та форм тіньової економіки у веденні бізнесу; перехід від державного до публічного управління із активним залучення населення до постановки нагальних соціальних завдань з їх подальшим розв'язанням. Конкретніше, формування продуктивного середовища стає реакцією на поступальне задоволення потреб кожного із учасників, яке стає можливим за умови акумуляції їх зусиль та спільного вектору зацікавленості. А саме – з боку державного партнера відбувається відмова від неефективних важелів та елементів управління, що знижують навантаження на бюджет; бізнес партнер отримує державні активи на час дії партнерських угод, для соціуму - зменшення гостроти соціально-економічних проблем.

Відтак, зважаючи на позитивний ефект та значну практику успішно реалізованих проєктів ДПП у рамках становлення соціальної відповідальності, важливим завданням на сьогодні є вичерпний аналіз соціальної направленості бізнесу у різних країнах з метою вивчення чинників їх становлення. Вони, в межах даного дослідження, свідчать про пряму залежність від базових інститутів виховного характеру: освіти, культури, елітарних об'єднань та інших інституцій, які апелюють до соціального розвитку. Розглянемо детальніше наведені дані щодо рівня соціального розвитку за даними Індексу соціального прогресу (*Social Progress Imperative 2020*).

Таблиця 1.

Результати дослідження Індексу соціального прогресу  
(*Social Progress Imperative*) станом на 2012 - 2020 роки



Джерело: складено автором на основі [4]

За підсумками 2020 року очолюють рейтинг Індексу соціального прогресу (*Social Progress Imperative 2020*) Норвегія (92,73), Данія (92,11), Фінляндія (91,89), Нова Зеландія (91,64), Швеція (91,62) та Швейцарія (91,42). Україна з відміткою 73,38 посідає 62 місце із 163. Рейтинг відкритості та активності компаній у сфері корпоративної відповідальності міжнародного характеру на сьогодні знаходиться у розробці. Однак, локально він представлений у багатьох країнах консалтинговими компаніями, журналами та, безпосередньо, результатами звітів, які мають стати відмінною характеристикою прозорості діяльності компаній у кожній країні, зменшуючи можливість прояву недобросовісного ведення бізнесу. «GlobeScan Radar», консалтингова компанія «Reputation Institute», «Global RepTrak» здійснюють оцінку рейтингу корпоративної репутації провідних світових компаній. За їхніми даними незмінними лідерами такого рейтингу є наступні компанії: «Rolex» (Швейцарія), «Lego Group» (Данія), «Intel», «Microsoft» та «Google» (США). Формування рейтингу кожної компанії здійснюється за окремими методологією та інструментарієм, однак, можна спостерігати взаємозалежність



оцінки репутації та соціального розвитку у детермінації якісних форм корпоративної відповідальності [5].

Між тим, поступаючись країнам-лідерам у рейтингах, трансформаційні процеси реінжинірингу принципів функціонування та розвитку корпорацій у взаємовідносинах акторів трикутника «держава-бізнес-соціум» як необхідної умови реалізації сталого розвитку, бізнес в Україні також транслює позитивні зрушення. Однак, вони супроводжуються низкою гальмівних факторів унаслідок нестабільної політичної діяльності. Варто відмітити, що, попри залучення приватного партнера у співпрацю з владними структурами, відбувалось свідоме обмеження реалізації цілей та місій суспільного значення, їх звуження до питань розвитку власного бізнесу. Але актуалізація комунікаційної складової стає фактором лонгитюдного успіху корпорацій, що використовується PR-підрозділами для різноманітних інтерпретацій соціальної відповідальності та має спорадичний характер. Таким чином, принципи ведення бізнесу в рамках соціальної та корпоративної відповідальності в Україні все ще залишаються невизначеними, а інституціональна основа партнерства між державним та приватним секторами економіки носить формальний характер, що відповідає світовим стандартам.

Уповільнена динаміка формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні має багатофакторний характер. Насамперед, варто говорити про сформовану систему соціокультурного простору постмодерну. Більш широко – створення нового типу управління на основі існуючого способу функціонування країни (який, за своїм змістом, хоча і зазнавав реформацій, але обмежив кардинальні трансформації) та копіювання поведінкових моделей управлінського ешелону минулого (що типово для молодих країн) вважаємо неефективним. Як результат – методи вирішення проблем державного значення залишаються непродуктивними, що стосується і питань соціальної відповідальності бізнес-конфігурацій. З огляду на те, що ці методи були сформовані за попередньої управлінської парадигми, ми знаходимо їх занадто консервативними та такими, що обтяжені засобами репресивного впливу. Але в умовах глобалізаційних змін потребується гнучке та оперативне втручання. Відтак, можна спостерігати деградацію управлінської архітектури: роль представницьких органів влади зводиться нанівець або послаблюється, чим створюються передумови апелювання до авторитаризму та посилення патерналістичних настоїв серед населення. Такі явища вже малі місце у ретроспективі українській

дійсності.

Формування нового та якісного кадрового управлінського потенціалу є актуальним завданням упродовж останнього десятиліття. Його виконання безпосередньо залежить від освітнього середовища, яке нині зазнає стагнації. Дане питання є центральним у західній теоретичній соціології та вже знаходить своє відображення в управлінських техніках, напрацюванні стратегії та тактики щодо системотворчих відносин між владними структурами та бізнес групами. При цьому перші знаходяться в умовах обмеженості ресурсів та браку управлінського досвіду, а другі – володіють технологією адміністрування, але обмежені у доступі до державних активів. Відтак, питання «управлінського реваншу» набуває особливої гостроти в умовах становлення громадянського суспільства і за відповідного та вчасного реагування із застосуванням підходів ДПП, позитивна зміна політико-правових рішень, на нашу думку, є лише питанням часу.

Із наступних причин воліємо виокремити недостатню і, певною мірою, неадекватну політику заохочення та мотивації до впровадження соціальної відповідальності, що нерідко зводиться до корупційних схем і інтерпретується як благодійність. Така ситуація, своєю чергою, створює бар'єри для тих компаній, що готові до впровадження заходів із соціальної відповідальності, однак, стурбовані ризиком «розкрадання» вкладених коштів та інституційною уразливістю, яка є наслідком несформованої законодавчої бази щодо соціальної відповідальності бізнесу. Нормативно-правові акти щодо соціально відповідального ведення бізнесу представлені численною групою, однак вони не створюють цілісної системи. Одним із завдань формування внутрішньої політики щодо корпоративної зацікавленості у соціальній відповідальності має стати впорядкування та законодавче закріплення механізму, правил та принципів діяльності компаній. Вони мають передбачати можливість зв'язків між усіма зацікавленими сторонами і ширше – можливість формування відносин у рамках ДПП як механізму кооперації з метою задоволення потреб зацікавлених сторін, що має бути відображено в корпоративному кодексі.

Показово, що більшість з чинних документів у цій сфері мають рекомендаційний характер: Зелена книга Європейського Союзу, Резолюція з корпоративної соціальної відповідальності: Внесок корпоративної соціальної відповідальності у сталий розвиток, Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних компаній, локально для

України – Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. Проте, вважаємо за доцільне, в умовах українських реалій, що характеризуються високим рівнем корупції (117 місце зі 180 станом на 2020 рік за Індексом сприйняття корупції), для збільшення довіри з боку громадян та бізнесу до влади, і навпаки – влади до бізнесу та громадян, впровадити низку змін. Вони повинні стосуватися, в тому числі, обов'язкової підзвітності: соціального обліку як виду інформаційного забезпечення з питань відображення соціо-еколого-економічної діяльності компаній [6]. Нині конкретної методології та сценарію ведення звітності соціального обліку в Україні не передбачено. Це створює ризик неповного, а інколи й недостатнього, оприлюднення вагомої інформації в рамках динамічного розвитку сталого розвитку, а також і тих проблем, які стали каталізатором становлення соціально відповідального ведення бізнесу.

В Україні застосовуються наступні моделі оформлення звітів з урахуванням міжнародних підходів: на основі Глобального договору Організації Об'єднаних Націй, стандартів Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), за стандартом AA1000. Через можливість використовувати кілька різновидів звітування і відсутність вимог щодо структури та змісту звітів характерною рисою є відсутність адекватного та комплексного відображення дійсного становища функціонування приватного сектору в Україні. Моніторинг діяльності та якість оцінювання компаній за показниками реляції, у світлі вищеописаних проблем, також знаходяться під питанням. Хоча владні установи зацікавлені у становленні соціально відповідального ведення бізнесу, в рамках ДПП включно, не менше за бізнес структури. Інтерес органів влади полягає у зменшенні рівня соціальної напруги, що стосується як окремих сфер, так і регіонів, і нині є надважливим завданням. До перспектив відносимо зменшення тиску на бюджет як результат втручання у соціальні видатки приватного сектору. Не менш важливо враховувати, що однією з головних умов становлення соціальної відповідальності – як інструменту формування та дотримання принципів сталого розвитку – є не лише потреби та інтерес державного і приватного секторів, але й готовність соціуму до цієї діяльності, який прагне лобювати свої інтереси. Водночас, зміст індивідуальних і секторальних компонентів ціннісної регуляції інститутів освіти та культури (як інтерпретаторів дійсності) принципово відмінний від умов консолідації системи соціального

інституту та механізмів його відтворення, пов'язаних із рентними відносинам. Тим самим створюються умови неефективності соціального устрою.

З огляду на вищесказане, впровадження принципів державно-приватного партнерства є ефективним шляхом організації соціальної відповідальності бізнесу, що забезпечує об'єднання потенціалу всіх зацікавлених сторін – владних установ, бізнесу та суспільства, що набуває компетенцій створювати якісно нові управлінські механізми продуктивного розв'язання проблем у культурно-соціальній, екологічній та економічній сферах. За цих умов, формування культури «обережного», «безпечного» ведення бізнесу та конгломерат вже існуючих механізмів, технік і форм набуває особливого значення. Тому, на нашу думку, саме освітня платформа має стати стрижнем забезпечення трансформаційних процесів і усвідомленого ставлення до потреб сталого розвитку в Україні та поза її межами, й стати каталізатором суттєвих змін техніки державно-приватного партнерства, які в сучасних умовах не мають достатньої ефективності.

### Список використаних джерел

1. Платон. Держава / Пер. з давньогр. Д. Коваль. Київ: Основи, 2000. 355 с.
2. Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: навч. посіб./пер. з англ. В. Егоров. Москва: ЮНИТИ ДАНА 2012. 1071 с.
3. Державно-приватне партнерство в Україні. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/en/content/erzhavnoprivatne-partnerstvo-publicprivate-partnerships.html>.
4. Global Index Social Progress Imperative. The 2020 Social Progress Index report. URL: <https://www.socialprogress.org/index/global/results>.
5. RankingTheBrands top 100 | 2020. 2020 Global RepTrak 100 report URL: <https://www.reprtrak.com/rankings/2020?page=10>.
6. Transparency International Ukraine. Corruption Perceptions Index report. URL: <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2020/>.

**Віталій СМОЛІЙ,**  
студент,  
Уманський національний  
університет садівництва

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

В умовах поглиблення інтеграції в глобальний економічний простір все більшого значення у формуванні конкурентоспроможності аграрного бізнесу набувають, поряд з економічними показниками діяльності, неекономічні фактори. Активна соціальна позиція аграрних компаній у контексті орієнтації на досягнення Цілей сталого розвитку дозволяє підвищувати власний імідж серед стейкхолдерів, формувати прихильне ставлення бізнес-партнерів, споживачів, працівників, суспільства, що в довгостроковій перспективі відображається на економічних показниках діяльності. Проведення діяльності в аграрному секторі, особливо великими аграрними холдингами, пов'язане зі значним впливом на продовольчу безпеку, розвиток сільських територій, стан довкілля, а, отже, зумовлює необхідність включення засад соціальної відповідальності до стратегій розвитку компаній. Водночас функціонування на засадах соціальної відповідальності породжує необхідність аналізу та моніторингу ефективності соціальних та екологічних проєктів з метою запобігання утворенню дисбалансу в розподілі фінансових, людських та інших ресурсів аграрних підприємств.

Метою роботи є дослідження якісних аспектів соціального інвестування аграрних компаній як форми реалізації соціальної відповідальності бізнесу.

Проблема оцінювання економічного, соціального та екологічного ефектів від впровадження програм соціальної відповідальності аграрними компаніями залишається на сьогодні складною та невирішеною. Часто висновки про ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) формулюються на основі експертних суджень, наслідком чого є суб'єктивний характер оцінювання. Складність посилюється й за рахунок недостатньої відкритості компаній в оприлюдненні інформації про заходи в сфері соціальної відповідальності та обсяги витрат, здійснених задля їхньої реалізації. При цьому інтереси та

цінності стейкхолдерів і суб'єктів аграрного бізнесу різняться, тому критерії оцінки результату виконання програм соціальної відповідальності теж можуть не співпадати. За методикою вчених Шихвердієва А.П. та Серякова А.В. [1], при обґрунтуванні вибору стратегії КСВ пропонується враховувати співвідношення «соціальні інвестиції / корисний результат від стейкхолдера» (рис. 1).

		Соціальний ефект (результат у стейкхолдерів)	
		Низький	Великий
Вигоди для бізнесу	Великі	«виграш-програв» <b>Соціальний еґоїзм</b>	«виграш-виграш» <b>Соціальне інвестування</b>
	Низькі	«програв-програв» <b>Благодійність</b>	«програв-виграш» <b>Соціальний альтруїзм</b>

**Рис. 1**

*Альтернативні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу [1]*

Виходячи з наведеного підходу, найбільш вигідною для всіх зацікавлених сторін є альтернатива, яка передбачає здійснення соціального інвестування як форми реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Нині наявні методики, що пропонуються українськими та зарубіжними дослідниками, поки що неспроможні забезпечити здійснення всебічної об'єктивної оцінки ефективності соціального інвестування з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін. Значною мірою це зумовлюється тим, що найчастіше величина суспільної вигоди, отриманої в результаті соціально відповідальної поведінки аграрних компаній, не підлягає не тільки вартісному вимірюванню, але й кількісному. Багатоаспектний характер ефекту, що отримується в результаті соціального інвестування, передбачає використання з метою оцінювання кількісних підходів, які показують масштаби й розмір соціально відповідальної діяльності, та якісних, що відображають ступінь їх комплексності й повноти. Однак розрахунки індикаторів в межах кількісної оцінки передбачають доступ до даних про обсяги здійснених або запланованих соціальних інвестицій, що є недоступними для широкого кола зацікавлених сторін, тому використання такого підходу має обмеження. Натомість інформація про наявність (або відсутність) напрямів, за якими здійснюється соціальне інвестування, є відкритою завдяки поширенню таких

відомостей на веб-сайтах компаній, засобах масової інформації, оприлюдненню нефінансової звітності тощо. Зазначені відомості використовуються для якісної оцінки ефективності соціального інвестування. За методикою, яка розроблена за підтримки Програми розвитку ООН [2], визначаються такі групи критеріїв (*умовні позначення показників – авторські*):

- інституційне оформлення соціальної політики: наявність спеціального документа, в якому закріплена політика соціальної відповідальності компанії ( $I_1$ ); наявність спеціального підрозділу, що відповідає за реалізацію соціальних програм компанії ( $I_2$ ); наявність колективного договору ( $I_3$ );

- облік соціальних заходів: наявність щорічних фінансових звітів за міжнародними стандартами ( $I_4$ ); впровадження міжнародних стандартів соціальної звітності ( $I_5$ ); оцінка ефективності соціального інвестування ( $I_6$ ); інформування про приклади соціальних програм ( $I_7$ );

- комплексність соціального інвестування, що враховує наявність п'яти напрямів витрат: розвиток персоналу в компанії ( $I_8$ ), охорона здоров'я та праці персоналу ( $I_9$ ), природоохоронна та ресурсозберігаюча діяльність ( $I_{10}$ ), підтримання добросовісної ділової практики ( $I_{11}$ ), розвиток місцевих громад ( $I_{12}$ ) [3].

Методикою передбачено розрахунок декількох якісних показників [2]:

1) якісний індекс соціальних інвестицій для  $i$ -го підприємства ( $IK_i$ ) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:

$$IK_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \times 100\%, \quad (1)$$

де  $X_{ij}$  – булева змінна, що приймає значення 1, коли  $j$ -а ознака має місце у  $i$ -ої компанії; та дорівнює 0, якщо ознака відсутня;

$m$  – кількість ознак, за якими оцінюється соціально відповідальна діяльність компанії, що бере участь у дослідженні.

2) якісний індекс соціальних інвестицій для  $j$ -ої ознаки ( $IK_j$ ) показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці підприємств, %:

$$IK_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \times 100\%, \quad (2)$$

де  $n$  – кількість компаній, що беруть участь у дослідженні;

3) загальний якісний індекс соціальних інвестицій (ІК) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:

$$IK = \frac{1}{n \times m} \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m X_{ij} \times 100\%, \quad (3)$$

Зазначені показники є нормованими і змінюються в діапазоні від 0 до 100%; більше значення індикатора відповідає більш комплексній і цілісній політиці соціальної відповідальності компанії.

Соціальна відповідальність як системна діяльність, яка включена до політики та стратегії розвитку підприємств аграрної сфери, є найбільш характерною для агропромислових холдингів. Вони займають великі масиви земельних угідь, забезпечують значну частку виробництва й експорту агропродовольчої продукції, володіють ресурсами, що дають змогу запроваджувати інноваційні рішення в галузі, є потужними роботодавцями. Зважаючи на це, дослідження ефективності соціального інвестування в аграрному бізнесі в даній роботі проводиться за даними агрохолдингових компаній. Відповідно до рейтингу, опублікованого журналом «Forbes Україна» [4], до 100 найбільших вітчизняних приватних компаній увійшли 20 компаній, що функціонують в аграрному секторі. Їхня сукупна виручка в 2020 р. становила 2,15 трлн грн. Для проведення аналізу використовувались дані корпоративних веб-сайтів та нефінансової звітності згаданих компаній, а також відомості тематичних галузевих ресурсів. Результати систематизації даних у розрізі показників, передбачених описаною вище методикою, наведено в Таблиці 1.



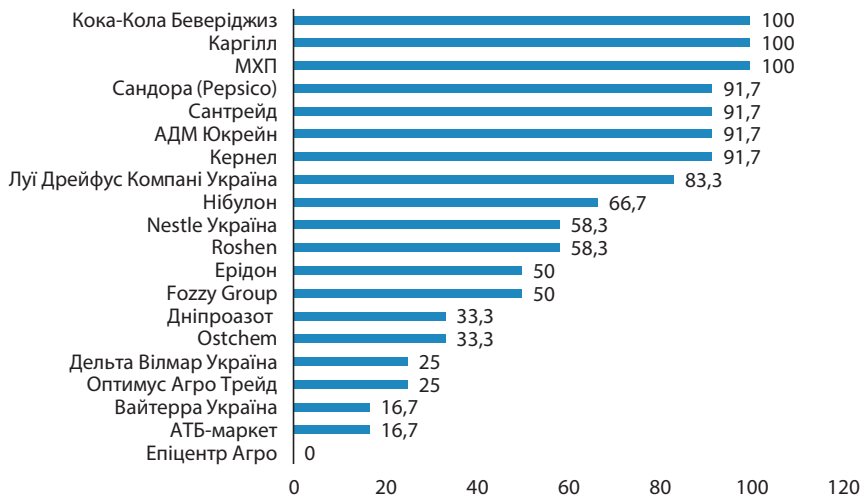
Таблиця 1

Показники, що характеризують діяльність агропромислових холдингів України у сфері соціальної відповідальності

Назва компанії	Інституційне оформлення соціальної політики			Система обліку соціальних заходів				Комплексність соціального інвестування				
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12
АТБ-маркет	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Кернел	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Fozzy Group	-	-	+	-	-	-	+	+	+	+	+	-
МХП	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Епіцентр Агро	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Нібулон	-	-	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+
Roshen	-	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-	+
АДМ Юкрейн	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+
Сантрейд	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Ерідон	-	-	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+
Каргілл	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Вайтерра Україна	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-
Nestle Україна	+	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+
Луї Дрейфус Компані Україна	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
Оптимус Агро Трейд	-	-	+	-	-	-	-	+	+	-	-	-
Ostchem	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	+
Дніпроазот	-	-	-	+	-	-	-	+	+	+	-	-
Кока-Кола Беверіджиз	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Дельта Вілмар Україна	-	-	+	+	-	-	-	+	-	-	-	-
Сандора (Pepsico)	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+

Джерело: складено автором за даними корпоративних веб-сайтів, нефінансової звітності компаній, тематичних галузевих ресурсів

Проведений аналіз засвідчив різноманітність підходів найбільших аграрних компаній до дотримання принципів соціальної відповідальності. Деякі з них обмежуються окремими благодійними проєктами, в інших така діяльність є системною та комплексною (рис. 1).



**Рис. 1**

*Ранжування найбільших аграрних компаній за значенням якісного індексу соціальних інвестицій (ІКІ), 2020 р., %*

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними Таблиці 1

Як показали результати ранжування, лише в трьох компаніях з наведеної вибірки забезпечується відповідність всім критеріям, що включені до аналізу. При цьому високий рівень дотримання стандартів соціальної відповідальності спостерігається незалежно від того, чи є аграрна діяльність профільною для підприємства. Слід зауважити, що компанії, які базуються за межами України, більш комплексно імплементують принципи соціальної відповідальності у власну діяльність, тоді як вітчизняні найчастіше обмежуються окремими соціальними проєктами. Так, наприклад, за даними консалтингової компанії Bakertilly [5], агрохолдинг «Епіцентр Агро» посідає сьоме місце в Україні за розміром земельного банку (160 тис. га) та за кількістю працівників (2,8 тис. осіб), однак займає найнижчі позиції в рейтингу за значенням якісного індексу соціальних інвестицій. Серед іншого, це зумовлюється й недостатнім рівнем

законодавчого забезпечення, яке б регламентувало таку діяльність в нашій країні.

Серед ознак, які відображають напрями впровадження соціальної відповідальності, агрохолдингами найчастіше практикуються заходи у сфері розвитку, охорони здоров'я та праці персоналу. Це пояснюється тим, що працівники є ключовими стейкхолдерами аграрних компаній (рис. 2).



## Рис. 2

*Ранжування критеріїв впровадження принципів соціальної відповідальності в найбільших аграрних компаніях за значенням якісного індексу соціальних інвестицій (ІКІ), 2020 р., %*

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними Таблиці 1

Водночас, інституційне забезпечення соціальної відповідальності не має належного розвитку. Так, лише в третині з аналізованих компаній існує спеціальний підрозділ, що відповідає за реалізацію соціальних програм компанії; менше половини практикують розробку спеціальних документів, що закріплюють політику соціальної відповідальності на підприємстві, та складають нефінансову звітність за міжнародними стандартами.

Загальний якісний індекс соціальних інвестицій (ІК), що

показує рівень комплексності соціально відповідальної діяльності підприємств, залишається на низькому рівні – 59,2%. Це означає, що для становлення цілісної політики впровадження концепції соціальної відповідальності в діяльність підприємств аграрної галузі необхідно докладати певних зусиль, спрямовувати необхідні ресурси, адже соціальна відповідальність та соціальне інвестування як вища форма її прояву є джерелом конкурентних переваг аграрних підприємств, засобом підвищення ефективності власного функціонування.

Резюмуючи, слід зазначити, що здійснення соціального інвестування, яке враховує, крім економічних, також екологічні й соціальні наслідки вкладень, є на сьогодні важливим концептуальним завданням для підприємств аграрного сектору. Проведене дослідження дало змогу виявити «вузькі місця» у сфері соціальної відповідальності та соціального інвестування, характерні для найбільших аграрних підприємств України. Найбільш проблемними виявились такі аспекти, які вимагають відповідного інституційного забезпечення впровадження КСВ в політику діяльності компаній: формування та оприлюднення нефінансової звітності у відповідності до міжнародних стандартів; документів, якими регламентуються вектори та акценти соціального інвестування; організаційне забезпечення через створення підрозділів, що зосереджуються на імплементації принципів соціальної відповідальності в діяльність підприємств. Окрім того, в більшості компаній не проводиться аналіз ефективності уже здійснених вкладень, що не дозволяє виробити оптимальну політику соціального інвестування. Для того, щоб відповідати сучасним викликам, підприємствам аграрного сектору вже недостатньо забезпечувати лише ефективність власних бізнес-процесів, необхідно комплексно підходити до органічного поєднання економічного, соціального та екологічного аспектів діяльності. Це створюватиме мультиплікативний ефект, формуючи конкурентні переваги аграрних компаній на міжнародних ринках та забезпечуючи стійку основу для суспільного розвитку.

## Список використаних джерел

1. Шихвердиев А.П., Серяков А.В. Качественный и количественный индекс социальных инвестиций как показатель корпоративной социальной ответственности. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2008. № 4. URL: <http://koet.syktu.ru/vestnik/2008/2008-4/9/9.htm>.
2. Кусик Н.Л., Ковалевська А.В. Критичний аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. Вчені записки Університету «КРОК». Вип. 32. Т. 1. 2012. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/4714>.
3. Гриненко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект оцінювання соціальної діяльності. Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. Київ : КНЕУ, 2012. Спец. вип.: Праця в XXI столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток : у 2 т. Т. 2. С. 58-68.
4. Названо найбільші приватні агрокомпанії України, 2020. URL: <https://latifundist.com/novosti/52282-nazvany-krupnejshie-chastnye-agrokompanii-ukrainy#>.
5. Найбільші агрохолдинги України, 2021. URL: <https://bakertilly.ua/news/id49433>.

**Вікторія ВЛАСЕНКО,**

*студентка,*

*Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана*

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ – ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОГО УСПІХУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Актуальність вивчення обраної теми полягає в тому, що корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) дедалі стає все більш важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності компаній у світі та Україні. Розвиток КСВ може сприяти поліпшенню процесу управління ризиками, економії коштів, доступу до капіталу, покращенню відносин із клієнтами, управління людськими ресурсами та зростанню інноваційної спроможності. Посилення КСВ підприємств також сприяє досягненню цілей Стратегії Європейського Союзу щодо сталого розвитку та висококонкурентної соціальної ринкової економіки.

КСВ все більше інтегрується в бізнес-стратегії підприємств і займає належне місце у політиці та практиці в усьому світі. Ряд факторів сприяє поширенню обізнаності про КСВ у корпоративних умовах – на міжнародному рівні низка компаній з багатьма зацікавленими сторонами, неприбуткові організації, а також міждержавні організації виступають з ініціативами щодо прийняття КСВ як невід’ємної частини їх бізнес-процесів. Втім, впровадження КСВ – це непросте рішення, оскільки воно вимагає глибоких змін у багатьох бізнес-процесах та організації праці на підприємствах. КСВ передбачає добровільні дії компаній щодо їх взаємодії зі своїми зацікавленими сторонами. Це спосіб для компаній виконувати свої обов’язки перед громадою та допомагати розв’язувати економічні та соціальні проблеми. З іншого боку, КСВ – це механізм, що охоплює питання, процеси та цінності, які компанії мають вирішити та застосовувати для мінімізації шкідливих наслідків їхньої діяльності [1].

Сучасні споживачі прагнуть робити відповідальний вибір та обмежити використання природних ресурсів, усвідомлюючи, що такі товари можуть коштувати більше. Компанії у всьому світі намагаються впроваджувати нові методи та соціально відповідальні практики для підтримки прагнень споживачів щодо сталого використання ресурсів.

Нині КСВ розглядається як практика досягнення соціального, екологічного та фінансового зростання в організаціях [2]. Нерідко КСВ є частиною нового «світу праці», в якому компанії шукають таланти і пропонують їм більш справедливий та персоналізований спосіб роботи, включаючи стимули не тільки економічні, але й засновані на цінностях. Все це з часом перетворюється на економічний успіх. Успіх компанії залежить від її фінансових результатів. Деякі дослідники ефективності дійшли висновку, що коли компанія відмовляється від політики соціальної відповідальності, це має суттєвий негативний вплив на продуктивність та рентабельність її капіталу. Все частіше генеральні директори дійсно приходять до розуміння, що їх компанії мають певну вагу в забезпеченні довгострокового здоров'я та стійкості суспільства і навколишнього середовища. Економічна модель рухається до визнання того, що бізнес не може вижити без загального здоров'я суспільства та довкілля. Підприємства усвідомлюють, що вони є частиною взаємопов'язаної екосистеми і відіграють певну роль у забезпеченні довгострокового успіху цієї екосистеми [3].

Для сучасних працівників корпоративна культура теж має значення. Більшість із них бажає відчувати гордість за свою компанію та роботу, яку вони виконують. Емпірично було доведено, що працівники набагато продуктивніші, коли їх робота має сенс і мету, коли вони відчують, що їх діяльність сприяє позитивним змінам у житті людей. Співробітники, які працюють у соціально відповідальній компанії є лояльнішими, продуктивнішими і мають більше почуття задоволення від результатів своєї діяльності.

Споживачі також все більше усвідомлюють той факт, що використання продуктів чи послуг, які виробляються і надаються соціально відповідальними компаніями є запорукою сталого розвитку.

Так, наприклад, Центр «Розвиток КСВ» з допомогою U-Report, провів опитування серед аудиторії від 18 до 25 років, щоб дослідити ставлення молоді України до КСВ. Згідно з результатами дослідження 40,2% респондентів знають, що таке КСВ, а для 48,2% є важливим, щоб у компанії було розвинене корпоративне волонтерство. Саме тому українським компаніям потрібно розвиватися в цьому напрямі, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці серед молодих спеціалістів [4].

На відміну від багатьох інших європейських країн, розвиток

КСВ в Україні пройшов своїм особливим шляхом: спочатку саме компанії взяли на себе провідну роль у розвитку практики соціально відповідальної поведінки, залучаючи інших гравців (споживачів, громадські організації, представників уряду на регіональному та національному рівнях) до такої діяльності. Саме відсутність зовнішнього впливу, ініціативи громадськості спричинили появу унікальних рис розвитку КСВ в Україні. У західних країнах соціальна відповідальність виникла як відповідь корпорацій на невдоволення громади, особливо в екологічних аспектах. Але в Україні КСВ стала привабливою для компаній у міру переходу від короткострокового мислення та бізнес-моделей типу «тут і зараз» до стратегічно-орієнтованого підходу.

Низький рівень етичного та екологічного розвитку призводить до того, що більшість українських компаній не є конкурентоспроможними на міжнародних ринках. Кодекси корпоративної поведінки та схеми сертифікації, що застосовуються у міжнародній торгівлі через вимоги до ланцюга поставок, є бар'єром для доступу на ринок. Тому в інтересах українського уряду є розробка національної політики щодо КСВ, яка б визначала мінімальні стандарти щодо довкілля та праці [5].

КСВ є відносно новою для України, вона набирає певної популярності в суспільстві, про що свідчить поширення різноманітних соціальних ініціатив компаній. Світові рейтинги бізнесу дали значний поштовх політиці корпоративної соціальної відповідальності в сучасному бізнесі. Наприклад, до рейтингу Global Outsourcing 100, увійшли 18 українських компаній, які зробили політику КСВ одним із основних критеріїв ведення бізнесу [6].

Варто зауважити, що поряд із поширенням й розвитком концепції КСВ, в Україні відбувається розвиток соціального підприємництва. Розглянемо моделі, які використовують ці підприємства в своїй діяльності:

1. Працевлаштування представників вразливих категорій населення. Прикладом даної моделі є такі українські компанії:

«Woodluck» сприяє офіційному працевлаштуванню чоловіків, які пройшли курс у реабілітаційному центрі «Добро» для алко- та наркозалежних;

«Gudzyk» створює робочі місця для пенсіонерів із усієї України, залучаючи їх до виготовлення унікальних речей;

«Шоколадна історія» – бізнес спрямований на виробництво



шоколаду ручної роботи. Компанія проводить стажування з подальшим працевлаштуванням для дітей-сиріт, сільської молоді та людей, які потрапили у складні життєві обставини.

## 2. Реінвестування прибутку на соціальну мету:

«Горіховий дім» – пекарня, яка 40% від прибутку інвестує в соціальні проекти, зокрема на потреби жінок, які опинилися у кризових ситуаціях;

«Раненько» – інтернет-магазин речей для дітей, який інвестує прибуток у фонди підтримки передчасно народжених діток.

## 3. Розподіл ресурсів та інвестування доходів у соціальну місію:

«Ласка» та «Ясна річ» – магазини, які приймають непотрібні речі та сортують їх, щоб потім продати. Отримані від їх продажу гроші направляються на соціальні потреби.

Як згадувалося вище, багато споживачів готові платити більше за товари соціально відповідального виробника і КСВ може допомогти залучити та утримати співробітників. Також, КСВ може допомогти компанії краще взаємодіяти з клієнтами [7].

Підсумовуючи зазначимо, що зараз КСВ є однією з життєво важливих частин бізнес-моделі будь-якої компанії, яка є не тільки вигідною для самої компанії, а й позитивно впливає на суспільство, навколишнє середовище, зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Для впровадження КСВ у будь-якій країні приватному сектору дуже необхідні співпраця та ініціатива з боку урядів.

Оскільки все більше споживачів, інвесторів та потужних корпорацій роблять акцент на КСВ, іншим компаніям стане все важливіше наслідувати їхній приклад. Щоб ці ініціативи були успішними, вони повинні бути щирими і демонструвати справжню прихильність до імплементації цінностей сталого розвитку на місцевому та глобальному рівнях.

Українські компанії вже починають усвідомлювати, що КСВ є стратегічною конкурентною перевагою. Крім того, ми маємо чудову можливість побудувати КСВ в Україні на основі найкращих світових практик, які вже приносять позитивні результати.

## Список використаних джерел

1. Corporate Social Responsibility (CSR). URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>.
2. Cozmiuc C. A New Way of Seeing CSR: Country Social Responsibility. URL: [https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2010%20\(2\)/Articol%20Cozmiuc.pdf](https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/Numarul%2010%20(2)/Articol%20Cozmiuc.pdf).
3. Becchetti L. Corporate Social Responsibility and corporate performance: evidence from a panel of US listed companies URL: <http://www.econometrica.it/allegati/Becchetti1.pdf>.
4. Як молодь реагує на соціальну відповідальність бізнесу – результати національного опитування. URL: [https://csr-ukraine.org/news/yak-molod-reaguie-na-socialnu-vidpovi/?utm\\_source=csr&utm\\_medium=telegram&utm\\_campaign=post](https://csr-ukraine.org/news/yak-molod-reaguie-na-socialnu-vidpovi/?utm_source=csr&utm_medium=telegram&utm_campaign=post).
5. Stepanenko Ie. Corporate Social Responsibility in Ukraine. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:552583/FULLTEXT01.pdf>.
6. Krasnikov D. Ukraine's IT firms embrace CSR as key path to success. URL: <https://www.kyivpost.com/technology/ukraines-it-firms-embrace-csr-as-key-path-to-success.html>.
7. Chastity Heyward. The Growing Importance of Social Responsibility in Business. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=6c60f3042283>.

**Єлизавета АБІЯКІНА,**  
студентка,  
Університет банківської справи

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Власники та керівники українських компаній, у міру розвитку бізнесу, а також впровадження міжнародних стандартів корпоративного управління, почали впроваджувати систему соціальної відповідальності в їхню повсякденну діяльність. Бізнес почав усвідомлювати, що соціально-відповідальна поведінка сприяє зростанню вартості компанії та обсягів продажу продукції, поліпшенню іміджу, дає більш широкі можливості для мотивації персоналу та інші переваги.

Соціальна відповідальність бізнесу (далі – СВБ) в Україні знаходиться на початковій стадії становлення, про що свідчать результати соціологічних досліджень. Майже 80 % українських підприємців відоме поняття соціальної відповідальності. Однак уявлення про сутність СВБ різняться. Найбільша частина компаній відносить до СВБ впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу, розвиток персоналу і його навчання, благодійну допомогу громадськості, етичне ставлення до покупців [1].

Майже половина українських компаній вважає, що розв'язання соціальних проблем є функцією державних структур, а бізнес повинен тільки забезпечувати власникам (акціонерам) отримання прибутку, з якого вони повинні сплачувати податки державі. Таке бачення є наслідком незадоволення в суспільстві (безпосередньо, в бізнес-середовищі) тим, як державні службовці виконують свої обов'язки щодо соціального розвитку. Також цей показник свідчить про те, що концепція соціальної відповідальності не отримала ще належного визнання та розповсюдження в Україні.

Основною тенденцією розвитку СВБ в Україні є наявність трьох груп компаній, кожна з яких має свої особливості [2].

Першій групі компаній властиве пострадянське минуле (гірничо-металургійний комплекс, промислова хімія, машинобудування, енергетика), яке мало вплив на характер реалізації їхньої соціальної політики. Ця група, зважаючи на галузеві та історичні особливості, тримає на собі найбільше соціальне навантаження.

Друга група – це найбільш систематичні компанії СВБ в Україні, це компанії з іноземним капіталом або інвесторами. Їх найбільше в банківській сфері, страхуванні, харчовій промисловості. Ці компанії мають можливість переймати досвід материнських компаній, більш комплексно і систематично вибудовувати відносини в усіх сферах соціальної відповідальності бізнесу.

Третя група – це українські компанії нової генерації з вітчизняним капіталом. Ці компанії є лідерами на ринках, що швидко розвиваються, високотехнологічних галузях і фінансовій системі, і є найбільш мобільними в плані впровадження СВБ. Це пояснюється відсутністю зобов'язань перед соціальними структурами (як у першій групі) або перед материнськими компаніями (як у другій групі). Ці компанії виходять або на зовнішні ринки, або на зовнішні фінансові (ринки капіталів), де вони вступають у діалог з більш вимогливими інвесторами, бізнес-партнерами і споживачами. Це змушує їх стратегії соціальної відповідальності відповідати світовим стандартам.

Аналізуючи реалізацію СВБ в Україні з точки зору системності, комплексності та однорідності, можна зробити однозначний висновок: кожна компанія трактує СВБ по-своєму. По-перше, варто зрозуміти, що рівень СВБ не залежить від рівня і масштабності діяльності. Прийнято вважати, що найбільш соціальними є ті компанії, штат яких налічує більше тисячі співробітників. Але якщо вдуматися, ті підприємства, де чисельність співробітників не перевищує сотню, також можуть вибудовувати ефективну соціально відповідальну політику в усіх сферах. Другий помилковий аспект розуміння СВБ полягає в тому, що меценатство, благодійність та сплата податків сприймаються як її основні елементи. Безумовно, це важливі складові СВБ, але вони не замінюють її.

Тому, на основі вище зазначеного варто сформувати загальне визначення СВБ як стійкої моделі бізнесу, його довгострокової стратегії. Компанії, які усвідомлено ставляться до ведення свого бізнесу і займаються плануванням, однозначно мають майбутнє.

Очевидними перевагами компаній, які впроваджують політику СВБ є:

- підвищення репутації бренду компанії на ринку;
- підвищення лояльності клієнтів до компанії;
- конкурентна перевага в залученні співробітників (побудова сталого HR бренду).

У багатьох країнах світу СВБ становить обов'язкову складову

сучасного бізнесу, правовою нормою, коли в нас її розуміння тільки формується. Якщо порівнювати досвід розвинених Європейських країн і України, то ми побачимо, величезні відмінності. Наприклад, у Франції вже прийняли закон, що зобов'язує топ-100 найбільших корпорацій цієї країни щорічно розписувати діяльність у сфері СВБ у своїх планах і звітувати про їх виконання; причому за їх невиконання передбачені величезні штрафи.

Втім, в Україні на сьогоднішній день питання впровадження соціальної відповідальності залишене на розсуд самого бізнесу. В нашій державі далеко не весь бізнес працює «в білу», що стимулює корупцію. Й такі «непрозорі» схеми господарювання негативно впливають на економіку країни в цілому. Але Україна активно тримає курс на євроінтеграцію, і тому можна з упевненістю сказати, що соціальна відповідальність поступово розвивається і в нашій країні. Більшість представників великого бізнесу, в основному відносяться до міжнародних компаній, які вже прийняли і реалізують свої стратегії СВБ. Середній та малий бізнес також активно рухається в цьому розвитку. Варто зауважити, на урядовому рівні було розроблено Стратегію сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року [3]. Але така ініціатива не була реалізована, вірогідно, з причин відсутності підтримки бізнесом, недостатньо сприятливі соціально-економічні умови ведення саме «прозорого» бізнесу, недостатнього рівня соціальної обізнаності.

СВБ – це звичайно не тільки благодійність, хоча вона обов'язково її включає. Головним, на нашу думку, є зростання свідомості в суспільстві. Сьогодні все більше клієнти будь-якого сервісу і споживачі товарів хочуть розуміти, що їх виробників турбує навколишнє середовище, права людини і допомога найбільш незахищеним соціальним верствам.

Все більше компаній по всьому світу беруть на себе зобов'язання у відповідності до 17-ти Цілей сталого розвитку ООН, адже у 2015 році ООН прийняла Порядок денний в сфері сталого розвитку до 2030 року [4]. Ці 17 Цілей спрямовані на ліквідацію злиднів, збереження ресурсів планети і забезпечення благополуччя людства. Кожна з них містить ряд показників, які повинні бути досягнуті протягом 15-ти років. Для їх досягнення необхідні спільні зусилля урядів, громадянського суспільства та бізнесу.

Вони можуть бути реалізовані, кім іншого, шляхом розробки нових екологічних товарів. Це завжди позитивно впливає

на зростання продажів і прибутку – розширюються лінійки інноваційних продуктів, створюються нові ринки, підвищується конкурентоспроможність, ін. Прописані компаніями стратегії СББ підсилюють їхню корпоративну культуру і прихильність співробітників до визначених цінностей, що позитивно впливає на якість і тривалість роботи співробітників у компанії. Вони сприяють корпоративному волонтерству і залученню співробітників компанії до реалізації стратегії СББ. Соціальна відповідальність компанії включає широкий спектр дій і впливу компанії. В першу чергу, вона стосується розвитку території, де розташоване підприємство, турботи про екологію на місці його присутності, внеску в економіку. Це, без сумніву, є важливим маркером стійкого бізнесу.

Варто підкреслити, що у липні 2020 року було прийнято розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [5]. Та вже з 2021 року помітна підтримка бізнесу даного плану заходів. Компанії, які додають на етикетки своїх товарів і послуг благодійну складову, отримують зростання продажів на 20-35%. Серед перших українських компаній, які відкрито заявили про готовність орієнтуватись на соціальну відповідальність ведення бізнесу, були наступні: Київстар, МакдоналдзУкраїна, МЕТРО, АШАН, Моршинська та ін. Таким чином, першими про соціальну відповідальність оголосили компанії, що орієнтовані на широке коло користувачів.

На теперішній час у зв'язку з виникненням пандемії, найактуальнішою соціальною програмою є медичні проекти. До прикладу, Благодійний фонд «Благомай» організував «Медкабінет» – у рамках цього проекту облаштовуються медичні кабінети в дитячих будинках та інтернатах, а також у лікарнях. Цей Фонд повністю забезпечує ці заклади антибактерицидними засобами, обладнанням для кварцування, засобами індивідуального захисту та іншим, чого не вистачає дитбудинкам і медикам для лікування і захисту дітей [6].

Водночас, варто виокремити недоліки, пов'язані із впровадженням соціальної відповідальності ведення бізнесу в Україні, серед яких:

- недостатність законодавчої бази, що визначає відносини соціальної відповідальності держави, регіонів, бізнесу та людей;
- недостатнє виконання законів і нормативно-правових актів;

- повільний перехід від соціального захисту населення та соціальної відповідальності всіх суб'єктів ринкових відносин;

- орієнтація у сферах соціальної відповідальності не на європейські та світові стандарти, а на мінімальні в умовах України показники (мінімальна заробітна плата, відсутність належних соціальних стандартів і т.п.);

- відсутність диференційованого підходу до завдань і механізмів соціальної відповідальності малого, середнього та великого бізнесу;

- недостатність вивчення теорії соціальної відповідальності у програмах навчальних закладів усіх рівнів акредитації, у програмах підвищення кваліфікації менеджменту бізнеса, держави, органів місцевого самоврядування;

- відсутність методів економічної оцінки соціальної відповідальності держави, бізнесу та особи, а також механізмів реалізації соціальної відповідальності;

- низька капіталізація більшості компаній, відсутність ресурсів для здійснення соціальних програм;

- початковий етап формування громадянського суспільства та соціального партнерства та ін.

Проте, слід розуміти і систему переваг, які бізнес може отримати за умов впровадження принципів соціальної відповідальності:

- покращення репутації компанії або підприємства;

- підвищення вартості бізнесу;

- зростання довіри населення до діяльності компанії або підприємства і якості її товарів та послуг;

- підвищення професіоналізму співробітників та розвиток кадрового потенціалу на підприємствах і в компаніях;

- розвиток компанії завдяки формуванню безпечної сфери діяльності;

- відповідність світовим нормам і стандартам, що підвищує конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку;

- можливість формування партнерських відносин зі значущими структурами та суспільством.

Перевагами, які отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності, є наступні:

- встановлення партнерських зав'язків між бізнесом, владою та

суспільством;

- можливість отримання адресної допомоги громадянами, які її потребують;
- удосконалення та розвиток системи соціальної захищеності населення;
- залучення інвестицій у відповідні сфери розвитку суспільства;
- підтримка бізнесом громадських ініціатив, інноваційних громадськістю проєктів, розвиток соціальної та творчої діяльності населення.

Нині в Україні соціально-відповідальними можуть бути тільки великі компанії, які мають на достатні матеріальні засоби для впровадження внутрішніх і зовнішніх соціальних програм. Основним стримуючим фактором для інших компаній є відсутність необхідної законодавчої бази, яка може створити умови для покращення роботи компаній в цій сфері.

Підсумовуючи, важливо зауважити, що в Україні немає спеціального законодавства для регулювання соціальної відповідальності ведення бізнесу. У розвинених країнах світу відсутнє виключне державне фінансування сфер, котрі традиційно вважаються соціальними, а саме – освіта, охорона здоров'я, культура та ін. В Україні існують соціальні проблеми, які держава не може швидко та ефективно розв'язати, тому необхідна відповідна участь бізнесу. Основними суб'єктами процесів впровадження соціальної відповідальності ведення бізнесу в Україні є великі компанії та фінансово-промислові групи. Українські споживачі та громадяни з причин недовірливості поінформованості та слабкості громадського суспільства не спроможні здійснювати істотний вплив на бізнес в Україні. Однак з подальшим розвитком внутрішнього ринку та розширенням участі вітчизняного бізнесу в економічних відносинах міжнародного рівня, а також завдяки активізації громадянського суспільства все інтенсивніше відбуватиметься залучення підприємств, місцевих спільнот, користувачів та інших стейкхолдерів до діяльності з впровадження практики соціально відповідального ведення бізнесу в умовах сталого розвитку.



## Список використаних джерел

1. Соціально відповідальний бізнес у свідомості українців. Соціологічний зріз. URL: [http://www.un.org.ua/files/SURVEY\\_UKR.pdf](http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf).
2. Рейтинг соціально-відповідальних компаній // Гвардія соціально-відповідальних компаній, 2021. - 128 с.
3. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf).
4. Цілі сталого розвитку та Україна. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>.
5. Про затвердження плану заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 р. № 853-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-vikonannya-konceptsiyi-realizaciyi-derzhavnoyi-politiki-u-sferi-t10720>.
6. Благодійний фонд «Благомай». URL: <http://charitymay.com>

**Діана ГУМЕНЮК,**  
студентка,  
Київський національний  
лінгвістичний університет

## **РОЗВИТОК ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ**

Сучасний етап розвитку світової спільноти супроводжується загостренням низки глобальних проблем, провідне місце серед яких посідають проблеми екологічного забруднення і кліматичних змін внаслідок інтенсивного споживання природних ресурсів і збільшення техногенного навантаження на довкілля. Світове господарство щорічно скидає в атмосферу більше 30 млрд т. шкідливих речовин, що створюють парниковий ефект і руйнують озоновий шар планети, понад 91 % населення мешкає в регіонах, де рівень забруднення повітря перевищує рекомендовані ВООЗ граничні показники [1]. Не менш загрозливими для людства є темпи і масштаби забруднення довкілля пластиковими відходами, про що красномовно свідчать такі факти:

- за останні 50 років глобальне виробництво та споживання пластику зросло більш ніж у 20 разів;
- починаючи з 1950 року лише 9% від усього викинутого пластику було перероблено, а інша частина залишається в оточуючому середовищі у тій чи іншій формі;
- щороку в Європі утворюється близько 25,8 млн т. пластикових відходів, з яких менше 30% збираються для подальшої переробки [2].

Нині проблема екологічної безпеки стає актуальною для всіх країн світу. Жодна з них не може залишатися осторонь вирішення численних питань збереження довкілля і переходу до сталого економічного розвитку. Перш за все, це стосується бізнесу, який протягом довгих років функціонував за лінійною схемою виробництва, що призводило до забруднення навколишнього середовища у значних масштабах. Перегляд головних принципів ведення бізнесу, перехід до соціально відповідальних рішень і проектів перетворюється не тільки на сучасний тренд, але і на траєкторію подальшого розвитку людства.

Метою цієї роботи є обґрунтування шляхів переходу до сталого розвитку через запровадження моделі циркулярної економіки.

Використано системний підхід, статистично-порівняльний аналіз.

Наукова новизна дослідження полягає у поєднанні принципів розвитку циркулярної економіки з соціально відповідальним веденням бізнесу.

*Модель циркулярної економіки та її відповідність  
Цілям сталого розвитку*

Усвідомлення необхідності відродження довкілля та збереження придатних умов для існування сучасних і прийдешніх поколінь спонукала світових лідерів до розробки низки програмних документів, спрямованих на пошук відповідей на глобальні виклики сучасності. Одним із перших серед прийнятих документів стала рамкова Конвенція ООН щодо змін клімату, яку було підписано 180 країнами світу в 1992 р. у Ріо-де-Жанейро [3]. На її базі у 2000 р. було сформульовано статті Глобального договору ООН, яким задекларовано принципи сталого розвитку та здійснено кроки до заохочення підприємницьких кіл до вирішення проблем глобалізації [4]. Важливим документом міжнародного значення щодо розробки дій, «спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету і забезпечити мир і процвітання для всіх людей у світі», стала програма ООН «Глобальні цілі сталого розвитку» на період 2015-2030 рр. [5]. Завдяки цим та іншим документам міжнародним товариством було створено нормативні засади для розгортання спільних партнерських дій щодо забезпечення сталого розвитку. Але більш актуальними на часі стають практичні рішення й ініціативи у цій сфері, розробка і реалізація яких знаходяться у площині соціально відповідального ведення бізнесу.

Одним із найбільш ефективних варіантів розв'язання зазначених проблем є перехід до циркулярної моделі функціонування економіки, яку також називають економікою замкненого циклу.

У науковій літературі циркулярна економіка розуміється як система виробництва і споживання, що забезпечує максимальну ефективність використання ресурсів, нульове утворення відходів і мінімізацію зовнішніх негативних ефектів на навколишнє середовище [6]. В основі цієї моделі лежить принцип «трьох R»: *reduce* (скорочення обсягів використання ресурсів на користь матеріалів, що відновлюються), *reuse* (максимально ефективне використання продуктів), *recycle* (відновлення відходів для подальшого

використання). Модель замкненої або циркулярної економіки виникла на базі промислової екології (також відомої як промисловий симбіоз), в якій функціонування екосистем використовувалося як зразок для організації промислових процесів і систем. Циркулярна економіка будується на нових механізмах створення цінності, які орієнтуються на максимально раціональне використання обмежених ресурсів і здійснення споживання лише в ефективних біоциклах.

Як приклади дій, що відповідають принципам циркулярної економіки, можна назвати такі:

- впровадження вимог до еко-дизайну, включаючи інформацію про довговічність товару;
- розширення відповідальності виробників за якість і надійність продукції;
- підтримка та більш широке використання «зелених» державних закупівель;
- запобігання виникненню надлишкових відходів;
- розробка стандартів якості для вторинної сировини, особливо для пластику;
- сприяння пожертвам у вигляді продуктів харчування;
- оренда, повторне та сумісне використання;
- відновлення та ремонт товарів чи матеріалів;
- продаж та дарування;
- промисловий симбіоз.

Циркулярна економіка утримує ресурси у матеріальному циклі та зменшує утворення відходів за допомогою скорочення споживання матеріалів, адже розглядає відходи як новий ресурс. Це вирішує проблеми дефіциту природних ресурсів, високих цін на сировину і зменшує залежність національних економік від імпортованих матеріалів.

У контексті переходу до циркулярних бізнес-моделей доцільно виокремити основні переваги економіки замкненого циклу:

- скорочення витрат на сировину;
- освоєння нових ринків збуту;
- поліпшення взаємодії зі споживачами;
- підвищення лояльності покупців до компанії;
- покращення репутації бренду;

- розробка нових продуктів;
- створення конкурентної бізнес-моделі;
- розвиток компанії та поліпшення її стану у невизначених умовах.

Для великого і малого бізнесу запровадження циркулярних моделей використання ресурсів і споживання потребує не тільки технологічних змін, але і кардинальної трансформації філософії бізнесу, іншого способу мислення щодо взаємодії із клієнтами, перетворення їх із споживачів на користувачів. Орієнтація маркетингу на те, щоб якомога більше продавати, має змінюватись на нову парадигму, в якій головною метою буде «надати у використання» з тим, щоб забезпечити повернення матеріалів для повторного застосування.

Такий підхід підтримується споживачами. Більшість людей хоче розуміти, куди компанії інвестують отримані прибутки. Розвиток екологічної та соціальної відповідальності бренду є сучасним трендом на ринку, який заохочує споживачів до відповідального споживання на основі екологічного мислення і свідомого поводження з відходами. Компанії, що дослухаються до потреб покупців, дають їм те, чого вони очікують, чим покращують свій імідж і бізнес-процеси. Важливим у цьому процесі є те, що переваги циркулярної економіки доступні не тільки для великих, але також і для малих компаній.

#### *Сучасний світовий досвід і перспективи запровадження циркулярної економіки в Україні*

Вивчення світового досвіду соціально відповідального ведення бізнесу демонструє, що тренд на розвиток виробничо-споживчих циклів насамперед почали впроваджувати великі міжнародні виробники. Так, з першої сотні списку «Fortune» «Global 500» 44% компаній обрали стратегію циркулярної економіки [7]. Серед найбільш вдалих прикладів позитивного впливу нової моделі ведення бізнесу на діяльність компанії слід назвати «Renault», «Nike», «Michelin» та інші.

Renault став першим виробником автомобілів, який запровадив концепцію циркулярної економіки. У 2008 році була створена дочірня компанія «Renault Environment», яка контролює потік деталей та відходів. Завдяки переробці пластмас, відновленню та повторному використанню запасних частин та рециркуляції міді, транспортні засоби створюються на 85% придатними для повторного

використання і на 95% складаються із деталей, видобутих у кінці терміну служби. Сьогодні функціонування циркулярної бізнес-моделі приносить компанії 500 млн. євро на рік [8].

Виробник спортивного взуття «Nike» майже 30 років тому запустив ініціативу «Nike Grind». Старі кросівки, зібрані по всьому світу, використовували як матеріал для виготовлення покриття для спортивних майданчиків. З моменту запуску проєкту близько 28 млн пар взуття були перероблені у поверхні для спортмайданчиків, що сприяло вирішенню як екологічних, так і соціальних проблем [9].

Група «Michelin» щорічно повертає у виробничий процес 17 млн тонн використаних автомобільних шин. Завдяки R&D розробкам вони знову стають цінним матеріалом для подальшого використання [8].

Компанія «NESPRESSO» реалізує програму повернення. Споживачі можуть залишати свої використані кавові капсули у передплачених мішках для переробки у будь-якому місці стійки UPS. Алюмінієві капсули відокремлюються від кавової гущі перед розплавленням металу для використання у нових продуктах. Відпрацьована кавова макуха продається як високоякісне добриво для озеленювачів, садових центрів, муніципалітетів і домовласників.

Протягом останніх років у контексті переходу до екологічно та соціально-відповідального бізнесу, були засновані такі компанії, як «BlaBlaCar» – найбільший у світі міжнародний онлайн-сервіс пошуку автомобільних попутників; «RelayRides» – сервіс оренди автомобілів; «Airbnb» – популярна у світі платформа для здавання і оренди приватного житла тощо. Популярність та успіх цих компаній підтверджують те, що даний підхід має багато прихильників. Вважаємо, що з боку держави необхідно заохочувати послідовників циркулярного бізнесу і відповідального споживання всіма доступними методами.

Аналіз досвіду зарубіжних країн демонструє, що для переходу до моделі циркулярної економіки можна задіяти такі інструменти: нормативно-правові рамки, адміністративні умови, економічні інструменти, громадську освіту та обізнаність, зміни поведінки споживачів. Передові країни світу вже здійснили перші кроки на шляху застосування цих інструментів і запровадження екологічно спрямованого виробництва. До їх числа входять: Китай (Закон про заохочення циркулярної економіки та план дій по стратегії розвитку циркулярної економіки), Німеччина (Акт про циркулярну економіку),

Нідерланди (Загальнодержавна програма з циркулярної економіки), Фінляндія та Франція (дорожні карти з циркулярної економіки) та інші.

На умовах Угоди про асоціацію з ЄС Україна взяла на себе зобов'язання щодо гармонізації національного законодавства із законодавством Європейського Союзу. Наслідком цього у 2017 році стало схвалення Національної стратегії управління відходами [10]. Важливими для заощадження енергоресурсів і, відповідно, скорочення їх споживання є програми впровадження енергоефективності у відповідності до законів України «Про ратифікацію Договору до Енергетичної Хартії та Протоколу до Енергетичної Хартії з питань енергетичної ефективності і суміжних екологічних аспектів» [11], «Про альтернативні джерела енергії» [12] та інших нормативних документів. Це можна вважати першими кроками формування державної політики на шляху до переходу до циркулярної економіки у нашій країні.

Серед наступних дій необхідними слід вважати прийняття нормативних документів і застосування економічних важелів, які б заохочували бізнес до:

- заміни виробничих ресурсів на ті, що є відновлювальними;
- повернення матеріалів після використання у виробництво;
- розвитку співпраці з іншими компаніями (промисловий симбіоз);
- пошуку ринків вторинного використання ресурсів і запровадження інших ініціатив.

Спираючись на досвід країн ЄС, можна запропонувати створення циркулярних бізнес-моделей у галузі повторного використання матеріалів за рахунок їх переробки. Це:

1. Папір, картон, PET, скло, які мають потенціал повторного використання більше, ніж на половину.
2. Старий одяг, який можна перетворювати на предмети домашнього побуту і декору.
3. Органічні відходи. Це потенційне джерело натуральних добрив для сільського господарства, за рахунок чого можна забезпечити скорочення використання мінеральних добрив, які чинять негативний вплив на зовнішнє середовище.
4. Метал, який можна переробляти майже необмежену кількість разів без втрати фізичних властивостей. Новітні технології

у металургії сприятимуть збереженню національного природного потенціалу за рахунок більш раціонального використання ресурсів [13].

Незважаючи на те, що наша країна знаходиться тільки на початку шляху до нової моделі економіки, вже зараз можна побачити вдалі приклади запровадження принципів циркулярної економіки у бізнесі соціально відповідальних компаній. Так, бренд «Моршинська» оновив дизайн продукції, зменшивши кількість пластику, що використовується для упаковки, на 15%; бренд «Oh My Look!» трансформується із сервісу оренди суконь у пропозицію віртуального гардеробу за передплатою [9].

Компанія «Кліар Енерджі» займається будівництвом і експлуатацією електростанцій, що використовують біомасу, біогаз, вітер і сонячну енергію. Крім того, підприємство займається дегазацією і управлінням полігонами, а також воно налагодило виробництво власних газогенераторів. На ринку альтернативної енергетики ця компанія працює з 2015 року. За цей час нею було інвестовано понад 100 млн євро у свої проекти. Серед реалізованих еталонних проектів компанії - Корюківська теплоелектростанція потужністю 4 МВт, яка була введена в експлуатацію у жовтні 2016 року. Унікальним також став проєкт Чернігівської генеруючої компанії. Тут вперше в країні використовується сучасна технологія газифікації паливної тріски за допомогою вітчизняного обладнання [14].

Підсумовуючи зазначимо, що перехід до циркулярної моделі функціонування економіки є ефективним засобом вирішенням глобальних екологічних проблем і досягнення Цілей сталого розвитку. Для цього можуть бути задіяні інструменти і методи державної економічної політики, адміністративного та економічного впливу. Особливу роль у запровадженні циркулярних бізнес-моделей мають виконувати компанії, що дотримуються у своїй діяльності принципів ведення соціально відповідального бізнесу, оскільки соціальна відповідальність є інтегрованою характеристикою, що забезпечує правові, соціально-економічні, гуманітарні і екологічні аспекти розвитку суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. The World Bank. Indicators. Environment. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2E.KT>.
2. Пластик чи життя: коли в Україні почнуть переробляти



ПЕТ-пляшки. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/03/15/646133/>.

3. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_044#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_044#Text).

4. Глобальний договір ООН в Україні. URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/gd-oon-v-ukraini>.

5. ПРООН Україна. Глобальні цілі сталого розвитку 2015-2030. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.

6. The Closed-Loop or Circular Economy. Aspects of environmental research. URL: <https://blogs.imperial.ac.uk/cepresearch/>.

7. Fortune 500 list of companies 2020. URL: <https://fortune.com/fortune500/ю>.

8. Руда М.В., Мирка Я.В. Циркулярні бізнес-моделі в Україні. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. №1. Ч.2. С. 107-121.

9. Нечитайло Д. З чистого аркуша: як працює і чим вигідна циркулярна економіка. Економічна правда (2020). URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/09/2/664626/>.

10. Про схвалення Національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 08.11.2017 р. № 820-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80#Text>.

11. Про ратифікацію Договору до Енергетичної Хартії та Протоколу до Енергетичної Хартії з питань енергетичної ефективності і суміжних екологічних аспектів : Закон України від 06.02.1998 р. № 89/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/89/98-вр>.

12. Про альтернативні джерела енергії : Закон України від 20.02.2003 р. № 555-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-15>.

13. Гурочкіна В.В., Будзинська М.С. Циркулярна економіка: українські реалії та можливості для промислових підприємств. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2020. Вип. 5. С. 52- 64.

14. ТОП-50 инновационных компаний Украины. URL: <https://delo.ua/business/top-50-innovacionnyh-kompanij-ukrainy-361631/>.

**Оксана ЖИТНИК,**

студентка,

Національний університет «Полтавська  
політехніка імені Юрія Кондратюка»

## **ВПЛИВ ГРОМАДИ НА РОБОТУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПЕРЕД НАСЕЛЕННЯМ (НА ПРИКЛАДІ РЕШЕТИЛІВСЬКОЇ ОТГ)**

Ведення успішного та орієнтованого на тривалий період бізнесу можливе лише за умови існування стабільного та гармонійного суспільства. Саме таку думку висловила Ж. Ревнова, колишня директорка департаменту з корпоративних зв'язків компанії «Київстар». Можна стверджувати, що нині все більшого обертю набирає процес інтеграції вітчизняної економічної системи до європейського та світового економічного простору. Зазначений факт відображається, в першу чергу, в тому, що у сферах наукових досліджень та підприємництва зростає зацікавленість у прогресивних іноземних, зокрема західних, концепціях та практиках ведення бізнесу. Особливо яскраво відбувається акцентування уваги на механізмах налагодження ефективної взаємодії державних і корпоративних структур, а також – на побудові продуктивного діалогу між бізнесом, владою й суспільством [1, с. 97-98].

Прикладом світової тенденції усвідомлення важливості ведення соціально-відповідального бізнесу може слугувати те, що 19 серпня 2019 року керівництво 180 глобальних корпорацій з мережі «Business Roundtable», серед яких «Apple», «Boing», «FedEx», «General Motors», анонсували, що прибуток більше не є кінцевою метою їхньої діяльності. За їх словами, вектор діяльності зміщується в сторону задоволення інтересів усіх можливих стейкхолдерів, а саме споживачів, найманих працівників, постачальників, місцевих громад і власних акціонерів [2].

Разом з тим українські фірми також приходять до розуміння ролі та значення соціальної відповідальності в сучасному економічному просторі. Відтак у лютому-березні 2018 року Київським міжнародним інститутом соціології було опитано 400 вітчизняних підприємств та організацій. Відповідно до результатів проведеного дослідження, 83% з опитаних реалізує політику соціальної відповідальності. Більшість респондентів, а саме 75%, розуміє соціальну відповідальність як політику розвитку і поліпшення умов

праці персоналу. Третина опитаних – як інвестиції в розвиток регіону, захист і підтримку споживачів. Трохи більш чверті опитаних – як допомогу учасникам антитерористичної операції (АТО) (від 30 квітня 2018 року переформатовано у операцію об'єднаних сил або ООС) на Сході України та мешканцям регіонів, які постраждали внаслідок військової агресії РФ проти України, благодійну допомогу й охорону довілля [2].

В якості прикладу соціально-відповідальних вітчизняних компаній можна зазначити «WOG», яка реалізує проєкт «Дорога до серця» і забезпечує покупку устаткування в лікувальні заклади України; компанію «D.ТЕК», яка допомагає в навчанні та підвищенні кваліфікації співробітників державних органів і установ України; компанію «Київстар», яка реалізує освітні мовні програми, а також надає своїм абонентам нетарифікований доступ до додатка «Prometheus».

Утім треба зазначити, що нині, незважаючи на велику кількість наукових досліджень, немає єдиного розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу. До того ж, гострою є проблема невирішеності питання соціальної відповідальності як цілком самостійного соціально-економічного явища у процесах трансформації суспільних відносин і відсутності чіткої систематизації можливих напрямів реалізації соціальної відповідальності бізнесу [3, с. 187]. Підтвердженням цієї думки є те, що наразі можна виділити понад 50 трактувань поняття «корпоративна соціальна відповідальність» та «соціальна відповідальність бізнесу».

Щодо взаємовідносин бізнесу та територіальної громади, треба зазначити, що сьогодні немає окремо терміну, котрий би достеменно позначав соціальну активність бізнесу на прилеглий території. Серед можливих варіацій такого поняття виділяють «бізнес в місцевому співтоваристві», «відносини компанії з місцевим співтовариством» та «регіональна соціальна політика», причому останній термін, на нашу думку, містить у собі більш широке тлумачення й включає не лише соціально відповідальну позицію підприємств і територіальних громад, але й передбачає активну участь держави у розвитку своїх територій. Одним із англійських аналогів зазначених понять є «corporate community involvement», який, за переконанням Едмунда Бурка, характеризує стан відносин між компанією і місцевим співтовариством, де вона знаходиться і на яке впливає. Він включає як результат випереджаючої активності компанії, так і програми, спрямовані на розвиток відносин з групами і організаціями на певних

територіях. Інша дефініція «corporate community engagement», автором якої є Джон Вайзер, засновник консалтингової компанії «Brody Weiser Burns», означає, що відносини компанії з місцевим співтовариством є частиною поточної бізнес-стратегії на території її розташування [5, с. 72-73].

У цілому ідеї соціальної відповідальності бізнесу безпосередньо пов'язані з необхідністю забезпечення сталого розвитку країни, отримання балансу та взаємної вигоди між корпоративними, державними і громадськими інтересами. Найзрозумілішим прикладом такої взаємодії є соціальна відповідальність, яка охоплює процеси своєчасності оплати праці, сплати податків, створення нових робочих місць. Подальше зростання рівня відповідальності характеризується діяльністю, спрямованою на підвищення кваліфікації працівників, комплексний повноцінний розвиток соціальної інфраструктури.

Разом з тим, треба зазначити, що відповідальність підприємства має як юридичне, так і економічне підґрунтя. Юридична основа формування відповідальності бізнесу формується через механізм державного впливу, через контроль та певні санкції за порушення встановлених вимог. Економічна основа формування відповідальності визначається ринковим механізмом. Водночас соціально-трудова та екологічна складові соціальної відповідальності бізнесу формуються у відповідності до вимог закону, діяльності профспілок, громадських організацій [3, с. 188]. Різного роду соціальні проекти в регіонах керуються місцевою владою, завдяки чому кожен регіон є унікальним. Отже, рівень взаємовідносин між соціальними партнерами відрізняється; бізнес, беручи участь у реалізації різноманітних соціальних проектах, передусім, розраховує на отримання економічних ресурсів і підтримку, на просування свого бренду чи фірми. До таких економічних ресурсів слід віднести надання компаніям пільгових послуг, державного замовлення, соціального замовлення, стимулювання іншими державними факторами [6, с. 211-212].

При розгляді сутності соціально відповідальної взаємодії бізнесу та територіальних громад необхідно зазначити основні фактори впливу територіальної громади на підприємство. Серед них виділяють наступні:

- фактор розташування бізнесу: саме населення територіальної громади є потенційними працівниками підприємства, відповідно

негативне сприйняття підприємства може позначитися на його забезпеченості трудовими ресурсами, суттєвим чином підвищити витрати підприємства на персонал;

- фактор формування іміджу та репутації бізнесу: громадська думка, що формується про підприємство, може як сприяти його розвитку, так і створювати перепони для розвитку бізнесу;

- фактор співпраці з місцевою владою: саме місцева влада має певні важелі впливу на діяльність бізнесу; важливо, щоб такий вплив був позитивним;

- фактор споживання: реалізація продукції, послуг або виконання робіт на території розташування підприємства суттєвим чином скорочує його витрати.

Разом з тим, й територіальна громада отримує від взаємодії з бізнес-структурами певні переваги та вигоди, серед яких можна виділити:

- наявність внутрішніх фінансових ресурсів для розв'язання соціальних проблем та реалізації нагальних соціальних проєктів. Завдяки поєднанню ресурсів із різних джерел можна досягти кращого результату та більшого соціального ефекту;

- встановлення нових партнерських відносин у громаді між владою, бізнесом та некомерційними організаціями;

- налагодження комунікації, яка розширює можливість ефективно запобігати непорозумінням між компанією та громадою, а також дають додаткову можливість управління соціальними ризиками;

- єднання громадян та виховання в громаді почуття причетності до вирішення соціальних проблем;

- підвищення соціальної активності громадян, поповнення їх знань і збільшення можливостей їх участі в різних громадських програмах;

- збагачення історичного досвіду і культурного життя співтовариства [7, с. 147-149].

Таким чином, бізнес і територіальна громада активно взаємодіють між собою, важливим при цьому стає фактор урахування як інтересів бізнесу, так й завдань з досягнення сталого розвитку територіальної громади.

Розглянемо взаємодію бізнесу з територіальною громадою на прикладі Решетилівської ОТГ Полтавської області.

Решетилівська ОТГ була заснована 18 грудня 2016 року. Територіально вона є складовою частиною укрупненого Полтавського району Полтавської області, та займає загальну площу 1106,3 км<sup>2</sup>. Сукупна чисельність населення громади складає 26080 осіб [9]. Решетилівська ОТГ складається у цілому з 20 рад, які об'єдналися у єдину громаду у різний період часу (Таблиця 1).

**Таблиця 1**

*Склад Решетилівської об'єднаної територіальної громади [10]*

<b>Назва сільської (селищної) ради</b>	<b>Села у підпорядкуванні</b>
Решетилівська	Решетилівка (місто), Білоконі, Ганжі, Колотії, Прокопівка, Сені, Хоружі, Шкурупіївка.
Демидівська	Демидівка, Андріївка, Литвинівка, Нова Диканька, Пустовари.
Калениківська	Каленики, Хрещате.
Кукобівська	Кукобівка, Дмитренки, Долина, Коломак, Кузьменки, Лютівка.
Лиманська Друга	Лиман Другий, Братешки, Коліньки, Потеряйки Горові, Шишацьке, Дем'янці.
Лиманська Перша	Лиман Перший, Бузинівщина, Мирне, Тури.
Лобачівська	Лобачі, Глибока Балка, Коржі, Крохмальці, Тривайли.
Малобакайська	Малий Бакай, Бакай, Мушти, Гришки.
М'якеньківська	М'якеньківка, Михнівка, Шрамки.
Новомихайлівська	Нова Михайлівка, Молодиківщина, Потеряйки, Шарлаї.
Пащенківська	Пащенки, Гольманівка, Паськівка, Яценки.
Покровська	Покровське, Бабичі, Голуби, Кривки, Писаренки, Тутаки, Шкурупії.
Потічанська	Потічок, Миколаївка, Нагірне, Пасічники.
Піщанська	Піщане, Славки.
Сухорабівська	Сухорабівка, Березняки, Підок.
Федіївська	Федіївка, Лучки.
Шевченківська	Шевченкове, Дружба, Фрунзівка, Шамраївка.

Шилівська	Шилівка, Онищенки, Паненки.
Остапівська	Остап'є, Запсілля, Нове Остапове, Олефіри, Уханівка, Підгір'я.
Говтвянська	Говтва, Буняківка, Киселівка, Плавні.

На території Решетилівської об'єднаної територіальної громади провадять свою діяльність різноманітні підприємства, серед яких наявні як приватні організації, так і комунальні установи. Зокрема, серед найбільших підприємств центрального району громади, Решетилівського, можна виділити наступні: ППО ВАТ «Решетилівський маслозавод», ТОВ «Агротехсервіс», ТОВ «Століт-Полтава», ТОВ «Решетилівський цегельний завод» тощо.

Одразу зауважимо на необхідності проведення аналізу надходження податкових коштів від підприємств до бюджету громади. Адже досить розповсюдженою є ситуація, коли фактична та юридична адреси суб'єкта підприємницької діяльності не співпадають, як наприклад, у випадку ПП «Решетилівський маслозавод», фактична адреса якого знаходиться у місті Решетилівка, а юридична – у Києві. Це суттєвим чином знижує можливості територіальної громади в отриманні податкових надходжень до бюджету територіальної громади. Тож, одним із аспектів соціальної відповідальності таких підприємств є участь у реалізації проєктів розбудови соціальних об'єктів територіальної громади.

Особливої уваги, на нашу думку, потребує той факт, що певна частка підприємств на території громади у ході своєї діяльності забруднює навколишнє середовище. Тому основним завданням діяльності всіх підприємств стає забезпечення якомога меншого негативного впливу на навколишнє природне середовище.

Так, у період 2017-2021 років ТОВ «Терра Фуд» було зобов'язане щорічно проводити періодичний інструментально-лабораторний контроль за дотриманням нормативів викидів в атмосферу. Загалом в забрудненні атмосферного повітря Полтавської області частка Решетилівського району складає приблизно 2,7% [10].

Як відомо, для Полтавської області характерним є хороше забезпечення ресурсами для сільськогосподарського природокористування. Так, за 100-бальною шкалою середня якість області за ступенем їх придатності для вирощування зернових і технічних культур становить 65 балів. Сільськогосподарські угіддя займають 75,3% площі області, що на 6,6% вище загальноукраїнського

показника. Тому зрозумілою є наявність на території Решетилівської ОТГ підприємств сільськогосподарського напрямку діяльності. Серед них найбільшими є ТОВ «Агротехсервіс», ПАФ «Подолька», Решетилівська філія ТОВ СП «Нібулон», ПРАТ «Полтавське ХПП» та багато інших. Їхня соціально відповідальна позиція повинна ґрунтуватися на збереженні родючості земель та використанні безпечних технологій ведення агробізнесу; забезпеченні соціально значимих об'єктів територіальної громади - дитячих садочків, шкіл, лікарень - продуктами сільського господарства за пільговими цінами або на засадах благодійної допомоги; розширенні обсягів виробництва органічної продукції.

У результаті проведеного аналізу можемо зробити висновок, що нині значна частина представників українського бізнесу починає вбачати мету діяльності підприємств не лише в тому, щоб отримати прибуток, але й у долученні до розвитку потенціалу трудового колективу, розв'язанні соціальних і екологічних проблем суспільства та налагодженні партнерських зв'язків між бізнесом і громадськістю. Останнє не дивує, адже зараз територіальні громади перестають бути лише місцем розташування підприємства. Вони отримують важелі впливу на ведення бізнес-діяльності на її території та стають суттєвою складовою бізнес-середовища компаній. До того ж, саме від благополуччя громади, рівня її соціально-економічного розвитку залежать перспективи розвитку підприємства.

Ведення соціально-відповідального бізнесу стає для бізнесу джерелом формування його репутації і вагомою причиною для висвітлення його діяльності в засобах масової інформації. Локальні, низько бюджетні, але цікаві місцеві проекти стають засобом створення позитивного іміджу підприємства не лише на місцевому, але і на національному і міжнародному рівнях. Таким чином, інвестиції в репутацію скорочуються в сотні разів, а ефект набувається такий же, як від реалізації ресурсо-витратної національної програми.

Всюди в успішних громадах приватний сектор виступає ключовим партнером для досягнення результатів сталого розвитку. Дану концепцію необхідно більше вкорінювати й на території Решетилівської ОТГ. Адже вона володіє чималим запасом трудових і природних ресурсів. За умов їх раціонального використання можна буде здійснити стрімке зростання загального благополуччя як громади, так і діючих підприємств. Необхідним натеper є посилення діалогу між бізнесом та керівними структурами ОТГ.



## Список використаних джерел

1. Сабецька Т.І. Сфери та напрями реалізації соціальної відповідальності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 15(3). С. 97-101. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2015\\_15\(3\)\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_15(3)_27).
2. Кокоть В. Дослідження «Залучення приватного сектору до розвитку громад». 17.12.2019 р. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/recovery-and-peacebuilding/un-rpp-research-local-sector-to-boost-local-development.html>.
3. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. Економічний вісник Донбасу. 2014. № 2. С. 187-192. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd\\_2014\\_2\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2014_2_29).
4. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.
5. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. м. Київ. Державний університет телекомунікацій. 2020. 222 с.
6. Яцина В.В. Соціальна відповідальність бізнесу у сучасних умовах функціонування господарських структур. Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ». 2017. Вип. 47. С. 208-216.
7. Градюк Н.М. Соціальна відповідальність підприємств в умовах становлення громадянського суспільства в Україні. Регіональна економіка. 2011. № 2. С. 143-150. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek\\_2011\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2011_2_19).
8. Збірник «Моделі місцевого економічного розвитку: успішні практики». м. Київ. 2019. Інтернет-ресурс. URL: <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/dinaprintweb.pdf>.
9. Інтернет-ресурс децентралізації. URL: <https://decentralization.gov.ua/newgromada/4447>.
10. «GROMADA.INFO» Інформаційно-довідковий портал ОМС України. Решетилівська громада. URL: <https://gromada.info/gromada/reshetylivska/>.

**Олександра ЗАЯЦ,**

студентка,

Вінницький торговельно-економічний  
інститут Київського національного  
торговельно-економічного університету

## **СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС: ПЕРЕХІД ВІД «ВИЖИВАННЯ» ДО «ПРОЦВІТАННЯ» В УМОВАХ VUCA-СВІТУ**

Світ не покидає невизначеність та хаос. Пандемія COVID-19, політичні конфлікти стали трампліном до змін. Окремі особистості та спільноти відповіли співчуттям і силою. Організації, незважаючи на те, що багато хто дивився крізь пальці на звільнення працівників і зупинки у роботі, застосовували заходи для захисту здоров'я і безпеки своїх співробітників, створення основних послуг і розгортання кадрових стратегій для підтримки співробітників в режимі реального часу. Екосистеми об'єдналися, щоб використовувати свої колективні та додаткові можливості для досягнення значущих змін. Соціальне підприємство запрацювало. Ще у «Звіті про глобальні тенденції в сфері людського капіталу на 2018 рік» проговорювалися ідеї соціального підприємництва та наводилося його визначення як «нового соціального договору, який пропонує гуманні (більш людяні) відносини між людиною і організацією, організацією і суспільством [1]. З 2018 року ми бачимо, що швидкість і масштаби змін продовжують збільшуватися, а технологічні досягнення якісно змінюються в більш короткі проміжки часу. Разом з тим, інтереси суспільства розглядалися окремо від технологічних досягнень, а подекуди навіть в безпосередньому конфлікті з ними. І тому наріжним каменем Звіту 2020 постало питання про те, чи дійсно людство і технології перебувають у конфлікті, і чи можна вирішити парадокс пошуком способів залишатися людиною в світі, керованому технологіями. Крім того, нині рамковими умовами діяльності бізнесу є Цілі сталого розвитку та Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини.

Сталий запит на вивчення проблематики соціальної відповідальності тривалий час ініціює проведення багатопланових досліджень та її обговорення на рівні найавторитетнішої спільноти. Пусковим механізмом наукового пошуку стала робота Г. Боуена (1953 р.) «Соціальна відповідальність бізнесмена» [2], в якій автор обґрунтував статус соціальної відповідальності як важливого

соціального інституту та визначив змістовні рамки соціальної відповідальності, а також і напрями її розвитку. В процесі еволюції концепції соціальної відповідальності сформувалися її основні інтерпретації:

- класичний підхід (М. Фрідман, 1961 р.): передбачає, що соціальна відповідальність бізнесу полягає у продукуванні прибутку [3];

- теорія корпоративного альтруїзму (Комітет з економічного розвитку США): виходить за рамки лише збагачення акціонерів та висуває необхідність розв'язання бізнесом суспільних проблем і збереження навколишнього середовища;

- теорія «розумного егоїзму» (enlightened self-interest): будується на тому, що якість бізнесу покращується шляхом скороченням втрат прибутку в довгостроковій перспективі за рахунок реалізації соціальних програм і філантропії;

- інтегрований підхід до соціальної відповідальності (Wartick S., 1985 р.): концентрує філантропію та соціальну активність підприємства навколо конкретної галузі, що пом'якшує протиріччя між інтересами зацікавлених осіб підприємства [4];

- комплексний підхід (К. Девіс, 1960 р.): піднімає соціальну відповідальність до рівня «залізного закону відповідальності» [5], відповідно до якого влада, враховуючи ринкові сигнали, зобов'язана продукувати відповідальність та відкритість перед суспільством аби забезпечити процвітання у довгостроковій перспективі.

Пізніше, наприкінці 1970-х рр. А. Керролл відводить соціальній відповідальності роль суспільного договору між підприємством та економічними, правовими, етичними і дискреційними очікуваннями суспільства [6], а В. Фредерік прирівнює «соціальну сприятливість» до здатності організації, в центр якої покладені конкретні дії, основані на професійному керуванні відносин із суспільством [7].

Ціннісно-орієнтований підхід розкриває новий зміст соціальної відповідальності як ресурсу в працях А. Колота (2013 р.) [8] і як складову соціального капіталу (Н. Корж, 2015 р.), який «...втілює в собі спільну діяльність з метою отримання вигоди для всіх, хто бере участь у господарській діяльності; ...обумовлена соціальними, інтелектуальними, кадровими і комерційними факторами розвитку; ...виступає у формі норм, правил поведінки, які є загальноприйнятними для всіх господарюючих суб'єктів» [9].

Продовжуючи дослідження в царині ціннісноорієнтованого

підходу слід зазначити, що вік глобалізації і діджиталізації вносить нові пріоритети у розвиток підприємства через розвиток соціо-інноваційного, екологічного та інформаційного потенціалу менеджменту. Інституційні та неформальні практики потребують розгляду поставленого завдання не тільки традиційними методами економічної теорії, але й за допомогою використання конвергентного аналізу, системного, інтеграційного та міждисциплінарного підходів. На мою думку, розробка та впровадження сучасних проєктів щодо активізації соціальної відповідальності, які пройняті морально-духовними цінностями та ідеєю корпоративного громадянства, будуть працювати на прирощення соціальних ресурсів і стійкий розвиток бізнесу.

Метою цієї наукової роботи є розкриття особливостей формування соціально відповідального підприємства в умовах швидкоплинного та непередбачуваного середовища. Досягнення мети потребує усвідомлення необхідності прийняття змін, узагальнення основних принципів і форм досягнення соціальної відповідальності бізнесу як складової сталого розвитку.

Поштовхом у розвитку соціальної відповідальності бізнесу завжди виступав комерційний чинник, який залежить від громадської думки та загострився за умов сучасних викликів зовнішнього середовища. На початку 70-х рр. у зв'язку з несправедливим розподілом прибутків та зі зростанням кількості бідних у країнах, що розвиваються, питання соціальної справедливості були визнані такими ж важливими, як і питання зростання економічної ефективності [10].

На конференції «Порядок денний на 21-ше століття» світове співтовариство визнало, що для збереження природних і людських ресурсів необхідний збалансований розвиток, який гармонійно поєднує економічні, соціальні та екологічні складові розвитку. Слід зазначити, що у 2019 році Україна досягла прогресу у 15-ти з 17-ти Цілей сталого розвитку (далі - ЦСР). Такі дані наводяться у Добровільному національному огляді щодо досягнення ЦСР в Україні [11]. Дійсно, у нинішній час досягнення ЦСР не можливе без збалансованих соціально-відповідальних дій з боку Уряду, бізнесу, суспільства, експертів. Розширення ролі соціально відповідального бізнесу в Україні буде одним із викликів у найближчі роки [11].

Отже, узагальнюючи вище зазначене можна окреслити форми прояву соціальної відповідальності:

- багаторівневий процес реагування на ринкові сигнали;
- стратегія управлінського сприйняття;
- здатність підприємства реагувати на суспільні потреби;
- ресурс підприємства і складова соціального капіталу;
- складова сталого розвитку.

За сучасних умов, перехід від «виживання до процвітання» залежить від того, чи стане організація гуманною (орієнтованою на людину) за своєю суттю, тобто, чи стане вона носієм іншого стилю розвитку, де організація підходить до кожного питання, проблеми та рішення, в першу чергу, з точки зору гуманності. Пандемія та військові конфлікти стали реактором змін у роботі підприємств у всьому світі. При цьому бізнес реагував на різку кризу шляхом, зокрема: переведення статичних стратегій на динамічні з врахуванням цілей сталого розвитку; застосування гнучких методів управління; переусвідомлення цінностей й шляхів досягнення цілей.

У світі постійних руйнувань зосередженість на виживанні обмежує прагнення людини сприймати нову реальність та здобувати результат, який вона зазвичай отримувала. Організації з мисленням «виживання» прагнуть мати справу з реальністю, яку нав'язує зовнішнє середовище, - це те, що необхідно для успіху сьогодні. Прагнення до «процвітання», навпаки, орієнтує організацію на сприйняття нової реальності, як каталізатора для руху організації вперед. Організації, чий бізнес налаштований на процвітання, мають системно продукувати інновації для досягнення ЦСР, забезпечувати права людини аби підтримувати своє домінування у майбутньому. Все вищезазначене вимагає певного ступеня сміливості, розсудливості та гнучкості, які можуть принести лише люди і команди, котрі очолюють гуманні керівники.

Для балансу між зростанням прибутковості підприємства, повагою, підтримкою власного середовища і потреб стейкхолдерів, організація повинна дотримуватися таких принципів гуманності: мета і сенс, етика та справедливість, розвиток і вигода, співробітництво, прозорість, відкритість. Щоб претендувати на статус соціально відповідального підприємства, діяльність компанії має стати не тільки суспільно корисною, але й вирішувати соціальні проблеми всіх стейкхолдерів. З цією метою їх діяльність повинна будуватись на таких засадах:

- людинно-центричний підхід в управлінні персоналом (цілі 1, 3, 4, 8, 16 ЦСР);

- формування корпоративної культури;
- заощадливе виробництво та відповідальне ставлення перед стейкхолдерами та природою (цілі 6, 7, 8, 11, 12-15 ЦСР);
- доступність послуг і забезпечення належної обачності щодо прав людини (гендерні питання, питання уразливості і / або маргіналізації) - ціль 5 ЦСР; Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини.

За сучасних умов бізнес-структури повинні не тільки усвідомлювати, що вони поважають права людини, але й демонструвати повагу прав людини шляхом запровадження відповідної політики, використання певних процедур та підтверджувати це висновками внутрішніх і / або зовнішніх експертів [12]. Окрім того, має бути налагоджена відповідна комунікація на основі транспарентності та підзвітності перед окремими зацікавленими сторонами, включаючи інвесторів. Авторитетний перелік основних міжнародно визнаних прав людини міститься в Міжнародному біллі прав людини [12]. З метою запобігання і пом'якшення несприятливого впливу на права людини бізнес-структурам слід виявити місце його виникнення в розрізі всіх операційних процесів, призначити відповідальних за усунення такого впливу та виділити необхідні ресурси. Більшість компаній щорічно публікують соціальні звіти, а деякі навіть піддаються незалежній оцінці соціальної відповідальності – соціальному аудиту.

Щодо людинно-центричного підходу в управлінні персоналом, то у звіті «Deloitte Global Human Capital Trends 2020» зазначається, що для виявлення сильних сторін працівника необхідно:

- інтегрувати фізичне, психічне, фінансове і соціальне здоров'я працівників у структуру самої роботи компанії, а не вирішувати питання їх добробуту через додаткові програми [1];
- використовувати свободу вибору працівника як засіб його стимулювання до навчання, адаптації та залученості до операційних процесів [1];
- інтегрувати інтереси працівників у потреби організації, що також може поліпшити її роботу, адже працівники будуть більш мотивовані і залучені в свою роботу і навчання [1];
- створювати команди і суперкоманди, що використовують технології для поліпшення природних гуманних способів роботи [1]. Продумане використання технологій дозволяє змінити характер роботи таким чином, щоб максимально використовувати здібності

працівників. Інструменти спільної роботи, які її покращують, і міжлюдська комунікація, технології штучного інтелекту. що можуть спрямовувати людей у процесі прийняття рішень, можуть дозволити командам працівників домагатися нових і кращих результатів з більшою швидкістю і масштабом;

- розробляти і застосовувати перспективні ідеї з використанням даних у реальному часі для розкриття потенціалу персоналу [1].

Розуміння потреб і потенціалу робочої сили - це перший крок до узгодження їхньої поведінки з цілями організації таким чином, щоб визнавати потреби працівників, розвивати їх здібності і поважати їх цінності та цінності організації. Відповідно, відбувається зсув відповідальності спеціалістів сфери HR від розробки та реалізації стандартизованої кадрової політики до нової відповідальності, якої потребує нова архітектура роботи на підприємстві [13]. Щоб організація по-справжньому «олюднилася» за своєю суттю, спеціаліст HR повинен взяти на себе провідну роль у впровадженні гуманності (людяності) в усі аспекти роботи, співпрацюючи з бізнес-лідерами та іншими функціональними лідерами, щоб переосмислити мотивацію до роботи.

В розвитку людського капіталу на 2021 рік визначено п'ять глобальних тенденцій: планування добробуту в роботі; розкриття робочого потенціалу; зростання ролі команд; управління кадровими стратегіями; прискорення переходу до роботи зі зміни архітектури діяльності (прийняття корпоративного мислення, яке ставить на чільне місце роботу зі зміни архітектури, щоб отримати вигоду з унікальних сильних сторін людської особистості [1].

За умов кризи однією з найбільших перешкод постала складність побудови моделей для інтегрування людей з цифровими технологіями: створення нових навичок і методів управління для налагодження партнерства з доступними технологіями; задоволення суто людських потреб (сенс, зв'язок та добробут на роботі); максимізація робочого потенціалу за рахунок розвитку здібностей і для захисту етичних цінностей [13]. Нові можливості пов'язані з тим, що соціально відповідальне підприємництво не тільки декларує сталі цілі, забезпечує права людини, але наповнює сенсом та цінностями кожен аспект своєї роботи. Взаємозв'язок між викликами, перспективами та можливостями досягнення процвітання підприємства в умовах невизначеності наведено в Таблиці 1.

Таблиця 1

*Взаємозв'язок між викликами, перспективами та можливостями досягнення процвітання бізнесу та дотримання прав людини*

Наслідки зовнішніх викликів	Перспективи, які відкривають виклики	Можливості для забезпечення перспектив
Втрата сенсу	Капіталізація комфорту- можливість пов'язати талант, власний внесок у роботу з більш високою метою та місією	Ставлення до працівників повинно бути справедливим та шанобливим. Організація має створювати підґрунтя для розуміння працівниками зв'язку між їх талантом, внеском у розвиток організації та суспільства в цілому і власною вигодою.
Збільшення робочого дня, виснаження і професійне вигорання.	Соціалізована екосистема - добробуту в роботі	Орієнтація роботи на результат, але не на процес, відкритий діалог, відкриті практики, пов'язані з добробутом. Це відкриє для працівників можливість жити і працювати з максимальною віддачею.
Гендерна нерівність	Проектування організації, здатної максимально використовувати талант і креатив людини, розуміти місце людини в світі машин.	Сегментування персоналу, з'ясування їх потреб та ефективна розробка цільових програм і політик, які сприятимуть підвищенню особистих якостей працівників, турбота про їх здоров'я.
Сформована уява, що людей замінять технології	Інтегрування команд персоналу з технологіями	Використання технологій як стратегії розвитку чи співробітництва. Це сприятиме не тільки можливостям організації оптимізувати витрати, але й створити цінність, сформувати новий сенс у процесі роботи персоналу.
Інформаційний голод	Управління знаннями: створення контексту для цифрового світу	Культивування культури практичного обміну знаннями та створення знань, які зміцнюють організаційні зв'язки і забезпечують її сталість. Це сприятиме виживанню та процвітанню в умовах руйнування, невизначеності та змін.
Орієнтація на компетентності працівника	Інвестування в стійкість до невизначеності в майбутньому (антикрихкість)	Заохочення працівників та надання можливостей для їх розвитку і адаптації на основі власного потенціалу, а не тільки на основі наявних у них навичок або сертифікатів. Потрібні зусилля для забезпечення розвитку персоналу в обмін на подвійне зобов'язання щодо створення стійкої робочої сили, здатної адаптуватися до постійних змін.



Компенсація стала індикатором культури, цінностей та ринкової вартості організації	Формування цінності на перспективу	З'ясувати принципи, що становлять основу філософії, програм і політики винагороди. І цими принципами мають стати людські цінності: цілепокладання, справедливість, прозорість, зростання і співробітництво.
Брак доступу до інформації про стан добробуту працівника	Управління кадровими стратегіями, спрямованими на досягнення кращих результатів організацією	Використання технологій для системного збору визначальної інформації про стан працівників в режимі реального часу, для того, щоб відчувати вектор налаштування працівників.
Зміна ролі HR офісу	Розширення фокусу та збільшення впливу відділу кадрів в організації	Ціль HR - зануритися в роботу і переусвідомити якість роботи в операційних процесах.  Розширення функцій HR: моніторинг настрою співробітників, встановлення зв'язків між лідерами організації, працівниками та командами; надання допомоги організації та персоналу в адаптації до мінливих вимог організації та бізнесу.  HR повинен знайти провідні ніші для впливу та сфокусуватися на тих сферах, які допоможуть організації видужати та досягти процвітання в майбутньому.

Джерело: складено автором

Таким чином, кризові моменти призводять до безпрецедентних, іноді героїчних дій, але антикрихіть цих дій - це єдиний шлях до одужання. Він має бути вимощений добрими намірами та відчутними змінами. Мета, потенціал, перспектива і можливість нині не мають бути орієнтовані лише а майбутнє, але є реальністю зараз. Задача сьогодення не полягає в покращенні минулого, але у створенні антикрихіть світу, який здатний приймати виклики та процвітати. Технології продовжують перетворювати способи нашої взаємодії з інформацією, організаціями та між собою, дозволяють отримувати від них вигоди. Але серед перспективних технологій наявна також і можливість заподіяння шкоди. Щоб просувати добро і захищати від непередбачуваних наслідків, суспільству необхідно нове спільне розуміння того, що означає створення надійних і етичних технологій.

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу в у мовах сьогодення інтегрується в Глобальні цілі сталого розвитку через забезпечення прав людини. Пріоритет надійних і етичних

технологій може мати вирішальне значення для безпеки, якості та справедливості нашого колективного майбутнього.

### Список використаних джерел

1. Dimple Agarwal et al., 2018 Global human capital trends, Deloitte Insights, March 2018.
2. Bowen H. 1953. Social responsibilities of the businessman. Harper & Row.- N.Y.
3. Friedman M. The Best of the OLL No. 17: Milton Friedman, «Capitalism and Freedom» (1961, Indianapolis: Liberty Fund, 2013). URL: [http://lf-oll.s3.amazonaws.com/titles/2492/Friedman\\_CapitalismFreedom1961.pdf](http://lf-oll.s3.amazonaws.com/titles/2492/Friedman_CapitalismFreedom1961.pdf).
4. Wartick S.L., Cochran P.L. The evolution of the corporate social performance model. Academy of Management Review. 1985. 10 (4). P.767.
5. Davis K. 1960. Can business afford to ignore social responsibilities? California Management Review. Vol. 2 (3). P. 70.
6. Carroll A. B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review. 1979. Vol. 4(4). P. 500.
7. Frederick W. C. From CSR-1 to CSR-2: the maturing of business-and-society thought. 1978. P. 154-155..
8. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Економічна теорія. 2013. № 4. С. 5-26.
9. Корж Н.В. Передумови формування соціального капіталу. Актуальні проблеми економіки. Науковий журнал. 2015. № 7(169). С.263–270.
10. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. [https://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R](https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=R).
11. Україна досягла прогресу у 15-ти з 17-ти Цілей сталого розвитку у 2019 р. – Ольга Стефанішина. <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-dosyagla-progresu-u-15-ti-z-17-ti-cilej-stalogo-rozvitku-u-2019-r-olga-stefanishina..>
12. Керівні принципи Організації Об'єднаних Націй з питань бізнесу та прав людини: Реалізація Рамкової програми ООН «Захист, повага і засоби захисту». [https://www.un.org/ga/search/view\\_doc](https://www.un.org/ga/search/view_doc).

asp?symbol=A /RES/70/1& Lang=E.

13. Мартинова Л.Б., Корж Н.В. Стратегічна гнучкість – основа парадигми управління людськими капіталом та лідерства. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, березень 2021. № 20(48). С. 67–75.

**Яна КЛАДЧЕНКО,**  
студентка,  
Національний університет  
харчових технологій

## **ЗРОСТАННЯ ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Зараз як ніколи раніше посилюється увага компаній до соціально відповідального ведення бізнесу. У спрощеному розумінні «соціальна відповідальність» означає зобов'язання бізнесу добровільно та свідомо досягати виконання цілей сталого розвитку у процесі суспільних відносин, дотримання ним відповідних приписів, соціальних норм [7, с. 9]. Тому актуальним є зростання значення соціальної відповідальності й для ведення діяльності готельно-ресторанного господарства.

Об'єктом цього дослідження є соціальна відповідальність ведення бізнесу готельно-ресторанних господарств світу у сучасних умовах. Його предметом є виявлення загроз, що викликані відсутністю соціальної відповідальності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Тому метою роботи є формування пропозиції щодо мінімізації загроз, викликаних відсутністю соціальної відповідальності підприємств готельно-ресторанної індустрії. У відповідності до мети роботи нами поставлені наступні завдання:

- проаналізувати існуючий ринок готельно-ресторанних господарств світу, яким необхідні додаткові точки опори, допоміжна стабільність та стійкість економічного розвитку під час та після пандемії;
- здійснити пошук ризиків, загроз економічної та соціальної небезпеки готельно-ресторанного господарства;
- виявити конкурентні переваги підприємств сектору готельно-ресторанного бізнесу у пост-ковідний час;
- дослідити конкуренцію за ресурси сталого розвитку;
- відшукати причину появи розшарування «культурної солідарності», знайти способи посилення значущості соціальної культури та етики діяльності суспільства;
- виявити причину поривів десоціалізації трудових відносин, розглянути концепцію лібералізму соціально-трудового сектору.

Теоретичною та методичною основою дослідження є система загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема, метод аналізу, узагальнення та наукової абстракції застосовано для визначення сутності зростання значення соціально відповідального ведення бізнесу готельно-ресторанних господарств у час пандемії. Методи аналізу та синтезу покладено в основу дослідження застосування додаткових точок опори при веденні соціально-відповідального бізнесу, мінімізації ризиків утворення загроз економічної та соціальної безпеки підприємства, впровадження концепції лібералізму соціально-трудової сфери. Методи аналізу та прогнозування застосовані при формуванні пропозицій щодо впровадження у готельно-ресторанні господарства чіткого розуміння підходів і шляхів економічно-соціального розвитку, посилення соціальної культури та етики суспільної діяльності, моральних настанов суб'єктів підприємництва готельно-ресторанного бізнесу та пошуку нових способів, шляхів і засобів набуття конкурентних переваг на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Інформаційною базою цього дослідження є наукові праці вітчизняних та закордонних авторів. Зокрема вивченням проблематики соціально відповідального ведення бізнесу в час пандемії на діючих підприємствах готельно-ресторанного господарства займаються такі науковці, власники готелів та ресторатори, як Murphy A., Haverstock E., Gara A., Wroten B., Hess A., Stankiewicz K., Sorenson A. та ін. Дослідженням соціально відповідального ведення бізнесу займаються такі науковці як Охріменко О.О., Іванова Т.В. та ін.

Готельно-ресторанний бізнес сприяє розвитку ефективності національної економіки, внаслідок популяризації готельно-ресторанного господарства в країні зростає державний бюджет. Відбувається підвищення рівня життя та зростає зайнятість населення. Все це призводить до появи нових імпульсів розвитку, виникає позитивний вплив, що добре сприяє на решту галузей вітчизняної економіки, що пов'язані зі створенням готельно-ресторанних господарських продуктів, відбувається розвиток соціальної та виробничої інфраструктури держави.

Як галузь в економіці готельний та ресторанный бізнес у багатьох країнах світу займає важливу позицію, а в деяких – навіть вирішальну. Спостерігаючи за низкою успішних готельних та ресторанных підприємств, можна чітко відслідкувати використання соціальної відповідальності як способу віддати належне суспільству

і подякувати клієнтам-гостям за їх лояльність. Найчастіше це відбувається у формі проєктів, рухів або програм розширення прав і можливостей окремих категорій осіб. Яку б з подібних форм не обрали готельні чи ресторани господарства, це, безумовно, є перемогою як для підприємства, товариства, компанії, так і для громади в цілому. Деякі готельно-ресторанні господарства беруть на себе ініціативу і наважуються на гуманітарні проєкти – починаючи від будівництва доріг, закінчуючи боротьбою з бідністю.

Оскільки корпоративна соціальна відповідальність допоки не є обов'язковою, багато готельних або рестораних господарств можуть не відчувати необхідності та уникати потреби в ній. Однак, є кілька причин надавати пріоритет та особливу увагу соціальній відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність може допомогти залучити та утримати співробітників. Однією з основних причин долучення людей до компаній є їхня стратегія корпоративної соціальної відповідальності. Адже наявність та реалізація такої стратегії демонструє, що компанія «співчутлива» і добре ставиться до всіх своїх співробітників та людей в цілому. А бізнес, що прагне покращити світ, отримавши більший прибуток, швидше за все, залучить більше талановитих співробітників. Зусилля щодо впровадження корпоративної соціальної відповідальності сприяють також і створенню більш продуктивного та позитивного робочого середовища для співробітників, що призведе до додаткових старань та ініціатив з боку співробітників, волонтерства та інших позитивних зусиль.

Наразі все більше підприємств продовжують підтримувати своїх співробітників, захищаючи їхнє здоров'я та безпеку й надаючи їм можливості здійснювати більший вплив у процесі прийняття корпоративних рішень. У сучасному світі, що оповитий COVID-19, соціальна відповідальність залишається особливо актуальною.

Пандемія коронавірусу завдала нищівного удару по індустрії гостинності – навіть в США (не використовується 3/4 готельного фонду) [1]. Готельний бізнес втратив близько 4 мільйонів робочих місць і більше 21 мільярдів доларів США доходів [5]. Власниця одного з готелів Ліна Патель в соціальних мережах повідомила, що спостерігає падіння числа клієнтів (гостів) і виручки, а також скорочення робочих місць в обох готелях, що їй належать. За словами гендиректора «Hilton» Крістофера Нассетти, шлях до відновлення буде довгим, адже COVID-19 створив проблеми, з якими ця галузь ніколи раніше не стикалася. «Повне відновлення вимагатиме часу. Може знадобитися

кілька років, щоб повернутися до рівня попиту в готелях, який ми спостерігали в 2019 році», – зазначив він під час конференц-кола з інвесторами [6]. При цьому мережа готелів «Hilton» займає 795-е місце в рейтингу «Forbes Global 2000» [2]. Прибуток компанії скоротився до 18 мільярдів доларів США з 158 мільярдів доларів США. Інші великі мережі, в тому числі «Marriott», що як і раніше знаходиться в першій чверті списку «Global 2000» під номером 458, і «Hyatt» (№1946), також відзначили вплив карантину на їх роботу [2]. У найважчі квартали за весь період колишніх криз виручка «Marriott» скоротилася на 25%. Зараз бізнес втрачає до 75% доходів від звичайного рівня [6]. «Це, без сумніву, найбільша криза, яка коли-небудь торкалася галузі. Для компанії, яка проіснувала вже 92 роки і пережила «Велику депресію», Другу світову війну і безліч стихійних лих по всьому світу, це не порожній звук», – підкреслив Арне Соренсон [4]. Виручка компанії за останній квартал скоротилася на 7%, прибуток скоротився на 91% [4].

Мережа готелів «Hyatt» повідомила про скорочення виручки на 20% і про збиток у 103 мільярди доларів США [5]. Гендиректор компанії Марк Хопламазян розповів, що третина готелів мережі призупинили діяльність, а 65% персоналу відправлені в неоплачувану відпустку [5]. «Світ переживає унікальну кризу в охороні здоров'я, яка має небувалі масштабні наслідки для туристичної галузі», – прокоментував Себастьян Базин, гендиректор «Ассог» [1].

У 2021 році готельна галузь поступово відновлюється завдяки подорожам туристів, яким довелося відкласти відпустку через карантин, бізнес-мандрівникам, групам туристів, які їдуть на конференції і великі заходи, тощо. Звичайно, світ не буде колишнім, і прибутковість готельного бізнесу швидко не відновиться. Готелі вже планують зміни, які доведеться запровадити у зв'язку із загрозою нових спалахів COVID-19. Міжнародна компанія управління готельними мережами «Marriott» оголосила про створення «Глобальної Ради з питань чистоти», яка розробить детальні стандарти і процедури, а Американська компанія, що володіє та управляє мережами готелів і курортів «Hilton» анонсувала нову програму «Clean Stay» спільно з виробником миючого засобу «Lysol» – корпорацією «Reckitt Benckiser» [6].

Що ж до ресторанного бізнесу, то заробляти гроші в ресторанному господарстві ніколи не було легко. За два місяці після пандемії в 2020 році 40% американських ресторанів були закриті, а 8 мільйонів працівників залишилися без роботи – утричі більша втрата робочих місць, ніж у будь-якій іншій галузі [3]. Хоча багато ресторанів

переглянули концепцію ведення бізнесу та почали відкриватись у травні та червні 2020 року, більшість із них пропонували варіанти обслуговування на винос чи на відкритому повітрі, доставку з дотриманням усіх правил та місцевих обмежень. Кількість відвідувачів у червні 2020 року впала більш ніж на 65% у річному обчисленні, а Національна асоціація ресторанів прогнозувала дефіцит доходів галузі на 240 мільярдів доларів США за рік [3]. Відповідно, відбулося ураження партнерів по ланцюжку поставок для ресторанного господарства.

Протягом усієї кризи ресторани та регулюючі органи обговорювали плани ведення ресторанного бізнесу щодо відновлення роботи. Яскравими рисами цих планів є переналаштування планів приміщень і поверхів, щоб забезпечити соціальне дистанціювання, одночасно визнаючи, що дотримання соціальної дистанції – 1,5 метра – є досить непрактичним для ресторанів, також використання прозорих екранів чи інших фізичних бар'єрів для розмежування та розділення столів, почергові зміни для співробітників, суворі санітарні умови, безконтактну взаємодію між клієнтами та офіціантами, сканування QR-кодів, одноразові меню або безконтактне замовлення, оплата за допомогою мобільних пристроїв та багато іншого.

У результаті індустрія ресторанного бізнесу, коли вийде із світової пандемії, ймовірно, буде кардинально відрізнятись від тієї, що існувала до 2020 року. Іноді велика криза стає поворотним моментом, коли галузі стають сильнішими, ніж раніше.

У 2020-2021 роках підприємства готельно-ресторанного бізнесу масово переозначили своє ставлення до соціальної відповідальності не лише у сфері здоров'я. Після багатьох соціальних заворушень у світі велика частка готельно-ресторанного бізнесу (компанії та підприємства усього світу) збільшили свої зобов'язання щодо соціальної справедливості, пообіцявши наймати більше співробітників з числа представників расових та етнічних меншин, забезпечити об'єктивність у оплаті праці та ін. Тренд щодо зміцнення соціальної відповідальності бізнесу глобально та швидко зростає. Готельно-ресторанний бізнес робить все більший внесок у діяльність різноманітних благодійних і громадських організацій у всьому світі. У майбутньому очікується збільшення глобальних програм заохочення працівників, розширення соціальної відповідальності готельного бізнесу, корпоративних волонтерських програм та посилення зусиль щодо впровадження ESG (environmental, social, governance). Окрім



того, сфокусована особлива увага на діяльності підприємств, що належать представникам із числа меншин та жінкам, що дозволяє спрямовувати благодійні інвестиції на підтримку розвитку вразливих верств населення та громад. Ці тенденції зберуться і, можливо, прискоряться у 2022 році, оскільки урядовці, інвестори, працівники та клієнти-гості вимагають від підприємств готельно-ресторанного бізнесу, з якими вони співпрацюють, більшої участі власного капіталу.

Хоча програми соціальної відповідальності існують уже багато років, а деякі підприємства готельно-ресторанного господарства досягли значних успіхів, очікується, що ця тенденція зросте у 2022 році. У 2020 році компанії розширили свої зусилля щодо впровадження соціальної відповідальності, але більшість із цих ініціатив були спрямовані, скоріше, на вирішення або тимчасове коригування проблем пандемії. Але оскільки готельний бізнес не може вести роботу віддалено, компанії планують більш гнучкі умови роботи після COVID-19, а їхнім керівникам доведеться переглядати та коректувати свої програми щодо соціальної відповідальності.

Цілі сталого розвитку ООН до 2030 року (далі - ЦСР) набувають нового значення. Хоча ЦСР були сприйняті та підтримані багатьма компаніями готельно-ресторанного бізнесу, прогрес у їх досягненні був повільнішим, ніж очікувалося на початковому етапі їх впровадження. Світова пандемія допомогла підкреслити, що глобальні проблеми можуть швидко стати локальними. Тому очікується, що все більше компаній світу сприйматимуть ЦСР в якості рушіїв розвитку їхньої соціальної відповідальності, що сприятиме зміцненню співпраці державно-приватних партнерів, зусиль для мобілізації ресурсів, дій навколо них у найближчі десятиліття.

Конкуренція у готельно-ресторанному бізнесі є досить жорсткою, і для компанії може бути досить складно виділитися в очах клієнтів-гостів. Однак підприємства, які серйозно ставляться до соціальної відповідальності, можуть «завоювати» довіру та повагу споживачів, у тому числі шляхом розроблення та підтримання спеціальних платформ для здобуття та залучення їхньої уваги. Прояви соціальної відповідальності в діяльності компанії може допомогти людям бачити у ній позитивну силу для розвитку суспільства. Проекти, що використовуються та впроваджуються підприємствами готельно-ресторанної галузі, можуть допомогти підвищити рівень обізнаності їх персоналу про важливість соціально-спрямованого мотиву цього бізнесу.

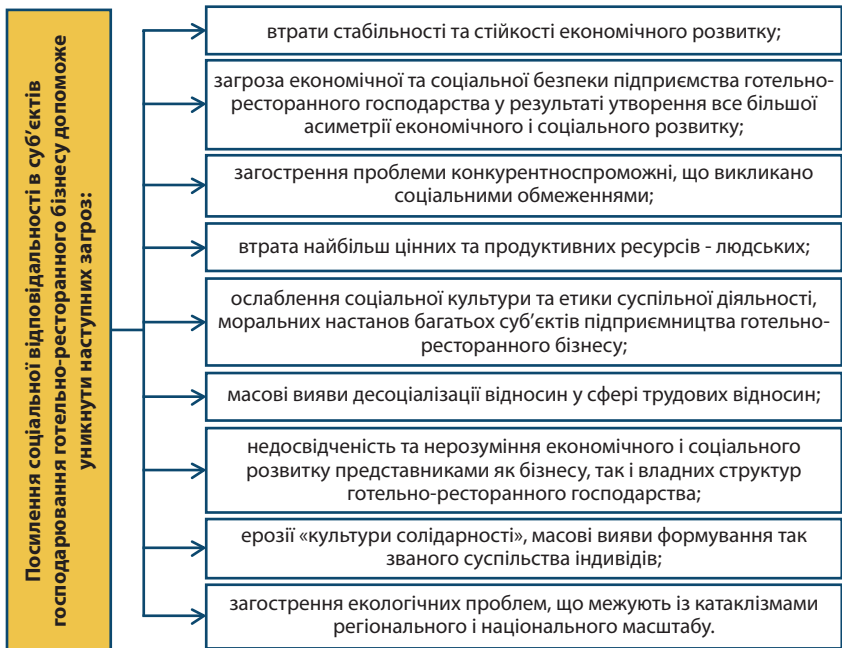
Соціальна відповідальність також важлива, коли йдеться про брендинг. Щоб мати успішний бренд і утримувати зацікавленість клієнтів-гостів у послугах, підприємства готельно-ресторанної галузі повинні створити основу для зміцнення довіри з боку своєї цільової аудиторії. При цьому стратегія соціальної відповідальності може допомогти створити хорошу ділову репутацію, заслужити довіру та лояльність серед клієнтів-гостів. Соціально відповідальні підприємства готельно-ресторанного бізнесу виглядатимуть більш привабливо також і для інвесторів. Інвестори у бізнесі мають одну спільну мету: отримати максимально можливий прибуток і знизити ризики його втрат. Звичайно, підприємства готельно-ресторанного бізнесу здатні управляти своїми фінансами таким чином, щоб бути підзвітними та прозорими і допомагати громадам, де вони розташовані. Важливо зазначити, що інвестиції в корпоративну соціальну відповідальність зазвичай не сприймаються інвесторами як марна трата грошей, а скоріше як «показник корпоративної культури, який з меншою ймовірністю спричинить більш вартісні помилки (ризик), такі як фінансові шахрайства». Дослідження вчених демонструють, що 61% інвесторів вважає корпоративну соціальну відповідальність ознакою «етичної корпоративної поведінки, яка зменшує інвестиційний ризик» [7, с. 24].

Неочікувано, але стратегія соціальної відповідальності покращує результат діяльності підприємства готельно-ресторанної галузі, оскільки вона, як правило, вимагає інвестицій у проекти. Однак, багато споживачів готові платити більше за товари соціально відповідального бренду, а корпоративна соціальна відповідальність може допомогти залучити нові таланти та утримати співробітників. Компанії-лідери у сфері соціальної відповідальності стали більш відповідальні, затребувані і більш ефективні, ніж будь-коли раніше.

Соціальна відповідальність може допомогти готельно-ресторанному бізнесу краще взаємодіяти з клієнтами (гостями) у час пандемії. Підприємства готельно-ресторанного господарства використовують багато форм корпоративної соціальної відповідальності, що безпосередньо сприяє налагодженню взаємодії з членами суспільства, які можуть стати їхніми клієнтами-гостями або потенційними споживачами їхніх послуг. Заходи у рамках реалізації стратегії соціальної відповідальності допомагають отримати прямий відгук суспільства стосовно того, що підприємства роблять правильно й що потрібно покращити. Поширення інформації від клієнта до клієнта все ще незмінно залишається ефективною

формою реклами, і клієнти-гості, які відчули позитивні результати впровадження компанією готельно-ресторанного бізнесу заходів із соціальної відповідальності, можуть розповісти іншим потенційним клієнтам-гостям про ці заходи та рекомендувати таку компанію чи підприємство.

Для забезпечення сталого розвитку готельно-ресторанної сфери необхідно розуміти – окрім сильних сторін та можливостей – також й її слабкі сторони, недоліки та загрози, а отже – об'єктивні причини актуалізації та необхідності посилення соціальної відповідальності (Рис. 1).



**Рис. 1**

*Загрози, що викликані відсутністю соціальної відповідальності підприємств готельно-ресторанного бізнесу*

Усе вищенаведене переконує в тому, що на сучасному етапі існує гостра потреба в суттєвих змінах у діяльності підприємств, тому зростання значення соціальної відповідальності, безпосередньо, готельно-ресторанного бізнесу є органічним.

Отже, ми пропонуємо рекомендації підприємствам готельно-

ресторанного бізнесу в сфокусованій формі запровадити сучасні підходи до розв'язання проблем і мінімізації загроз, які можуть бути обумовлені об'єктивними причинами актуальності та значущості їхньої соціально відповідальної діяльності в сучасних реаліях:

- створення нових точок опори та залучення нових факторів економічної динаміки;
- мінімізація ризиків утворення загроз економічної та соціальної безпеки підприємства готельно-ресторанного господарства, що викликані диспропорцією розвитку економічного та соціального сектору;
- пошук нових способів, шляхів і засобів набуття конкурентних переваг на ринку готельно-ресторанного бізнесу;
- посилення конкуренції за ресурси сталого розвитку;
- посилення соціальної культури та етики суспільної діяльності, моральних настанов суб'єктів підприємництва готельно-ресторанного бізнесу;
- поширення концепції лібералізму соціально-трудової сфери;
- формування чіткого розуміння підходів і шляхів економічного та соціального розвитку, деталізація концепції «людини економічної», «людини соціальної» і «людини соціально відповідальної»;
- уникнення втручання в екологію.

Підсумовуючи зазначимо, що у сучасності підприємства більше не можуть працювати з єдиною метою одержання прибутку за рахунок безвідповідального використання ресурсів навколишнього середовища, суспільства, економіки, споживачів та працівників. Компанії повинні думати, яким чином вони можуть принести користь суспільству, зберегти здоров'я людей та навколишнє середовище, що в результаті може допомогти залучити більше клієнтів-гостів готельно-ресторанного бізнесу, зберегти найкращих співробітників і залучити нових талановитих колег, залучити інвестиції та впроваджувати інновації. Зрештою, задоволення клієнтів-гостів послугами підприємств готельно-ресторанного господарства є запорукою їх успіху.

## Список використаних джерел

1. Accor sees slump in revenue for first quarter// Breakingtravelnews. – 2020. URL: <https://www.breakingtravelnews.com/news/article/accor-sees-slump-in-revenue-for-first-quarter/>.
2. GLOBAL 2000. How The World’s Biggest Public Companies Endured The Pandemic/ A. Murphy, E. Haverstock, A. Gara та ін. // Forbes. 2021. URL: <https://www.forbes.com/lists/global2000/#11439c6d5ac0>.
3. Hess A. ‘I have enough money for food, not for rent’: how restaurant industry workers are navigating the pandemic / Abigail Johnson Hess // CNBC. 2021. URL: <https://www.cnbc.com/2021/02/09/how-restaurant-industry-workers-are-navigating-covid-19.html>.
4. Sorenson A. COVID-19 Series: Authentic Communication during Crisis - Marriott CEO Arne Sorenson / Arne Sorenson // Centre for Executive Education - CEE. 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=X6af2IVfDDk>.
5. Stankiewicz K. Hilton CEO: Business travel is back to about 50% of pre-Covid levels, but some markets are stronger / Kevin Stankiewicz // CNBC. 2021. URL: <https://www.cnbc.com/2021/05/05/hilton-ceo-business-travel-is-back-to-about-50percent-of-pre-covid-levels.html>.
6. Wroten B. Forward Bookings Tell Story of Corporate, Group Recovery. Executive Optimistic Over Demand Growth /Bryan Wroten// Costar. 2021. URL: <https://www.costar.com/article/265228694/forward-bookings-tell-story-of-corporate-group-recovery>.
7. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.

**Віра МАГДАЛІНЧУК,**  
студентка,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

## **ФЕНОМЕН ПОЯВИ І РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: СВІТОВА ПРАКТИКА ТА УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

У роботі досліджено процес формування явища соціального підприємництва в світовій практиці і поширення його в Україні. Розглянуто правові аспекти діяльності соціальних підприємств у рамках чинного законодавства в Україні. Показано різноманітність організаційно-правових норм функціонування таких підприємств у світовій і вітчизняній практиці. Доведено, що важливу роль у поширенні цього явища в Україні відіграють різноманітні програми підтримки розвитку соціального підприємництва і що, незважаючи на відсутність спеціального законодавства, соціальне підприємництво може стати дієвим інструментом розв'язання актуальних для суспільства проблем незалежно від державного фінансування.

Невід'ємною частиною цього дослідження є навчальне відео про становлення і розвиток соціального підприємництва в світі та Україні.



Спрямування підприємницької ініціативи не виключно на отримання прибутку, але, в першу чергу, на виготовлення соціально важливого продукту чи послуги, викликають повагу та бажання сприяти розповсюдженню подібних практик. У багатьох країнах соціальне підприємництво вже досягло значного розвитку і поширення. В Україні цей напрям підприємництва також набуває популярності, тому актуальним стає дослідження феномену появи соціального підприємництва, правових аспектів його існування та можливостей, а також і викликів його поширення й масштабування на теренах нашої держави.

Спираючись на аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, зазначимо, що засновником поняття «соціального підприємництва» вважають Лауреата Нобелівської премії миру Моххамеда Юнуса [1]. В Україні проблематику соціального підприємництва досліджували Корнецький А.О. [2], Свинчук А.А. [3], Кожемячко О.О. [4], Міщук Г.Ю. [5], Білик О.І. [6] та інші.

Метою цієї наукової роботи є вивчення феномену появи і розвитку соціального підприємництва в світовій практиці й поширення цього явища на території України з подальшим вивченням правових та практичних аспектів його функціонування. Об'єктом дослідження є процес становлення та нормативного регулювання розвитку соціального підприємництва в Україні; його предметом стало соціальне підприємництво як нова форма ведення бізнесу в Україні.

Роль соціальних підприємців у реалізації глобальних цілей заради сталого розвитку є очевидною, бо саме вони дозволяють створювати сталі зміни та акумулювати ресурси для цього. Ці підприємства «закривають» так звані «сліпі зони», які не здатна «закрити» місцева, регіональна чи державна влада. Останнім часом світова економічна система зазнає складних структурних перетворень, пов'язаних як з масштабними політичними конфліктами, проблемами клімату, активним застосуванням новітніх ІТ-розробок, здатних трансформувати сам світовий економічний механізм, так і зміни ціннісних орієнтирів розвитку особистості та суспільства в цілому. Це відображає процес еволюції поглядів від меркантильних та експансіоністських до гуманістичних і соціально направлених. Соціальне підприємництво являє собою закономірний наслідок такої еволюції [4].

Соціальне підприємництво – це систематична господарська діяльність, яка передбачає розв'язання соціальних проблем бізнесовими методами. Прибуткова діяльність, яка зважає на потреби суспільства, не шкодить екології. Такі підприємства не існують без соціальної мети. Інакше кажучи, для цих підприємств соціальна цінність є вищою за матеріальну.

Характерними рисами соціального підприємства є пріоритетність соціальної мети; реінвестування прибутку у розвиток соціального підприємства; прозорість діяльності та періодична публічна звітність; фінансова самостійність; демократичне/

колективне управління; тиражованість і масштабованість; впровадження інновацій. Головне, що відрізняє соціального підприємця від бізнес-підприємця і навіть від соціально відповідального бізнесмена – це соціальна місія. Проте, на відміну від звичайної благодійності, соціальні підприємства є сталими бізнесовими механізмами, які мають набагато більший вплив на існуючі проблеми та дозволяють ефективніше розподіляти фінансові ресурси.

Підґрунтям для розвитку соціального підприємництва в Європі стала активізація з середини XIX століття кооперативного руху. На відміну від бізнес- та некомерційних організацій, кооперативи створюються переважно фізичними особами з метою задоволення їх власних економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. Напочатку XX століття кооперативи вже відігравали важливу роль у розв'язанні соціальних проблем європейських країн.

Як зазначалося вище, засновником поняття «соціальне підприємництво» є Лауреат Нобелівської премії миру Моххамед Юнус. Він надає йому широкого тлумачення, відносячи до соціального підприємництва будь-яку інноваційну ініціативу, яка має на меті допомогу людям, розглядаючи такий вид підприємництва, як «ідейно-керований бізнес» (cause-driven business). При цьому прямі переваги від діяльності даної структури отримує суспільство, а власник соціального бізнесу переважно отримує нематеріальну вигоду. Сам Моххамед Юнус виділяв два види соціальних підприємств: перші ставили за мету не отримання прибутку, а саме моральну сатисфакцію від провадження соціально важливих заходів, а другі організували ефективну економічну діяльність власного підприємства, при цьому весь обсяг прибутку спрямовувався на досягнення соціальної мети.

Відтак соціальне підприємництво вже не є новинкою для багатьох країн світу. На теперішній час в Європі працює більше 2-х мільйонів соціальних підприємств, в яких працюють майже 11 мільйонів працівників (6 % від всіх працюючих у регіоні), це становить 10 % від всього європейського бізнесу [7].

Стрімкий розвиток соціального підприємництва в Німеччині, Великобританії, Польщі та інших країнах Європи в першу чергу пов'язаний із активною державною підтримкою цього напрямку господарської діяльності, а також суттєвим рівнем громадської активності. Враховуючи, що діяльність соціального підприємства, як і будь-якого звичайного підприємства, має відбуватися в законодавчих



рамках тієї країни, де воно створене, має значення, які саме заходи державної політики щодо підтримки малого підприємництва застосовуються в країні. А оскільки вони дуже різноманітні, то й соціальні підприємства мають різні правові форми та статуси.

Узагальнюючи наявну практику, можна виділити такі правові форми організації соціальних підприємств:

- традиційні для соціальної сфери правові форми (асоціація та громадська організація, благодійний фонд, кооператив, акціонерне товариство);

- присвоєння правового статусу «соціальне підприємство» за умови відповідності суб'єкта господарювання ряду юридично визначених критеріїв.

Так, наприклад, в Данії статус «соціальне підприємство» надається у разі, відповідності суб'єкта господарювання п'ятьом критеріям:

1. Наявність соціальної мети діяльності;
2. Наявність істотної комерційної складової у діяльності;
3. Незалежність від державного сектору;
4. Соціальний розподіл прибутку;
5. Відповідальне корпоративне управління.

Також у процес регулювання соціального підприємництва часто адаптують наявні правові форми, або розробляють нові, призначені виключно для діяльності соціальних підприємств. Так, наприклад, у США на рівні окремих штатів з цією метою було законодавчо унормовано такі організаційні форми для соціальних підприємств: низько-прибуткова компанія з обмеженою відповідальністю – «Low-profit Limited Liability Companies»; корпорація, що діє на благо суспільства – «Public Benefit Corporations»; та корпорація соціального призначення – «Social Purpose Corporations» [7].

Практикують також розроблення абсолютно нових типів правових форм, що дозволяють традиційним некомерційним організаціям здійснювати господарську діяльність. Так, в Італії соціальне підприємництво існує переважно у формі соціальних кооперативів двох типів:

- група А: надання соціальних, освітніх, медичних послуг населенню;

- група Б: працевлаштування вразливих верств населення та

подальша їх інтеграція.

Ця модель нині є досить поширеною. Таку ж градацію соціальних підприємств із виділенням двох груп використовує сьогодні і Словенія, щоправда, без деталізації інших ознак цих підприємств. Такі країни, як Франція, Греція, Польща, Іспанія, Португалія, Хорватія, Угорщина, надихнулися прикладом Італії та розробили закони про соціальні кооперативи, котрі стали єдиною офіційною правовою формою для діяльності соціальних підприємств у цих країнах [5].

Вибір правової форми функціонування соціального підприємства має дуже велике значення, адже він суттєво пов'язаний з досягненням соціальної мети та впливатиме на розв'язання дилеми подвійної місії соціального підприємства: досягнення балансу між соціальним впливом та отриманням фінансового прибутку. Крім того обрання тієї чи іншої правової форми буде напряму пов'язане з майбутнім податковим навантаженням підприємства.

У практиці європейських країн з метою стимулювання розвитку соціального підприємництва спеціальні податкові правила можуть надаватися для таких сфер діяльності:

- навчальна та освітня діяльність;
- розвиток та діяльність, пов'язані з інноваціями;
- надання пожертв у вигляді товарів або послуг певним соціальним групам, що перебувають у несприятливих обставинах;
- придбання певних форм активів;
- працевлаштування осіб у певних населених пунктах із високим рівнем безробіття;
- інвестиції в малі та середні підприємства а також в бідні громади [5].

При цьому звільнення або пільги можуть вимагати підтвердження статусу соціального підприємства, або надаватися на загальних умовах у залежності від виду діяльності фірми чи організації.

У нормативно-правовому полі України поняття «соціальне підприємство» офіційно не закріплено. Тому суб'єкти приватного права здійснюють соціально-підприємницьку діяльність відповідно до вимог чинного законодавства, що регулює діяльність підприємств. Єдиною відмінністю цих суб'єктів від інших підприємств є наявність соціальної мети. Водночас, соціальне підприємництво в Україні

досить широко підтримується різноманітними міжнародними фондами й організаціями.

Так, наймасштабніший в Україні проєкт «Social businessin UA» із розвитку соціального бізнесу, що виконується за фінансової підтримки Європейського Союзу, втілює консорціум із восьми організацій громадянського суспільства України, Литви та Латвії на чолі з Українським форумом благодійників. Вони спільно адвокатують сприятливе законодавство для діяльності соціальних підприємств, розвивають професійний потенціал українських підприємців.

«House of Europe» організують навчальні професійні поїздки українських соціальних підприємців до держав-членів ЄС для обміну досвідом щодо ведення соціальних підприємств. Програма соціального інвестування «Western NIS Enterprise Fund» створена для комплексної підтримки соціальних підприємств через надання доступних кредитів, консультаційних і тренінгових послуг. Фондом «Східна Європа», Британською радою, Міжнародним фондом «Відродження» надається інформаційно-методична підтримка для тих, хто проявив інтерес до теми соціального підприємництва.

School of ME – школа усвідомленого підприємництва – це компанія, що поширює, власне, концепцію усвідомленого підприємництва. Організація визначає комерційну діяльність, яка покликана змінювати світ на краще: вирішувати соціальні, екологічні та економічні проблеми, дбайливо ставитись до суспільства і планети, створювати нові можливості для людей.

Результатом діяльності згаданих вище компаній та проєктів, спрямованих на підтримку розвитку соціального підприємництва в Україні, стало швидке збільшення кількості функціонуючих соціальних підприємств. Так, за даними дослідження «Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз» нині в Україні їх близько 1000 [7], а це на 82 % більше, ніж у 2014 році. Організаційно-правові форми соціальних підприємств обираються, виходячи з оптимальної бізнес моделі та систем оподаткування, і є досить різноманітними (див рис.1).

**Рис.1**

*Організаційно-правові форми ведення соціального підприємництва [7]*

Як видно з рис. 1 найпоширенішими є: фізичні особи-підприємці (ФОП) – 26%, приватне підприємство – 16% та громадська організація – 14%. Соціальні підприємці також реєструють свою діяльність у формах товариства з обмеженою відповідальністю – 13%, сільськогосподарського кооперативу – 10% та ін.

В Україні соціальні підприємства не мають окремого правового статусу, відтак у межах чинного законодавства вони можуть набувати форму неприбуткових організацій, суб'єктів підприємництва на загальній або спрощеній системі оподаткування, або об'єднання цих двох форм. Від сплати податків в Україні можуть бути звільнені лише ті соціальні підприємства, що обрали правову форму неприбуткової організації, яка всі свої доходи (прибутки) спрямовує лише на ті цілі, завдання, напрями та види діяльності, які передбачені її статутними документами.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження було виявлено сутність соціального підприємництва, як окремого виду господарської діяльності, орієнтованого на розв'язання проблем соціуму та досягнення соціально важливих цілей. Аналіз і систематизація світового досвіду дає можливість сформулювати перелік тактичних завдань для розвитку соціального підприємства в Україні. Задля заохочення даного виду підприємництва необхідно створити сприятливий клімат для розвитку соціальних підприємств, починаючи зі створення відповідного профільного законодавства та юридичного визначення організаційно-правових форм цих підприємств.

Державна має всіляко підтримувати діяльність соціальних підприємств, що повинно виявлятися у наданні податкових пільг та субсидій соціальним підприємствам для стимулювання їхнього розвитку, адже такі підприємства за своєю суттю виконують частину соціальних обов'язків держави у ході ведення власної діяльності.

Незважаючи на відсутність спеціального законодавства, спрямованого на підтримку соціальних підприємств в нашій державі, існує ряд успішних організацій, які повною мірою реалізують концепцію соціального бізнесу в Україні. Станом на 2020 р. в Україні функціонувало близько 1000 соціальних підприємств. Соціальне підприємництво в Україні досить широко підтримується різноманітними міжнародними фондами й організаціями, що сприяє стрімкому зростанню кількості таких підприємств, поширенню тренду соціально-відповідального ведення бізнесу.

### Список використаних джерел

1. Yunus Muhammad, Moingeon Bertrandand, Laurence Lehmann-Ortega (2010), «Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience», April–June, vol. 43, number 2–3, Long Range Planning, pp. 308–325.
2. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А.О. Корнецького. — К. : Фамільна друкарня Huss, 2019. — 160 с.
3. Свинчук А. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств: уроки для України / А.А. Свинчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 34. – С. 25-32. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru\\_2014\\_34\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2014_34_7).
4. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник/ Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. – 188 с.
5. Кожем'ячко О.О., Солосіч О.С., Голуб О.М. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні О.О. Кожем'ячко, О.С. Солосіч, О.М. Голуб // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. Випуск 21. 2018. С. 140-149.
6. Міщук Г.Ю. Соціальне підприємництво: критерії ідентифікації та проблеми розвитку / Г.Ю. Міщук, Р.Р. Пилипчук // Демографія та соціальна економіка. – 2017. – № 2. – С. 152-165. URL:

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/dse\\_2017\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dse_2017_2_13).

7. Білик О.І., Корецька Т.М. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні / О.І. Білик, Т.М. Корецька // Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7587>.

8. Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз. За ред. І. Каменко. EU4youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні. К. 2020. 37 с.

**Марія ПЕГЕТА,**  
студентка,  
Київський національний  
лінгвістичний університет

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Соціальне підприємництво є відносно новим явищем для України. Нині в Україні бракує ґрунтовних досліджень, спрямованих на оцінку перспектив розвитку соціального підприємництва з точки зору рівня готовності цільових аудиторій - потенційних соціальних підприємців. Серед науковців відсутній єдиний підхід до визначення і відображення сутності цього процесу, особливостей управління та впливу на досягнення Цілей сталого розвитку (далі – ЦСР). Аналіз теоретичних розробок, наукової літератури, періодичних видань та інших джерел свідчить про те, що питання оцінки ефективності організації та реалізації всього спектра завдань соціального підприємництва повною мірою не розкрито.

Актуальність наукової роботи обумовлена здатністю соціального підприємництва використовувати соціальні інновації ефективно, вирішувати певні суспільні проблеми, залучати додаткові фінансові ресурси в соціальну сферу, сприяти їх оптимізації і розподілу в національній економіці, а також пошуком якісно нових, інноваційних рішень для успішних перетворень у соціальній сфері України. В умовах слабкості організацій третього сектора, що відзначається з року в рік багатьма експертами, соціальне підприємництво може виявитися тим інститутом, який здатний заповнити прогалину між державою, бізнесом і суспільством для розв'язання соціальних проблем.

Нагальні соціальні проблеми складно вирішити тільки лише силами самої держави, необхідно активне включення в цю діяльність громадян, важливо «вирощувати» соціальних підприємців і формувати нове соціальне середовище, нову якість життя громадян у країні. Здійснення стимулюючих заходів, планування інфраструктури для створення інноваційного бізнесу і розвитку соціального підприємництва неможливо реалізувати без ретельного дослідження потенціалу розвитку інноваційного бізнесу в сфері соціального підприємництва.

Метою наукової роботи є аналіз теоретичних основ і практики

соціального підприємництва на прикладі пекарні «Good Bread from Good People» в контексті досягнення ЦСР.

Соціальне підприємництво поєднує у собі два аспекти: соціальний і економічний; цей двоїстий характер зумовлює наявність різних трактувань його сутності. Проте, відзначається більша визначеність думок щодо основних рис соціального підприємництва. До останніх зазвичай відносять:

- пріоритет соціальної місії над комерційною складовою; підприємство від самого початку призначене для вирішення реальної соціальної проблеми або істотного зменшення її гостроти; при цьому соціальний ефект є не побічним продуктом діяльності як в підприємстві, але прямим цілеспрямованим результатом;

- існування стійкого комерційного ефекту, що забезпечує самоокупність і конкурентоспроможність підприємства (найкращою гарантією цього є отримання доходу переважно від продажу товарів і послуг, але не грантів та благодійності, які в якості додаткових фінансових ресурсів, однак, не виключені);

- новаторство, з яким комбінуються соціальні та економічні ресурси, без якого неможливі ані стабільність соціальної місії, ані економічна стійкість, якщо організація взяла на себе задачу розв'язання невіршеної соціальної проблеми, тобто перетворення існуючого небажаного соціального порядку в більш сприятливий [1].

Об'єктом соціального підприємництва є конкретна проблема, яка існує в соціальній сфері суспільства. Суб'єкт соціального підприємництва може визначатися двома способами: або це сам соціальний підприємець, або це всі сторони, що беруть участь, для яких задоволення потреб і вирішення певних проблем є результатом соціального підприємництва [2].

Соціальні підприємці - як і бізнесмени - розробляють і реалізують управлінські рішення з урахуванням ринкових можливостей, використовуючи підприємницький підхід для отримання доходу і довгострокового впливу на суспільство в цілому. Соціальні підприємства вирішують соціальні проблеми, з якими, на жаль, на даний час не справляються ані уряд, ані бізнес-структури. У той же час, соціальне підприємництво інтегрує все найкраще з приватного і державного секторів. І тому воно є кращою альтернативою виключно комерційному або державному підходу у вирішенні суспільних проблем і реалізації ЦСР. Соціальне підприємництво балансує на перетині традиційного бізнесу та



благодійності, що є головним чинником, який спричиняє виникнення різних думок щодо значення економічної вигоди в рамках соціального підприємництва. Проте, зазвичай отримані матеріальні кошти не розподіляються між власниками, а реінвестуються, що є відмінною рисою соціального підприємництва.

Деякі дослідники вважають соціальне підприємництво діяльністю некомерційних організацій, які намагаються знайти альтернативні стратегії фінансування. До них можна віднести Д. Остіна, Х. Стівенсона, Д. Боша та ін., які розглядають соціальне підприємництво як некомерційні ініціативи [3].

У своєму роді некомерційна організація (НКО) – це неприбуткова діяльність, спрямована на реалізацію соціальної місії, досягнення певних суспільних цілей, виражених у програмах і проєктах. Некомерційні організації вкрай затребувані в випадках, коли йдеться про термінову допомогу в умовах природних або гуманітарних катастроф, у формі збору коштів, необхідних для термінової медичної допомоги чи реалізації волонтерських проєктів. Однак, у НКО існує ряд особливостей: їх ресурси обмежуються тими, що знаходяться у вільному доступі, а масштаби діяльності – конкретно заданими рамками. Ці структури припиняють своє існування в разі, коли їх громадське завдання виконане або коли ресурси вичерпуються. НКО можуть компенсувати витрати на некомерційну діяльність із разових доходів: оплати участі в заходах, реєстраційних внесків для участі в конференціях, плати за навчання і т.п. Однак їхня діяльність завжди пов'язана з конкретною програмою, тобто після закінчення термінів програми НКО припиняє активність.

Таким чином, специфіка соціального підприємництва відповідає критеріям некомерційної організації, проте фінансова сторона також є значущою в діяльності соціального підприємництва, оскільки вона необхідна для забезпечення довготривалості ініціативи і фінансової спроможності. Звідси випливає висновок: якщо НКО має на меті не тільки виконання соціального завдання, але і прагне до матеріальної незалежності, то цю організацію можна вважати соціальним підприємством.

В окремих випадках соціально-відповідальний бізнес може розглядатися як соціальне підприємство, зокрема, якщо воно є дочірньою структурою некомерційної компанії, створеної для отримання прибутку для реалізації місії основної компанії. Однак у більшості випадків соціально відповідальний бізнес не є соціальним

підприємництвом.

Прикладом повноцінного соціального підприємництва в Україні є пекарня «Good Bread from Good People». Її діяльність демонструє приклад вирішення кількох важливих для всієї країни проблем.

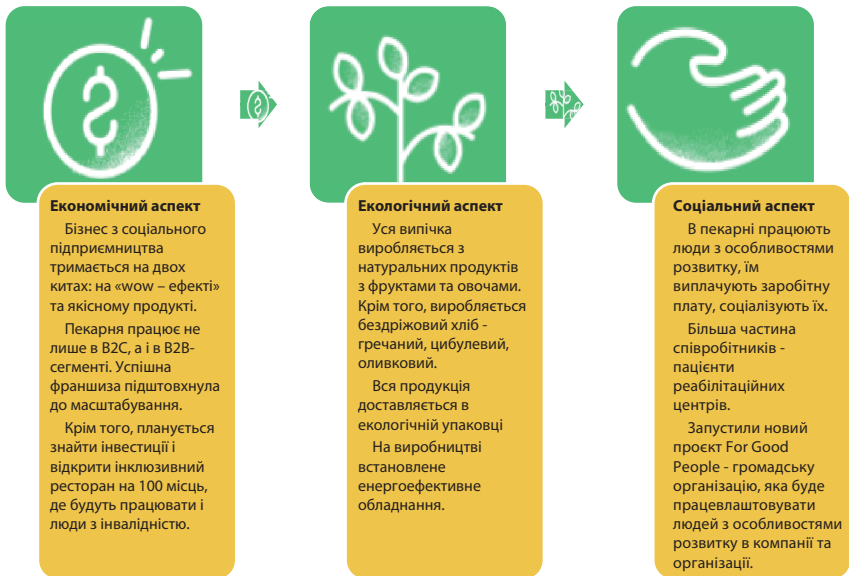
Працевлаштування людей з інвалідністю в Україні – дуже складне завдання. Владислав Малащенко, засновник «Good Bread from Good People» вирішив змінити цю ситуацію. Для цього у 2017 році в Києві він відкрив соціальне підприємство – пекарню, де люди з особливостями розвитку (з розумовою відсталістю, аутизмом і синдромом Дауна) печуть кекси і мафіни, поруч з ними знаходиться супроводжуючий педагог, який їх підтримує і допомагає їм. Продукція відправляється на полиці кав'ярень або до замовника кур'єром [4]. Компанія інформує громадськість про свою діяльність, за рахунок цього підвищується популярність як самого закладу, так і ідеї соціального підприємництва в Україні. Головну соціальну задачу ця компанія вбачає в тому, щоб допомогти людям адаптуватися в суспільстві і відчувати себе його повноцінними членами. Вона розпочала свою роботу в складі семи осіб, що постійно зростає. Зараз в ній працює 35 осіб із ментальними розладами. Кожен із них може реалізовувати себе і соціалізуватися. У пекарні створено спеціальні умови – кожен співробітник працює з урахуванням його «сильної сторони». Той з них, у кого виходить пекарська справа, пече в супроводі тьютора (фахівця з реабілітаційної роботи і пекаря); той, хто є більш соціалізованим, працює кур'єром або адміністратором. Цю компанію очолює директор, в ній є фахівець по роботі з персоналом та соціальними мережами, а також – піар менеджер.

З моменту створення цього соціального підприємства на його «запуск» і розвиток було зібрано 300 000 грн. допомоги від приватних донорів, інвестовано партнерами 20 000 доларів і отримано 3200 доларів від патронів на краудфандинговій платформі Patreon. У 2019 р. завдяки отриманим коштам, компанія змогла збільшити свої виробничі потужності та переїхати до нової пекарні, збільшивши площі цеху з 60 м<sup>2</sup> до 140 м<sup>2</sup>. На її Інтернет-сайті для клієнтів була розроблена та запропонована можливість не тільки купити, але й «підвісити» кекси для тих, хто більше потребує. А також були розширені можливості допомогти розвитку компанії шляхом оформлення підписки на кекси (5, 10 або 30 шт.) або ставши патроном пекарні на краудфандинговій платформі Patreon. Окрім основної місії цієї компанії, нею були організовані на постійній основі збори

та доставка необхідних речей і техніки для мешканців інтернатів. Ініціатива «підвішених кексів», а також ряд цільових заходів компанії зі збору коштів змогли дати можливість стабільно доставляти продукцію пекарні до психоневрологічних інтернатів, пунктів обідів фонду проекту «Життелюб», до Інституту раку і Будинку ветеранів сцени.

Огляд діяльності компанії «Good Bread from Good People» переконує, що вона активно взаємодіє з зацікавленими особами, постійно шукає нові джерела фінансування і, попри всі труднощі, що виникли через пандемію, продовжує розвиватися, розширюючи асортимент і кількість працівників, збільшуючи франчайзінг. В Україні люди з особливими потребами мають складність у питанні працевлаштування. Їхня доля в більшості випадків сумна, коли вмирають їхні батьки, їм стає складніше адаптуватися. Компанія хоче змінювати звичне ставлення суспільства до людей з ментальною інвалідністю. Від стереотипів і стигматизації можна і потрібно позбавлятися.

Наразі діяльність компанії сконцентрована на трьох аспектах (рис. 1).



**Рис. 1**  
Аспекти, на яких сконцентровано діяльність «Good Bread for Good People»

Джерело: складено автором на основі [5]

Бізнес-модель компанії «Good Bread» спочатку була розроблена як «business-to-client» (B2C) (бізнес – клієнт), але з часом пекарня вийшла і на ринок «B2B» (бізнес – бізнес). Корпоративні замовлення займають все більше часу, особливо в святкові дні. За словами засновника, з корпоративними клієнтами працювати простіше і зручніше, до того ж цей сегмент є досить прибутковим. У «B2C» середній чек становить 200 грн., а в «B2B» – 2000 грн. Різні компанії, наприклад, «Ernst & Young», «Nestle» і навіть посольства США та Ізраїлю, стали замовляти кекси у «Good Bread». Івент-агентство «Ideal Secrets» регулярно купувало кекси для своїх клієнтів, які своєю чергою стали робити замовлення і оформляти підписку.

Головну соціальну задачу підприємство вбачало в наданні допомоги таким особливим людям адаптуватися в суспільстві і не відчувати себе вигнанцями. Водночас, багато залежить і від особливостей окремої людини. У компанії є співробітник з аутичного спектру, який не може вилити воду і виносити сміття, тож такі особливості враховуються. Отже, можна сказати, що в пекарні «Good Bread for Good People» створені гідні умови праці для людей з особливостями розвитку та ментальною інвалідністю. Працівники отримують необхідну допомогу та належний нагляд з боку кваліфікованих спеціалістів. Працівники долучені до повноцінної роботи та мають можливість реалізовувати свої навички на гідному рівні, не відрізняючи себе від інших учасників соціальних відносин. Пекарня допомагає вирішувати 2 Цілі сталого розвитку: гідна праця та економічне зростання (8) та скорочення нерівності (10) [6]. «Good Bread from Good People» працює в унікальних умовах. Підприємству доводиться постійно дбати про досягнення соціальних цілей, але водночас доводиться вирішувати й економічні задачі, яких через пандемію стало набагато більше.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що сьогодні розвиток соціального підприємництва в Україні все більше спрямовується на розв'язання загальних проблем людських спільнот. Це сприяє формуванню та розвитку соціальних інститутів навіть у міжнародній сфері та призводить до зростання вкладень у вирішення соціальних проблем. Визначивши існуючі можливості, соціальні підприємці можуть вжити ефективних заходів для усунення бідності, дискримінації, нерівності.

У всьому світі спостерігається значне зростання інтересу до вимірювання соціального впливу і соціальних результатів. Значним чином це пов'язано з глобальною фінансовою кризою, яка визначає

зацікавленість донорів та інвесторів вкладати наявні ресурси в ті ініціативи, які демонструють не тільки фінансову стійкість, але і вирішення соціальних проблем або зниження їх гостроти. Крім того, відбулося усвідомлення того, що вимір соціальних результатів дозволяє підвищувати ефективність підприємства (проєкту), а також більшою мірою задовольняти потреби всіх своїх стейкхолдерів і клієнтів. Важливим досягненням є й усвідомлення бізнесом нагальності реалізації ЦСР у цілому. На підприємстві «Good Bread from Good People» зусилля спрямовано на реалізацію 8-ї та 10-ї ЦСР, тобто на забезпечення повної та продуктивної зайнятості, гідної праці для всіх жінок і чоловіків, у тому числі молодих людей та осіб з особливими потребами, рівної оплати за працю рівної цінності та заохоченні активної участі усіх людей у соціальному, економічному і політичному житті незалежно від їхнього віку, статі, інвалідності, раси, етнічної приналежності, походження, релігії та економічного чи іншого статусу. Компанія створює можливості працевлаштування людей із ментальними розладами (розумова відсталість, аутизм і синдром Дауна).

### Список використаних джерел

1. Волошина О.О., Бруєв Д.Д. Еволюція наукових поглядів на сутність та функції підприємництва. Науковий вісник ДГМА. Вип. № 2(23Е). 2017. С. 142–147.
2. El Ebrashi, R. Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*. 2013. 9(2). P. 188–209.
3. McClelland D. *The Achieving Society: With a New Introduction*. Golden Springs Publishing, 2016. P. 256–271.
4. Good Bread from Good People. Офіційний веб-сайт. URL: <http://goodbread.com.ua/about>.
5. Кучер Т. Good Bread from Good People: пекарня, разрушающая мифы о людях с особенностями развития. URL: <https://delo.ua/business/good-bread-from-good-people-346433/>.
6. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй. Цілі сталого розвитку. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.

**Надія ПОЛЯРУШ,**  
студентка,  
Уманський національний  
університет садівництва

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ФГ «АГРОФІРМА «БАЗИС»**

Соціальна відповідальність бізнесу – концепція бізнес-практики, економічна діяльність переважно великих комерційних організацій, що передбачає відповідальність організацій за вплив їхніх бізнес-рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, засновану на добровільній корекції повсякденної практики ведення бізнесу, виробництва товарів і послуг з огляду на соціальні й екологічні наслідки, а також взаємодію з усіма зацікавленими сторонами (групами впливу).

Соціальна відповідальність бізнесу узгоджується зі сталим розвитком та добробутом суспільства; зважає на очікування зацікавлених осіб, представників громадянського суспільства; гармонує з чинним законодавством, узгоджена з міжнародними нормами та правилами поведінки; інтегрована у взаємовідносини з організаціями та наявними практиками суспільного розвитку [1].

Концепція соціальної відповідальності бізнесу (далі – СВБ) поширилася в світі в кінці 20 ст., коли зміцніла роль профспілок у сфері охорони праці, посилилася увага суспільства до гарантування соціального захисту найманих працівників. В умовах залежності між суспільною думкою про корпорацію / фірму та динамікою її продажів чинником популяризації концепції СВБ стали маркетингові стратегії фірм, зорієнтовані на споживчі вподобання. Поширенню СВБ сприяло також те, що у розвинутих країнах світу було введено жорсткі стандарти у сфері трудового законодавства та у сфері екологізації виробництва, вимоги щодо захисту навколишнього середовища, мінімізації екологічних ризиків діяльності корпорацій відповідно до стандартів сталого економічного зростання [1].

Ведення соціально відповідального бізнесу сьогодні запроваджено як суб'єктами господарської діяльності в різних державах, так і міжнародними організаціями (ООН в рамках Глобального договору, Міжнародна організація праці, Дитячий фонд Організації Об'єднаних Націй (ЮНІСЕФ), Організація Об'єднаних Націй

з промислового розвитку, Рада Європи, Європейська організація якості, Міжнародна організація із стандартизації) [2].

Розвиток СВБ в Україні консолідувався навколо міжнародних організацій та проєктів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке з 2006 році підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, яка охоплює понад 140 організацій.

СВБ на рівні окремої компанії та країни загалом проходить декілька етапів розвитку:

- дотримання чинного законодавства;
- здійснення доброчинної діяльності;
- використання зв'язків з громадськістю;
- покращення ефективності бізнес-процесів;
- стратегічний підхід до СВБ [3].

В Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії СВБ, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових доброчинних проєктів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну доброчинну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проєктів до власної соціальної відповідальності.

У 2014-2019 роках вітчизняні суб'єкти господарської діяльності спрямовували свої кошти на допомогу військовим формуванням та внутрішньо переміщеним особам, на добровільній та безоплатній основі надавали державним установам професійні послуги з розроблення проєктів актів законодавства тощо. Події в Україні вимагають дедалі більшої уваги як Уряду, так і бізнесу у вирішенні таких питань:

- забезпечення житлом і працевлаштування внутрішньо переміщених осіб;
- лікування та адаптація військовослужбовців;
- будівництво соціального житла;
- забезпечення закладів охорони здоров'я медичним обладнанням;
- будівництво та облаштування шкіл і дитячих будинків;

- реалізація соціальних проєктів [2].

Діалог на тему СВБ в Україні здебільшого ведеться на рівні окремих проєктів та ініціатив без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес. В Україні ще не сформовані інститути всебічної оцінки діяльності компанії, які враховують соціальний, економічний та екологічний вплив їхньої діяльності (як позитивний, так і негативний) та пов'язують такий вплив із національною стратегією сталого розвитку.

Найактивніше декларують та залучаються у проєкти СВБ компанії з приватним українським та іноземним капіталом. Позитивним фактом для України є наявність серед компаній, які практикують стратегічний підхід до СВБ, компаній з переважно українським капіталом (на відміну від інших східноєвропейських країн, де лідерами є майже виключно дочірні компаній транснаціональних компаній (далі – ТНК)). Серед ТНК, які ведуть бізнес в Україні, з'явилися такі, що адаптують власну стратегію СВБ до національних умов та пріоритетів. На жаль, жодна із компаній з переважаючою державною часткою власності не має власної стратегії СВБ, незважаючи на вплив таких компаній на суспільство та економіку країни [3].

В Україні на початку 2000-х років стараннями організацій громадського сектору, закладів вищої освіти та ділових видань організовано цикли навчання та публічні заходи із СВБ, в яких взяли участь власники бізнесу, громадські активісти, журналісти та ін. У 2008 році на громадських засадах було створено експертну організацію Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)» (м. Київ), метою якої проголошено сприяння впровадженню соціальної відповідальності задля системних і якісних змін. У 2010–2011 роках тривала розробка концепції національної стратегії СВБ в Робочій групі при Комітеті Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва. Документ оновлено в 2013 році. У 2016 році зі 100 найбільших українських компаній лише 17 % оприлюднили нефінансові звіти про СВБ (у 2012 – 9 %).

Публічний дискурс щодо проблематики СВБ в Україні постійно набуває гостроти та актуальності [1]. Для бізнесу дотримання СВБ гарантовано забезпечує конкурентні переваги на ринку: полегшує доступ до інвестицій та нових ринків; сприяє зростанню обсягів реалізації товарів і послуг та збільшує прибутки. Бізнес-структури



часто одночасно реалізують СВБ та благодійництво, спонсорство (останні напрями не пов'язані із збільшенням прибутковості фірми). Для суспільства впровадження бізнес-структурами СВБ гарантує вирішення низки соціальних питань, підвищення рівня екологічної безпеки, ефективності і заощадливого ставлення бізнесу до використання природних ресурсів. СВБ сприяє співпраці бізнесу з місцевими громадами, що позитивно позначається на показниках рівня якості та безпеки життя людей. СВБ бізнесу у 21-му сторіччі сприяє переходу суспільства до сталого розвитку. Для держави поширення практик СВБ сприяє розвитку державно-приватного партнерства, зокрема, для реалізації регіональних і національних проєктів. СВБ долучає бізнес до розв'язання соціальних питань, що належать до державної соціальної політики: працевлаштування молоді, людей передпенсійного віку, людей з обмеженими фізичними можливостями; фінансова підтримка об'єктів соціальної інфраструктури (школи, лікарні, бібліотеки, музеї) та ін. СВБ також сприяє співпраці приватного та державного секторів у реалізації завдань енергозбереження, інноваційного розвитку, екологізації виробництва (інвестування в екологічно чисті технології, відновлювану енергетику) тощо [1].

ФГ «Агрофірма «БАЗИС» є провідним фермерським господарством з виробництва сільськогосподарської продукції, яке входить до групи лідерів серед виробників агротоварів у Черкаській області. Сьогодні керівництво господарством здійснює Осадчий Володимир Олексійович, призначений головою фермерського господарства у 2000 року. Він має значний стаж і досвід роботи, адже вже протягом майже двох десятиріч є головою ФГ «Агрофірма «БАЗИС» [4]. Це фермерське господарство підтримує соціальну сферу у селах, де орендуються земельні паї. А саме: проводиться реконструкція шкіл і дитячих садочків, здійснюється розвиток соціальної інфраструктури, заходів із забезпечення безпеки, побудови нових спортивних залів і стадіонів та підтримка спорту в цілому. Підприємство фінансує декілька футбольних команд, має автобус, який привозить футболістів на тренування та змагання. Регулярно організуються змагання з футболу, волейболу, армрестлінгу. У 2018 році Федерація футболу Черкаської області визнала Осадчого Володимира Олексійовича кращим меценатом року. За його безпосередньої ініціативи та участі в с. Кочубіївка побудовано сучасний футбольний стадіон. Команди агрофірми були представлені у вищій і першій обласних аматорських лігах, чемпіонаті

Уманського району та дитячо-юнацькій футбольній лізі України [5]. Також це господарство здійснює підтримку учасників бойових дій, надає їм допомогу, вітає на свята.

Окрема складова діяльності підприємства – тваринництво – є соціальним підприємництвом. Його основна мета полягає у забезпеченні робочих місць для жителів с. Городецьке та с. Кочубіївка, а також – у надходженні коштів в громаду. ФГ «Базис» має деякі податкові пільги, але недостатньо висвітлює свою соціальну діяльність, не подає звітність про її результати, не має кваліфікованих менеджерів щодо цього напряму діяльності та достатньої підтримки держави.

Ряд визначальних проблем розвитку СВБ є характерними для більшості підприємств України:

- обмежене заохочення СВБ;
- викривлена роль ЗМІ;
- низька організаційна спроможність груп впливу в Україні;
- обмежена культура співпраці;
- відсутність достатньої кількості СВБ менеджерів.

Варто також акцентувати увагу на відповідальності влади перед бізнесом в Україні. За умов сприяння з боку влади бізнес готовий відкрито працювати задля усунення соціальних проблем. Проте важливо розуміти, що це не є засобом, що здатний розв'язати усі проблеми суспільства. Адже за відсутності прозорих і чітких умов розвитку бізнесу підприємці не наважуються офіційно поширювати інформацію про соціальну складову їхньої діяльності. Зазвичай, вони бояться, що їх можуть звинуватити в отриманні тіньового прибутку. Тому співпраця бізнесу і влади є запорукою розвитку здорового і заможного суспільства, особливо коли в країні на законодавчому рівні є чітка стратегія розвитку бізнесу. Саме тоді країна почне розвиватися, і ми перестанемо бути країною третього світу [6].

В цілому, для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідне, перш за все, роз'яснення суті даного поняття не тільки широкому колу громадян, суспільству, представникам державної влади, але і власне представникам бізнесу. Необхідне чітке розуміння суті поняття всіма ланками фахівців – від державного службовця, директора фірми чи акціонерів до рядового працівника [7]. Також необхідним є формування державної політики у сфері сприяння розвитку СВБ, використання

засобів державного маркетингу для популяризації та підтримки соціально відповідального бізнесу, податкові пільги для суб'єктів підприємницької діяльності, які дотримуються концепції СББ, підготовка менеджерів СББ. Підприємства, в свою чергу, мають проводити відкриту політику щодо розкриття інформації, зокрема фінансової та нефінансової, публікувати звіти щодо реалізації стратегії розвитку та діяльності суб'єкта господарської діяльності, підвищення рівня знань його працівників з питань соціальної відповідальності.

В сучасних складних умовах економічного, політичного, демографічного, соціального розвитку України саме соціальна відповідальність може стати об'єднуючою національною ідеєю, яка допоможе знайти вихід із затьяжної системної кризи, що охопила усі сторони суспільного життя.

### Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність бізнесу. Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C\\_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83](https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83).
2. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.
3. «Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи». Слухання парламентського комітету з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва. URL: [http://svb.ua/sites/default/files/Analitichniy\\_Material\\_do\\_Sluhan\\_FINAL.pdf](http://svb.ua/sites/default/files/Analitichniy_Material_do_Sluhan_FINAL.pdf).
4. Офіційний сайт ФГ «Агрофірма «БАЗИС». URL: <http://www.afbazys.co.ua/>.
5. ФФЧО визнала Осадчого Володимира Олексійовича кращим меценатом року. Офіційний сайт ФГ «Агрофірма «БАЗИС». URL: <http://www.afbazys.co.ua/%d0%bd%d0%be%d0%b2%d0%b8%d0%bd%d0%b8/%d1%84%d1%84%d1%87%d0%be-%d0%b2%d0%b8%d0%b7%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d0%b0-%d0%be%d1%81%d0%b0%d0%b4%d1%87%d0%be%d0%b3%d0%be-%d0%b2%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b4%d0%b8%d0%bc%d0%b8%d1%80%d0%b0>

%d0%be%d0%bb%d0%b5/.

6. Чи є соціально відповідальний бізнес в Україні. URL: [https://galinfo.com.ua/blogs/chy\\_ie\\_sotsialno\\_vidpovidalny\\_biznes\\_v\\_ukraini\\_289901.html](https://galinfo.com.ua/blogs/chy_ie_sotsialno_vidpovidalny_biznes_v_ukraini_289901.html).

7. Фурса М.В., Яницький П.С. Фактори формування соціальної відповідальності бізнесу. URL: [http://www.corporatecitizen.org.ua/pub\\_1.htm1](http://www.corporatecitizen.org.ua/pub_1.htm1).

**Катерина ТЕРЕЩЕНКО,**  
студентка,  
Миколаївський національний  
аграрний університет  
**Ірина МАЗУР,**  
студентка,  
Національний університет  
«Львівська політехніка»

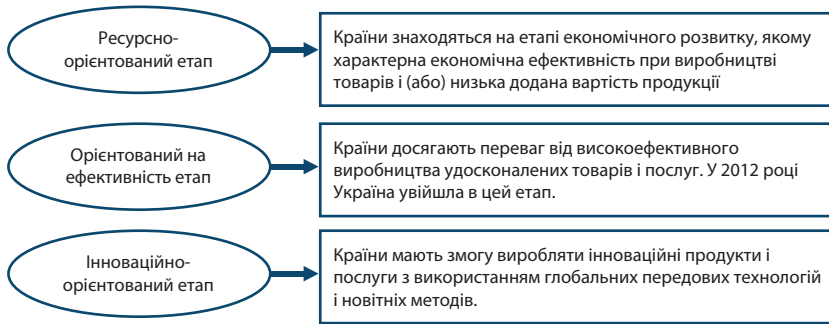
## **СТАНОВЛЕННЯ Й ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНО- ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Глобальний характер більшості економічних процесів обумовлює трансформацію основних понять і принципів, систем економічних і фінансових відносин, зокрема, у їх перерозподілі ролі й значенні. Отже, відбувається «стирання національних кордонів», де світова економіка поступово набуває загальну основу. Її головними складовими є система міжнародної торгівлі, що побудована на багатосторонніх правилах й глобальна інфраструктура технологічних нововведень, яка формується у єдиний інформаційний простір, глобальну фінансову систему, транснаціональне виробництво [1].

Головними суб'єктами сучасної глобальної економічної системи є транснаціональні корпорації (далі – ТНК), які поряд із державами стали повноправними учасниками міжнародних економічних відносин. Їх вплив і роль у світовій економіці і політиці продовжують зростати. За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, нині у світі налічується більше 82 тисяч ТНК. Частка транснаціональних компаній у міжнародній торгівлі становить 25% усього світового експорту товарів і послуг, а в експорті та імпорті окремих розвинених країн доходять до 80%. Обсяг продажів закордонних підрозділів ТНК за період з 1990 по 2010 рр. збільшився більш ніж у 6 разів – з 5105 млрд дол. до 32 960 млрд дол. [2].

Всесвітній економічний форум (далі – ВЕФ) розділяє ознаки конкурентоспроможності з урахуванням рівня розвитку економіки країни. Ряд фахівців визначає конкурентоспроможність серед країн світу з розвинутою або економікою на певній стадії розвитку у відповідності до їх економічного стану, виділяючи три основні етапи розвитку економіки, а також два перехідних періоди [3] (рисунок 1). Порівняльна оцінка країн за рівнем економічного розвитку

включає: ресурсно-орієнтований етап; перехідний етап (з 1 до 2 стадії); орієнтований на ефективність; перехідний етап (з 2 до 3 стадії); інноваційно-орієнтований етап.



### Рисунок 1

*Конкурентоспроможність країн за рівнем економічного розвитку*

Джерело: складено авторами з урахуванням оцінки експертів ВЕФ з використанням [4].

Зазначимо, що глобалізація також є процесом соціальної трансформації, де людські співтовариства поступово інтегруються у всесвітню соціальну систему. Вона спонукає до значимості неекономічних показників роботи економічних систем, зокрема, підприємств, представляючи рівень соціального забезпечення працівників, запровадження на підприємстві механізму контролю якості, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо.

У сучасних умовах основні цілі та завдання соціальної відповідальності на рівні підприємств повністю взаємопов'язані з Цілями сталого розвитку (далі – ЦСР), закріпленими в резолюції ООН «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року». Цим документом передбачено 17 цілей і 169 завдань в економічній, соціальній та екологічній сферах розвитку суспільства. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», представлена Урядом 15 вересня 2017 року, має велике значення для розвитку та впровадження соціальної відповідальності в діяльності підприємств України. Вона визначає базові показники для досягнення ЦСР, що адаптовані з урахуванням специфіки національного розвитку [5].

В Україні діють неурядові організації «Центр розвитку

корпоративної соціальної відповідальності та Спільнота «Соціально відповідальний бізнес»; у лютому 2010 р. відбулось перше засідання Консультативної Ради з розробки Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яка мала бути винесена на парламентські слухання наприкінці того ж року; Конфедерацією роботодавців України розроблений проєкт стандарту ISO 26 000 «Керівництво із соціальної відповідальності». Разом з тим, в Україні налічується понад 140 підписантів-учасників Глобального договору ООН (UN Global Compact) – ініціативи, спрямованої на поширення відповідальної корпоративної діяльності, і на те, щоб комерційні компанії брали участь у вирішенні проблем, які постають і у зв'язку з глобалізацією. Водночас, участь компаній у Глобальному договорі ООН може мати суто декларативний характер, про що вже тривалий час точаться дискусії на міжнародному рівні. Значно кращим показником можна вважати наявність інформації про соціальну відповідальність бізнесу (далі – СВБ) на сторінках сайтів компаній (теж декларативний показник), а також – фахово підготовлені звіти із соціальної відповідальності (з конкретними кількісними та якісними показниками), яких, на жаль, ще надто мало в Україні [6].

Однак практика впровадження корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) в життя, безперечно, приносить більше позитиву компаніям, які вже стали на цей шлях. До прикладу, «Концерн Галнафтогаз» активно працює над відродженням меценатства та над соціальним захистом працівників компанії; над програмами захисту довкілля (адже компанія працює з товаром, який прямо і безпосередньо забруднює навколишнє середовище); виступає спонсором багатьох суспільно важливих проєктів, зокрема, дитячих; надає адресну матеріальну допомогу; підтримує статус престижного роботодавця на ринку праці країни тощо. У 2007 році «Концерн Галнафтогаз» приєднався до Глобального договору ООН. За результатами другого етапу дослідження «Бізнес, керований цінностями», яке провела у 2009 році Львівська бізнес-школа при Українському католицькому університеті, «Концерн Галнафтогаз» посів третє місце (перше місце – у «Майкрософт Україна», друге – у ВАТ «САН ІнБев Україна»). «Після підписання декларації Глобального договору «Прямуй на зелене» у нашій компанії було прийнято рішення запровадити у діяльності підприємства принципи «Зеленого офісу» та з їх допомогою скоротити споживання ресурсів, налагодити систему роздільного збору сміття в офісах філій і, де можливо на АЗК «ОККО», змінити поведінку працівників та партнерів компанії і

опосередковано, через такі дії на АЗК, поведінку клієнтів на більш відповідальну щодо довкілля», - розповів Олесь Пограничний з відділу зв'язків з громадськістю «Концерну Галнафтогаз».

Схожих і гідних для наслідування прикладів діяльності компаній в Україні є не надто багато, їх близько сотні, як-от, «Метінвест», «Оболонь», «ДТЕК» (Донбаська паливно-енергетична компанія), «Ernst & Young Україна», «Крафт Фудз Україна», «СКМ», «Кока-Кола Україна», «МТС», «Київстар», «Астеліт», «Фокстрот» та інші. Ще менша кількість компаній публікує звіти щодо соціальної відповідальності та розміщує їх на своїх Інтернет-сайтах. Інші компанії, як здається, просто займаються піаром на темі СББ або КСВ. За словами Антона Арапетяна, керівника відділу R&D Львівської бізнес-школи (LvBS) Українського католицького університету, українські компанії загалом вирізняються високим рівнем соціальної відповідальності: 90% успішних компаній реалізують соціальні проекти. Але, на жаль, метою такої діяльності часто є промоція самої компанії (56% проектів), а не системне вирішення соціальної проблеми [7].

Отже, актуальність та значимість формування соціально-відповідального бізнесу набуває популярності й перетворилася на загальносвітову бізнес-концепцію. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу представляє концепцію про залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу). Такий внесок бізнесу передбачає досягнення ЦСР у забезпеченні збалансованості економічних, соціальних та екологічних цілей суспільного життя територій, покращення ефективності роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах. Соціальна відповідальність ведення бізнесу є основою добровільної ініціативи (хоча є країни, для яких принципи соціальної відповідальності є обов'язковими), і для її повноцінної реалізації важливо, як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними та міжнародними структурами тощо). Якщо в компанії впроваджують і реалізують концепцію соціальної відповідальності, то для них членство у Глобальному договорі ООН є черговою ознакою їхньої відповідальності, зокрема, двох з її принципів – прозорості та звітності. Також не можна забувати про іміджеву складову. «Мінусів» у зв'язку з членством у Глобальному договорі є небагато. Серед них – періодична звітність, що певним чином додає персоналу роботи у тому випадку, коли в компанії немає



спеціального підрозділу, для якого ця діяльність є основною.

Території регіонального економічного простору, де знаходяться виробники сировини і переробники, можуть виступати в якості полюсів концентрації факторів виробництва і капіталу, забезпечувати ефективну віддачу інвестицій у межах даного регіону та в цілому по країні. В Україні практика об'єднання виробників продукції не є поширеною, однак застосування цієї практики потребує формування алгоритму робочого процесу для ефективного функціонування таких об'єднань. Особливістю соціально відповідальної діяльності є те, що економічні вигоди внаслідок впровадження соціальних заходів неможливо відобразити в обліку під час їх реалізації. Навіть володіючи інформацією про величину пов'язаних з ними витрат, можливість визначити точний розмір доходу внаслідок соціальних дій є дуже сумнівною, а сформуванню фінансовий результат від цієї діяльності взагалі можливо лише теоретично [8].

Концептуальний напрям у розвитку соціально-відповідального бізнесу визначається основними ідеями, сучасним форматом підприємницької діяльності, де інструментом інформування стейкхолдерів про ефект від ведення бізнесу в соціально відповідальний спосіб слугує нефінансова звітність. Розкриття інформації у звітності про сталий розвиток компаній через нефінансові (соціальні) звіти дозволить представити дані не про те, скільки та які саме хороші справи зроблено, а про те, яких змін вдалося досягнути за результатами цих хороших справ. Зазначимо, що звітність про сталий розвиток компанії дозволить стейкхолдерам оцінити ефективність діяльності компанії, виходячи з їх інформаційних запитів, а реалізація соціальних заходів призводить до підвищення ділової репутації компанії. Наприклад, у Західній Україні досить поширена допомога підприємців із відбудови українських церков; на Сході, в металургійних областях, великі підприємства все більше турбуються про своїх працівників, забезпечуючи їхній соціальний захист. Однак рівень соціального розвитку українських регіонів ще далекий від досконалості, і роль бізнесу тут не повинна обмежуватися лише тимчасовими благодійними заходами чи одиничними добродійними проектами.

Зазначимо, що експертний аналіз, результати якого представлені у Великій українській енциклопедії [9], свідчить, що в 21-му сторіччі споживачі розвинутих країн світу надають переваги компаніям із надійною репутацією та активною політикою у сфері СВБ. За підсумками опитувань громадян (Cone Communications

CSR Study, 2017), 87 % респондентів купують товари та послуги тих компаній, які беруть участь у розв'язанні соціальних, екологічних та інших суспільно значущих проблем; 63 % респондентів сподіваються, що компанії стануть двигунами соціальних та екологічних змін на краще, навіть у випадку відсутності законодавчих ініціатив. Водночас 76 % респондентів-споживачів у США відмовляються від товарів чи послуг комерційних фірм. Окрім того, Велика українська енциклопедія наводить ряд вагомих аргументів на користь СВБ. Зокрема, наведено, що значення для бізнесу дотримання соціальної відповідальності гарантовано забезпечує конкурентні переваги на ринку: полегшує доступ до інвестицій та до нових ринків; сприяє зростанню обсягів реалізації товарів / послуг та збільшує прибутки. Бізнес-структури часто одночасно реалізують СВБ та благодійництво, спонсорство (останні напрями не пов'язані із збільшенням прибутковості фірми). Для суспільства впровадження бізнес-структурами СВБ гарантує вирішення низки соціальних питань, підвищення рівня екологічної безпеки, ефективності і заощадливого ставлення бізнесу до використання природних ресурсів. СВБ сприяє співпраці бізнесу з місцевими громадами, що позитивно позначається на показниках рівня якості та безпеки життя людей. СВБ у 21 ст. сприяє переходу суспільства до сталого розвитку. Для держави поширення практик СВБ сприяє розвитку державно-приватного партнерства, зокрема, для реалізації регіональних та національних проєктів. СВБ долучає бізнес до розв'язання соціальних питань, що належать до державної соціальної політики: працевлаштування молоді, людей передпенсійного віку, людей з обмеженими фізичними можливостями; фінансова підтримка об'єктів соціальної інфраструктури (школи, лікарні, бібліотеки, музеї) та ін. Отже, як зазначається, соціально-відповідальний бізнес також сприяє співпраці приватного та державного секторів у реалізації завдань енергозбереження, інноваційного розвитку, екологізації виробництва (інвестування в екологічно чисті технології, відновлювану енергетику) тощо. Підкреслюється, що компанії, які обрали стратегію соціальної відповідальності, отримують ряд переваг, а саме: 1) формування позитивного іміджу компанії; 2) підвищення інтересу інвесторів; 3) поліпшення взаємовідносин із громадськістю та місцевою владою; 4) підвищення мотивації та продуктивності працівників; 5) збільшення обсягів продажу та ринкової частки [9].

В Україні дотепер немає єдиного нормативно-правового акту, що регулює ведення соціального обліку та формування відповідних

показників нефінансової звітності. Тому українські компанії звітують згідно з міжнародними стандартами та за власним досвідом. Найбільш поширеними стандартами ведення соціального обліку та підготовки нефінансової звітності сьогодні є GRI та AA1000, вибір яких залежить від потреб компанії. Нині у фокусі соціальної відповідальності перебуває проблема розроблення глибокої методології та досконалих прикладних сценаріїв у веденні соціального обліку, підготовці й оприлюдненні нефінансової звітності, що дозволяє задокументувати виконання соціальних завдань, яке опосередковано чи неповною мірою відображене в системі бухгалтерського обліку. Це сприятиме налагодженню зв'язків із громадськістю та завоюванню довіри заінтересованих сторін завдяки відкритому, об'єктивному висвітленню їхнього внеску в розв'язання економічних, соціальних, екологічних питань [10, с. 39]. Найважливішим орієнтиром соціального обліку та звітності слугують соціальні пріоритети підприємства (організації) згідно з наявною соціальною політикою. У контексті посилення соціальної відповідальності соціальний облік має стати не окремим видом обліку, а структурним елементом системи традиційного бухгалтерського обліку [10, с. 41].

Таким чином, за результатами вивчення проблематики в цьому матеріалі обґрунтовано, що під впливом глобальних змін розвиток економічних систем спричиняє потребу в трансформації основних понять і принципів щодо систем економічних і фінансових відносин, перерозподілу ролі і значення окремих учасників підприємницьких структур цих відносин. Глобалізація та її тенденції й зміни спонукають до розгляду всезагальних закономірностей розвитку формату моделі нової людини й нового ведення бізнесу у взаємодії із суспільством та із соціально-економічним середовищем, враховуючи акцент національних інтересів.

Для досягнення цілей стратегії соціальної відповідальності суб'єкти господарювання повинні враховувати необхідність одержання оперативної, достовірної інформації про соціальної заходи та вплив підприємства на різні сторони життя суспільства.

## Список використаних джерел

1. Модернізація суспільного сектору економіки в умовах глобальних змін: монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. А.Ф. Мельник. – Тернопіль: THEУ; Економічна думка, 2009. – 528 с.
2. Scholte J.A. Globalization. A critical introduction / Jan Aart Scholte. – London: Palgrave, 2000. – 361 p.
3. The Global Competitiveness Report 2008–2009. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2008 / Michael E. Porter, Klaus Schwab. Geneva: 2008. – 513 p. URL: <https://members.weforum.org/pdf/GCR08/GCR08.pdf>.
4. The Global Competitiveness Report 2015–2016. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2015 / Ed. Porter, Michael, and Klaus Schwab. Geneva: 2015. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/preface/ю>.
5. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>.
6. Повний перелік у публічному доступі. URL: <http://www.svb.org.ua/reports>.
7. За даними дослідження Львівської бізнес-школи Українського католицького університету. URL: [www.lvbs.com.ua](http://www.lvbs.com.ua).
8. Левицька С.О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 797. С. 261. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2014\\_797\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_36).
9. Соціальна відповідальність бізнесу. Велика українська енциклопедія. URL: [vue.gov.ua/Соціальна\\_відповідальність\\_бізнесу](http://vue.gov.ua/Соціальна_відповідальність_бізнесу).
10. Герасименко О. Соціальний облік та нефінансова звітність як інструмент реалізації соціальної відповідальності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 137. С. 39, 41. URL: [http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo\\_1/edu\\_46/fail/ch2/7.pdf](http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_46/fail/ch2/7.pdf).



**ДОДАТОК**



**КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ ООН  
З ПИТАНЬ БІЗНЕСУ ТА ПРАВ ЛЮДИНИ:  
Реалізація Рамкової програми ООН  
«Захист, повага і засоби захисту»**  
(Схвалені резолюцією Ради ООН з прав людини  
№ 17/4 від 16 червня 2011 року)\*

## ЗМІСТ

### Загальні принципи

#### I. Обов'язок держави захищати права людини

- A. Основоположні принципи
- B. Принципи діяльності

#### II. Корпоративна відповідальність поважати права людини

- A. Основоположні принципи
- B. Принципи діяльності

#### III. Доступ до засобів захисту прав

- A. Основоположний принцип
- B. Принципи діяльності

## ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ

Ці Керівні принципи ґрунтуються на визнанні:

- a) прийнятих державами зобов'язань дотримуватись, захищати і забезпечувати реалізацію прав людини і основоположних свобод;
- b) ролі підприємств, що виконують спеціалізовані функції в якості спеціалізованих органів суспільства, від яких вимагається дотримання всіх чинних законів і повага права людини;
- c) необхідність забезпечувати дотримання прав і обов'язків - у разі їх порушення - за допомогою відповідних ефективних засобів захисту прав.

---

\* Переклад виконано за підтримки Ресурсного центру з питань бізнесу та прав людини (Велика Британія) у рамках Спільного проєкту 2018 року Інституту економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова НАН України та Ресурсного центру з питань бізнесу та прав людини «Зміцнення засад у сфері бізнесу і прав людини: драйвери для України».

Ці Керівні принципи застосовуються до всіх держав і до всіх багатонаціональних та інших підприємств незалежно від їх розмірів, сфери діяльності, місця знаходження, форми власності та структури.

Ці Керівні принципи слід розуміти як єдине ціле і тлумачити їх індивідуально і колективно, виходячи з їхньої мети, яка полягає в посиленні стандартів і практики у сфері бізнесу та прав людини, аби окремі особи і спільноти, чії інтереси зачіпаються, могли домагатися відчутних результатів, і в зв'язку з цим також тлумачити їх як внесок у забезпечення соціально стійкої глобалізації.

Ніщо у цих Керівних принципах не слід сприймати як таке, що створює нові міжнародно-правові зобов'язання чи обмеження або підриває будь-які юридичні зобов'язання в сфері прав людини, які держави, можливо, вже взяли на себе або візьмуть відповідно до міжнародного права.

Ці Керівні принципи мають реалізуватися у недискримінаційний спосіб із особливою увагою до прав і потреб, а також до проблем окремих осіб, що належать до груп населення або спільнот, які, можливо, піддаються підвищеному ризику опинитися у вразливому або маргіналізованому становищі, а також із наданням належної уваги до різних ризиків, які можуть постати перед жінками та чоловіками.

## **Глава I. ОБОВ'ЯЗОК ДЕРЖАВИ ЗАХИЩАТИ ПРАВА ЛЮДИНИ**

### **A. Основоположні принципи**

1. Держави в межах своєї території та / або юрисдикції повинні забезпечувати захист прав людини від порушень з боку третіх осіб, включаючи бізнес-структури. Це вимагає прийняття необхідних заходів, спрямованих на попередження та розслідування таких порушень, покарання за них і відшкодування завданої шкоди за допомогою ефективних політик, законодавства, нормативного регулювання та судочинства.

#### *Коментар*

Зобов'язання держав в рамках міжнародного права прав людини вимагають, аби вони поважали, захищали і забезпечували реалізацію кожним прав людини в межах своєї території і / або юрисдикції. Це включає обов'язок забезпечувати захист від порушень прав людини з боку третіх осіб, у тому числі бізнес-структур.

Обов'язок держав забезпечувати захист є нормою їхньої поведінки. Тому держави як такі не несуть відповідальності за порушення прав людини, спричинених суб'єктами приватного права. Разом з тим держави можуть порушувати свої зобов'язання за міжнародним правом прав людини в разі, коли порушення може бути віднесено на їх рахунок або коли вони не вживають належних заходів для попередження і розслідування порушень, вчинених суб'єктами приватного права, а також для покарання за порушення і відшкодування шкоди. Хоча, як правило, держави мають дискреційні повноваження щодо прийняття рішень стосовно цих заходів, вони зобов'язані розглянути питання про застосування всього спектру допустимих попереджувальних заходів і заходів щодо виправлення становища, які включатимуть політики, законодавство, нормативне регулювання та судочинство. На держави також покладено обов'язок захищати і заохочувати дотримання принципу верховенства права, в тому числі шляхом вжиття заходів для забезпечення рівності перед законом, справедливості в застосуванні права, а також шляхом забезпечення належної підзвітності, юридичної визначеності та процесуальної і правової прозорості.

Основна увага в цій Главі приділяється попереджувальним заходам, тоді як в Главі III окреслені заходи захисту прав.

2. Держави повинні чітко заявити про свої очікування щодо дотримання та поваги прав людини всіма бізнес-структурами, що доміцільовані на їхній території та / або знаходяться під їхньою юрисдикцією, в процесі їхньої діяльності.

#### *Коментар*

На даний час, згідно з міжнародним правом прав людини, від держав, як правило, не вимагається регулювати екстериторіальну діяльність бізнес-структур, що доміцільовані на їхній території та / або перебувають під їхньою юрисдикцією. Однак, їм, як правило, не забороняється робити це в разі наявності визнаної юрисдикційної основи. За цих умов окремі договірні органи з прав людини рекомендують державам походження вживати заходів щодо попередження порушень прав людини за кордоном з боку бізнесструктур, що знаходяться під їхньою юрисдикцією.

У держав походження є вагомі політичні причини з усією визначеністю заявити про те, що вони очікують від бізнес-структур дотримання та поваги прав людини за кордоном, особливо в



тому випадку, якщо сама держава бере участь у діяльності цих бізнесструктур або надає їм підтримку. До числа таких причин належить необхідність створення державами передбачуваного середовища для бізнес-структур шляхом доведення до їх відомих і послідовних повідомлень про позицію держави, а також необхідність збереження її власної репутації.

Позиції держав з цього приводу характеризуються різними підходами. Деякі з них передбачають прийняття національних заходів, що мають екстериторіальні наслідки. Прикладами таких заходів можуть бути вимоги до «материнських» компаній звітувати про глобальну виробничу діяльність усієї компанії; багатосторонні документи «м'якого права», зокрема Настанови (Керівні принципи) для багатонаціональних підприємств, прийняті Організацією економічного співробітництва і розвитку; і норми виробничої ефективності, встановлені установами, що підтримують закордонні інвестиції. Інші підходи полягають у прийнятті законодавства, що має пряму екстериторіальну дію і застосування. Вони включають режими кримінального переслідування, що дозволяють притягати правопорушника до кримінальної відповідальності за ознакою його громадянства незалежно від місця вчинення правопорушення. Передбачуваність і фактичну виправданість дій держави можуть обумовлювати різні фактори, наприклад, такі, що передбачені багатосторонньою угодою.

## **В. Принципи діяльності**

### ***Загальні функції держав у сфері нормативного регулювання та політики***

3. У ході виконання державами свого обов'язку щодо забезпечення захисту прав людини їм слід:

а) забезпечувати дотримання законів, мета або наслідки яких полягають у тому, щоб вимагати від бізнес-структур поважати права людини, періодично оцінювати адекватність цих законів і усувати в них будь-які прогалини;

б) забезпечувати, аби інші закони і політики, що регулюють створення та поточну діяльність бізнес-структур, такі як норми корпоративного права, не стримували, але навпаки сприяли повазі прав людини цими структурами;

с) надавати бізнес-структурам ефективні керівні вказівки

щодо того, яким чином забезпечувати повагу прав людини в процесі всієї їхньої діяльності;

d) заохочувати і, за умови необхідності, вимагати від бізнесструктур надання інформації про те, як вони опрацьовують питання впливу їхньої діяльності на права людини.

### *Коментар*

Державам не слід виходити з того, що бізнес-структури за будь-яких обставин віддають перевагу бездіяльності з боку держави або отримують користь з цього; їм слід розглянути можливість прийняття раціонального комплексу заходів - національних і міжнародних, обов'язкових та добровільних, аби сприяти повазі прав людини з боку бізнес-структур.

Нездатність забезпечити виконання чинних законів, що напряму або опосередковано регулюють питання поваги прав людини бізнесструктурами, нерідко є наслідком суттєвих правових прогалин в законодавстві держави. Відповідні закони можуть варіюватися від законів про недопущення дискримінації і трудового законодавства до екологічного законодавства і законодавства про право власності, недоторканність приватного життя і боротьбу з корупцією. Тому важливо, аби держави аналізували наскільки ефективно у поточний період забезпечується виконання таких законів, та, якщо це не так, встановлювали, чому це відбувається і які заходи можуть бути прийнятними для виправлення становища.

Не менш важливо, щоб держави аналізували, чи забезпечують ці закони достатнє охоплення в світлі обставин, що змінюються, і чи створюють вони, разом із відповідною політикою, середовище, яке сприятиме повазі прав людини з боку бізнес-структур. Наприклад, для захисту правовласників і бізнес-структур часто необхідно внести більшу ясність в деякі галузеві законодавчі акти та політики, що стосуються, зокрема, регулювання доступу до землі, включно з наданням прав на землеволодіння або землекористування.

Закони та політики, що регулюють створення, поточну діяльність бізнес-структур, наприклад, корпоративне право і законодавство про обіг цінних паперів, безпосередньо визначають поведінку бізнесу. Разом з тим, і досі бізнес-структури досить слабо усвідомлюють наслідки їх діяльності для прав людини. Наприклад, у положеннях корпоративного права та нормах законів про обіг цінних паперів бракує ясності щодо того, що саме дозволяється бізнес-

компаніям і їх службовцям в аспекті поваги прав людини, не кажучи вже про те, що від них вимагається робити у цій сфері. Закони та політики в цій галузі повинні передбачати достатні керівні вказівки, які б дозволяли бізнес-структурам забезпечувати повагу прав людини; при цьому належна увага повинна приділятися ролі таких існуючих управлінських структур, як ради директорів корпорацій.

У керівних вказівках бізнес-структурам щодо поваги прав людини мають бути вказані очікувані результати, і вони повинні заохочувати обмін найкращим досвідом. Вони повинні містити рекомендації стосовно належних методів, включаючи застосування принципу належної обачності щодо прав людини (human rights due diligence), а також щодо ефективних підходів до гендерних питань, питань уразливості і / або маргіналізації з урахуванням специфічних проблем, з якими можуть стикатися корінні народи, жінки, національні або етнічні меншини, релігійні та мовні меншини, діти, люди з інвалідністю, а також працівники-мігранти та їхні родини.

Національні установи із захисту прав людини, що відповідають Паризьким принципам, повинні відігравати важливу роль у наданні державам сприяння у встановленні того, чи узгоджуються відповідні закони з їхніми зобов'язаннями у сфері захисту прав людини та чи ефективно вони виконуються, а також у наданні керівних вказівок бізнес-структурам і іншим недержавним суб'єктам щодо прав людини.

Надання бізнес-структурами інформації про те, яким чином вони усувають наслідки завданого ними впливу на права людини, може здійснюватися як у рамках неофіційних зустрічей із зацікавленими сторонами, що відчули такий вплив, так і в формі офіційних публічних звітів. Заохочення, а за необхідності, й вимога держави стосовно надання такої інформації має важливе значення для сприяння повазі прав людини з боку бізнес-структур. Стимулами, які можуть спонукати до надання належної інформації, можуть бути положення, що підкреслюють значення такої звітності в разі судових або адміністративних процесів. Вимога щодо надання інформації може бути особливо актуальною в тих випадках, коли характер діяльності бізнес-структури або умови її діяльності створюють суттєвий ризик для прав людини. Політики і законодавство в цій сфері можуть встановити чіткі положення про те, що саме і яким чином бізнес-структури мають повідомляти, таким чином допомагаючи забезпечувати як доступність, так і точність таких повідомлень.

Будь-яке положення, яке визначає, що саме є належною

інформацією, має враховувати ті ризики, які така інформація може створювати для безпеки і захищеності окремих осіб і об'єктів; законні вимоги щодо збереження комерційної таємниці; а також відмінності в розмірах і структурі бізнес-компаній.

Вимоги щодо фінансової звітності повинні чітко вказувати на те, що в деяких випадках вплив на права людини може бути «матеріальним» або «суттєвим» для економічних показників діяльності бізнес-структури.

### ***Зв'язок між державою та бізнесом***

4. Держави повинні вживати додаткових заходів з метою захисту прав людини від порушень з боку бізнес-структур, які знаходяться у власності держави або контролюються нею або користуються її суттєвою підтримкою і послугами державних установ, наприклад таких, які уповноважені кредитувати експорт та забезпечувати державне страхування або гарантування інвестицій, в тому числі, за необхідності, шляхом встановлення вимоги стосовно належної обачності щодо прав людини.

#### *Коментар*

Відповідно до міжнародного права у галузі прав людини кожна держава окремо є основним носієм зобов'язань, а всі держави в сукупності є гарантами міжнародного режиму дотримання прав людини. У тому випадку, коли бізнес-структура контролюється державою або коли її дії можна іншим чином асоціювати з діяльністю держави, порушення прав людини з боку такої бізнес-структури може спричинити порушення міжнародно-правових зобов'язань самої держави. Більш того, чим тіснішим є зв'язок між бізнес-структурою та державою або чим сильніше вона спирається на органи влади або підтримку платників податків, тим більш обґрунтованою має бути політика держави щодо забезпечення поваги прав людини з боку такої бізнес-структури.

У тих випадках, коли держави володіють бізнес-структурами або контролюють їх, вони мають у своєму розпорядженні більш широкі можливості для забезпечення здійснення відповідної політики, виконання законів і підзаконних актів, що стосуються дотримання прав людини. Як правило, керівники вищої ланки звітують перед державними органами, і відповідні державні структури мають широкі повноваження для здійснення контролю та

нагляду, в тому числі в аспекті ефективного дотримання принципу належної обачності щодо прав людини. (Ці бізнес-структури також є суб'єктами корпоративної відповідальності поважати права людини, про що йдеться в Главі II.)

Підтримку і послуги бізнес-структурам може надавати широке коло установ, які офіційно або неофіційно пов'язані з державою. До їх числа відносяться установи з кредитування експорту, державного страхування або гарантування інвестицій, агентства з питань розвитку та установи з фінансування розвитку. У випадках, коли такі установи безпосередньо не враховують фактичний або потенційно несприятливий вплив бізнес-структур бенефіціарів на права людини, вони ставлять себе в ризиковане становище з точки зору репутаційних, фінансових, політичних і потенційних юридичних ризиків, адже фактично вони прикривають будь-який негативний вплив, і таким чином вони можуть посилювати проблеми у сфері захисту прав людини, з якими стикається держава.

З урахуванням цих ризиків держави повинні заохочувати і, а за необхідності вимагати забезпечення належної обачності щодо прав людини як самими установами, так і бізнес-структурами або проектами, які отримують їхню підтримку. Вимога стосовно забезпечення належної обачності щодо прав людини є найбільш доречною в тих випадках, коли характер діяльності бізнес-структури або умови її діяльності пов'язані з суттєвим ризиком для прав людини.

5. Держави повинні здійснювати належний контроль з метою виконання своїх міжнародних зобов'язань у сфері прав людини при укладанні контрактів із бізнес-структурами або під час ухвалення законодавчих актів стосовно надання ними послуг, які можуть вплинути на здійснення прав людини.

### *Коментар*

Держави не звільняються від своїх зобов'язань за міжнародним правом прав людини в разі, коли вони віддають на приватизацію сферу надання послуг, які можуть вплинути на здійснення прав людини. Нездатність держав забезпечити, щоб бізнес-структури, які надають такі послуги, діяли відповідно до зобов'язань держави у сфері прав людини, може призвести до репутаційних і юридичних наслідків для самої держави. Необхідно, аби у відповідних контрактах щодо надання послуг або у законодавчих актах було чітко вказано, що держава очікує від цих бізнес-структур поваги прав людини.

Держави повинні забезпечити можливість ефективного контролю за діяльністю бізнес-структур, включно за рахунок застосування механізмів належного незалежного моніторингу і підзвітності.

6. Держави повинні заохочувати повагу прав людини з боку бізнес-структур, з якими вони здійснюють комерційні операції.

#### *Коментар*

Держави здійснюють велику кількість комерційних операцій із бізнес-структурами, не в останню чергу в рамках державних закупівель. Це надає державам - на індивідуальній і колективній основі – унікальні можливості підвищувати інформованість про права людини і заохочувати бізнес-структури поважати та дотримуватися їх, у тому числі через умови контрактів, з належним урахуванням відповідних зобов'язань держав у рамках національного і міжнародного права.

#### ***Забезпечення поваги прав людини з боку бізнесу на територіях, зачеплених конфліктами***

7. Через підвищений ризик здійснення грубих порушень прав людини в регіонах, зачеплених конфліктами, державам слід сприяти забезпеченню того, аби працюючи там бізнес-структури не були залучені у вчинення таких порушень, зокрема шляхом:

a) налагодження контактів із бізнес-структурами на якомога більш ранніх етапах, з тим щоб допомогти їм виявляти, запобігати і пом'якшувати пов'язані з порушенням прав людини ризики, що обумовлені їхньою діяльністю та їхніми діловими відносинами;

b) надання належної допомоги бізнес-структурам для оцінки та усунення підвищених ризиків порушення прав людини, приділяючи особливу увагу ґендерно зумовленому і сексуальному насильству;

c) відмови у доступі до державної підтримки та послуг бізнес-структурам, які причетні до грубих порушень прав людини і відмовляються співпрацювати з метою виправлення ситуації;

d) забезпечення ефективності поточної державної політики, законодавства, підзаконних актів і правозастосовних заходів, спрямованих на усунення ризику участі бізнес-структур у вчиненні грубих порушень прав людини.

### Коментар

Деякі грубі порушення прав людини, у вчиненні яких задіяні бізнес-структури, відбуваються в період конфлікту, коли ведеться боротьба за контроль над територією, ресурсами або над самим урядом, і коли неможливо очікувати, щоб режим прав людини функціонував належним чином. Бізнес-структури з відповідальною діловою поведінкою все частіше звертаються до держав за рекомендаціями про те, яким чином уникати причетності до нанесення шкоди правам людини у цих складних умовах. Необхідні інноваційні та реалістичні підходи. Зокрема, важливо звертати увагу на ризик сексуального та гендерного насильства, яке найчастіше відбувається в період конфліктів.

Важливо, щоб усі держави прогнозували можливість виникнення таких проблем задовго до погіршення ситуації на місцях. У регіонах, зачеплених конфліктом, держава, якій вони належать, може втратити здатність забезпечувати належний захист прав людини внаслідок втрати ефективного контролю над цими регіонами. Якщо справа стосується багатонаціональних корпорацій, держави їхнього «походження» повинні зіграти свою роль в наданні сприяння як цим корпораціям, так і приймаючим їх країнам, забезпечивши, щоб їхні підприємства не виявилися причетними до порушення прав людини; при цьому суттєву додаткову допомогу також можуть надати й сусідні держави.

З метою досягнення більшої узгодженості в політиці і надання належної допомоги бізнес-структурам у таких ситуаціях, державам «походження» слід сприяти зміцненню співпраці між своїми агентствами з надання допомоги в цілях розвитку, міністерствами закордонних справ і торгівлі та установами з фінансування експорту, які знаходяться в їхніх столицях і представлені в їхніх посольствах, а також між цими установами та урядовими органами «приймаючої» держави; розробити індикатори раннього попередження, з тим щоб застерегти державні установи та бізнес-структури у питаннях ризику виникнення таких проблем; і передбачити належну відповідальність бізнес-структур за небажання співпрацювати в цих умовах, в тому числі у формі анулювання або відмови їм у державній підтримці або послугах або, коли це неможливо, в формі заборони їх доступу до такої підтримки в майбутньому.

Держави повинні попереджати бізнес-структури про підвищену небезпеку опинитися причетними до грубих порушень прав людини в

регіонах, зачеплених конфліктом. Їм слід проаналізувати питання про те, наскільки ефективно їхні політика, закони, підзаконні регулятивні акти та правозастосовні заходи дозволяють уникнути такого підвищеного ризику, в тому числі шляхом прийняття положень, що стосуються належної обачності щодо прав людини з боку бізнес-структур. У разі виявлення прогалин державам слід вжити належних заходів щодо їх усунення. Це може передбачати вивчення питань щодо цивільної, адміністративної або кримінальної відповідальності доміцільованих бізнес-структур або бізнес-структур, які діють на їхній території та / або під їхньою юрисдикцією та здійснюють грубі порушення прав людини або сприяють їх здійсненню. Крім того, державам слід розглянути можливість застосування багатосторонніх підходів для запобігання та недопущення таких дій, а також надавати підтримку ефективним колективним ініціативам.

Усі ці заходи доповнюють зобов'язання держав за міжнародним гуманітарним правом у ситуаціях збройного конфлікту, а також за міжнародним кримінальним правом.

### ***Забезпечення узгодженості політики***

8. Держави повинні забезпечити, аби державні відомства, агенції та інші державні установи, які формують умови здійснення господарської діяльності, були обізнані про зобов'язання держави у сфері прав людини і дотримувалися їх при виконанні своїх повноважень, у тому числі шляхом надання їм відповідної інформації, забезпечення спеціалізованої підготовки і підтримки.

#### *Коментар*

Між зобов'язаннями держав у сфері прав людини та законами і політикою, що визначають практику господарської діяльності, неминучих протиріч не існує. Разом із тим іноді державам доводиться ухвалювати складні рішення для узгодження різноманітних потреб суспільства. З метою досягнення необхідної рівноваги державам 12 потрібно застосовувати широкий підхід для суміщення порядку денного в галузі господарювання і прав людини, спрямований на забезпечення вертикальної та горизонтальної узгодженості національної політики.

Вертикальна узгодженість політики дозволяє державам, які користуються необхідною політикою, законодавством і процедурами, виконувати їхні зобов'язання за міжнародним правом прав



людини. Горизонтальна узгодженість політики означає підтримку і забезпечення відомств і установ на національному та регіональному рівнях, які визначають практику господарської діяльності, включаючи відомства та установи, що займаються питаннями корпоративного права та регулюванням обігу цінних паперів, інвестиціями, кредитуванням і страхуванням експорту, питаннями торгівлі та трудових відносин, з тим щоб вони були обізнані про зобов'язання уряду у сфері прав людини і діяли відповідно до цих зобов'язань.

9. Держави повинні зберігати необхідний «простір» внутрішньої політики для дотримання своїх зобов'язань у сфері прав людини, коли вони прагнуть досягнення пов'язаних з підприємництвом політичних цілей з іншими державами або бізнес-структурами, наприклад у рамках інвестиційних угод або контрактів.

#### *Коментар*

Економічні угоди, укладені державами як з іншими державами, так і з бізнес-структурами, наприклад, двосторонні інвестиційні угоди, угоди про вільну торгівлю або контракти, що стосуються інвестиційних проєктів, відкривають для держав нові економічні можливості. Але разом з тим вони можуть впливати на свободу дій урядів у сфері внутрішньої політики. Наприклад, умови міжнародних інвестиційних угод можуть обмежувати можливості держави повною мірою виконувати законодавство у сфері прав людини або, в разі його виконання, створювати для них ризик прийняття міжнародним арбітражем рішення, обов'язкового для виконання. Тому державам слід забезпечувати збереження належної політики і регуляторних можливостей для захисту прав людини відповідно до умов таких угод, забезпечуючи при цьому необхідний захист інвесторів.

10. Державам, коли вони виступають у ролі членів багатосторонніх інституцій, що опікуються питаннями, пов'язаними з підприємництвом, слід:

а) домагатися забезпечення того, щоб ці інституції не обмежували можливості їхніх держав-членів у справі виконання ними обов'язків щодо захисту прав людини і не перешкоджали бізнес-структурам поважати права людини;

б) заохочувати ці інституції в рамках своїх відповідних мандатів і можливостей сприяти повазі прав людини з боку бізнес-структур і, у разі вимоги, допомагати державам виконувати свої

обов'язки щодо захисту прав людини від порушень з боку бізнес-структур, в тому числі через технічну допомогу, зміцнення потенціалу та підвищення обізнаності;

с) спиратися на ці Керівні принципи в справі сприяння спільному порозумінню і розвивати міжнародне співробітництво у розв'язанні проблем, що стосуються бізнесу та прав людини.

### *Коментар*

Більша узгодженість в політиці також необхідна й на міжнародному рівні, в тому числі у випадках, коли держави беруть участь у діяльності багатосторонніх інституцій, які опікуються питаннями, пов'язаними з підприємництвом, зокрема в міжнародних торгових і фінансових інституціях. За державою зберігаються зобов'язання за міжнародним правом прав людини під час її участі у роботі таких інституцій.

Зміцнення потенціалу та підвищення обізнаності через такі інституції можуть відігравати важливу роль у справі надання допомоги всім державам у виконанні ними своїх зобов'язань захищати права людини, в тому числі шляхом створення умов для обміну інформацією про проблеми і найкращу практику, у такий спосіб сприяючи застосуванню більш узгоджених підходів.

Коллективні дії, що реалізуються через міжнародні інституції, можуть допомогти державам зрівняти правила гри в питанні поваги прав людини з боку бізнес-структур, але домагатися цього слід за рахунок «підтягування відстаючих». Важливу роль може відігравати також і співпраця між державами, багатосторонніми інституціями та іншими зацікавленими сторонами.

Ці Керівні принципи забезпечують загальні орієнтири у даній площині та можуть слугувати ефективною основою для створення кумулятивного позитивного ефекту, що враховує відповідні ролі та відповідальність всіх зацікавлених сторін.

## **Глава II. КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПОВАЖАТИ ПРАВА ЛЮДИНИ**

### **A. Основоположні принципи**

11. Бізнес-структури повинні поважати права людини. Це означає, що їм слід уникати порушення прав людини інших осіб і

усувати несприятливий вплив на права людини, що виник за їхньою участю.

### *Коментар*

Відповідальність поважати права людини є загальною нормою очікуваної поведінки всіх бізнес-структур, де б вони не вели свою діяльність. Вона не залежить від можливостей і / або готовності держав виконувати їхні зобов'язання у сфері захисту прав людини і не зменшує цих зобов'язань. Ця відповідальність існує окремо від обов'язку дотримуватися національних законів і підзаконних актів, що захищають права людини.

Усунення несприятливого впливу на права людини вимагає застосування належних заходів для його запобігання, пом'якшення його наслідків та, за необхідності, відшкодування завданої шкоди.

Бізнес-структури можуть брати на себе інші зобов'язання або займатися іншою діяльністю з метою підтримки і заохочення прав людини, які можуть сприяти їх здійсненню. Однак це не компенсуватиме недотримання прав людини в ході їхньої діяльності.

Бізнес-структури не повинні послаблювати здатність держав виконувати зобов'язання у сфері захисту прав людини, в тому числі шляхом застосування заходів, які можуть підривати авторитет судових механізмів.

12. Відповідальність бізнес-структур поважати права людини поширюється на міжнародно визнані права людини, у розумінні, як мінімум, тих прав, що закріплені в Міжнародному біллі прав людини, а також принципів, які стосуються основоположних прав, викладених у Декларації Міжнародної організації праці основних принципів та прав у світі праці.

### *Коментар*

Оскільки бізнес-структури можуть впливати практично на весь спектр міжнародно визнаних прав людини, їх відповідальність поважати ці права поширюється на всі ці права. На практиці в окремих галузях підприємництва або за деяких обставин певні права людини можуть піддаватися більшому ризику в порівнянні з іншими, і з цієї причини їм буде приділятися підвищена увага. Разом з тим ситуації можуть змінюватися, і тому слід періодично здійснювати контроль щодо дотримання всіх прав людини.

Авторитетний перелік основних міжнародно визнаних прав людини міститься в Міжнародному біллі прав людини (що складається з Загальної декларації прав людини, а також основних договорів, у рамках яких вона була кодифікована: Міжнародного пакту про громадянські і політичні права та Міжнародного пакту про економічні, соціальні та культурні права); його доповнюють принципи, що стосуються основних прав, закріплених у восьми базових конвенціях МОП, які викладені в Декларації основних принципів та прав у світі праці. Йдеться про критерії, за якими інші соціальні суб'єкти оцінюють вплив бізнес-структур на права людини. Відповідальність бізнес-структур поважати права людини відрізняється від питань юридичної відповідальності та реалізації права, котрі як і раніше в основному регулюються положеннями національного законодавства, що діє у відповідних юрисдикціях.

У бізнес-структур, в залежності від обставин, може виникнути необхідність враховувати й інші норми та стандарти. Наприклад, вони повинні поважати права людини осіб, що належать до певних груп або спільнот, які потребують особливої уваги, в тих випадках, коли ці бізнес-структури могли справляти вплив на їх права людини. У зв'язку з цим у рамках Організації Об'єднаних Націй прийняті додаткові договори про права корінних народів, жінок, національних або етнічних, релігійних і мовних меншин, дітей, людей з інвалідністю, а також трудящих-мігрантів і членів їхніх сімей. Окрім того, в умовах збройного конфлікту бізнес-структури повинні дотримуватися норм міжнародного гуманітарного права.

13. Відповідальність поважати права людини пов'язана з такими вимогами до бізнес-структур:

а) уникати заподіяння або сприяння заподіяння несприятливого впливу на права людини в процесі їхньої діяльності та усунути наслідки такого впливу в разі, коли він стався;

б) прагнути запобігати або пом'якшувати негативний вплив на права людини, що безпосередньо пов'язаний з їхньою діяльністю, продукцією чи послугами внаслідок їх ділової активності, навіть якщо вони безпосередньо не сприяли заподіяння такого впливу.

#### *Коментар*

Бізнес-структури можуть бути причетними до заподіяння несприятливого впливу на права людини або в рамках своєї власної діяльності, або внаслідок їхніх ділових відносин із іншими суб'єктами.

У Керівному принципі 19 більш докладно наведено, яким чином бізнес-структури повинні діяти в таких ситуаціях. Для цілей цих Керівних принципів «діяльність» бізнес-структури означає як дію, так і бездіяльність; а її «ділові відносини» розуміються як відносини з партнерами по веденню господарської діяльності, суб'єктами в його ланцюгу поставок та з іншими недержавними або державними суб'єктами, що безпосередньо пов'язані з діяльністю бізнес-структури, її продукцією або послугами.

14. Відповідальність бізнес-структур поважати права людини стосується всіх бізнес-структур незалежно від їхнього розміру, галузі, умов діяльності, форм власності та структури. Проте масштаби і ступінь складності засобів, за допомогою яких бізнес-структури виконують обов'язки у сфері прав людини, можуть відрізнятись в залежності від цих факторів і тяжкості наслідків несприятливого впливу діяльності бізнес-структури на права людини.

#### *Коментар*

Засоби, за допомогою яких бізнес-структури реалізують свою відповідальність щодо поваги прав людини мають бути відповідно пропорційними їхнім розмірам та іншим факторам. У порівнянні з великими бізнес-компаніями малі та середні підприємства можуть мати менший потенціал, але більш неформальні процедури і структури управління, внаслідок чого їх відповідна політика і процедури будуть мати інші форми. Разом з тим деякі малі та середні підприємства можуть чинити серйозний негативний вплив на права людини, що викликає необхідність застосування відповідних заходів незалежно від розміру таких підприємств. Ступінь серйозності наслідків негативного впливу буде оцінюватися з урахуванням масштабів, обсягу і непоправності таких наслідків. Засоби, за допомогою яких бізнес-структура реалізує свою відповідальність поважати права людини, також можуть відрізнятись в залежності від масштабів господарської діяльності та від того, чи здійснюється вона в рамках корпоративної групи або індивідуально. Однак відповідальність поважати права людини застосовується в повному обсязі та рівною мірою до всіх бізнес-структур.

15. Бізнес-структури повинні запровадити свою політику і процедури з урахуванням своїх розмірів і умов діяльності для забезпечення реалізації своєї відповідальності щодо поваги прав

людини, включаючи:

- a) політику відданості відповідальності поважати права людини та дотримуватися їх;
- b) процедуру забезпечення належної обачності щодо прав людини з метою виявлення, запобігання, пом'якшення наслідків негативного впливу і подання звітності про те, яким чином вони опрацьовують питання впливу їхньої діяльності на права людини;
- c) процедури, що дозволяють їм компенсувати шкоду, заподіяну внаслідок будь-яких видів несприятливого впливу на права людини, завданого ними самими, або таким впливом, що виник за їхнього сприяння.

#### *Коментар*

Бізнес-структури повинні усвідомлювати і демонструвати, що вони поважають права людини. Це можливо лише за умови запровадження відповідної політики і використання певних процедур. Ця теза докладно розкривається в принципах 16-24.

## **В. Принципи діяльності**

### ***Політика відданості***

16. Перш за все, для підтвердження своєї відповідальності щодо поваги та дотримання прав людини бізнес-структури повинні закріпити свою відданість зобов'язанням у сфері прав людини в своїй заяві програмного характеру, яка:

- a) затверджується на найвищому керівному рівні бізнес-структури;
- b) підготовлена на основі висновків внутрішніх і / або зовнішніх експертів;
- c) визначає очікуване бізнес-структурою ставлення до прав людини з боку її персоналу, партнерів із господарської діяльності та інших сторін, які безпосередньо пов'язані з її діяльністю, продукцією чи послугами;
- d) є публічно доступною і поширюється всередині бізнес-структури для усього персоналу і на ззовні серед її партнерів із господарської діяльності та інших відповідних сторін;
- e) відображена в політиці та процедурах операційної діяльності, що необхідно для впровадження заяви в практику всієї

роботи бізнес-структури.

### *Коментар*

Термін «заява» використовується в загальному значенні для позначення будь-яких способів, що використовуються бізнес-структурою для публічного оголошення про свої зобов'язання поважати права людини, відданість ним та свої очікування.

Рівень експертних знань, необхідний для належної підготовки заяви, залежить від складності ділових операцій бізнес-структури. Експертні знання можуть бути отримані з різних джерел, починаючи з авторитетних он-лайн або письмових ресурсів і до консультацій з визнаними експертами.

Заява про відданість зобов'язанням поважати права людини повинна бути загальнодоступною. Її слід активно поширювати серед суб'єктів, з якими бізнес-структура має договірні відносини, а також інших сторін, які безпосередньо пов'язані з її діяльністю; до їх числа можна віднести сили державної безпеки, інвесторів; і в разі діяльності, що створює суттєві ризики для прав людини, - серед зацікавлених сторін, яких ці ризики потенційно можуть торкнутися.

У процесі поширення заяви і обумовлених нею політики та процедур всередині бізнес-структури слід чітко визначити напрями і системи звітності, реалізація яких має підтримуватися проведенням заходів із навчання персоналу, що виконуватиме відповідні бізнесфункції.

Так само, як і держави, що повинні працювати над узгодженням своєї політики, бізнес-структури повинні прагнути до узгодження своїх обов'язків щодо поваги та дотримання прав людини з політиками і процедурами, що регулюють їхню господарську діяльність і ділові відносини в більш широкому контексті. Це повинно включати, наприклад, політики та процедури, що визначають фінансові та інші стимули роботи для персоналу, регулюють практику закупівель, а також лобістську діяльність у випадках, коли виникає загроза для дотримання та поваги прав людини.

Завдяки цим та будь-яким іншим відповідним заходам програмна заява про відданість повазі прав людини має бути органічно засвоєна і впроваджена в роботу всіх, починаючи з найвищого керівництва бізнес-структури і завершуючи всіма його функціональними підрозділами, які в протилежному випадку можуть діяти не будучи обізнаними про права людини або без їх урахування.

## **Належна обачність щодо прав людини**

17.3 метою виявлення, запобігання, пом'якшення наслідків негативного впливу на права людини і подання звітності про те, як бізнес-структури усувають його, їм слід проявляти належну обачність щодо прав людини. Цей процес повинен включати оцінювання фактичного і потенційного впливу на права людини, урахування висновків про результати оцінювання та вжиття заходів на їх основі, відстеження відповідних змін і поширення інформації про те, яким чином усувається вплив.

Прояв належної обачності щодо прав людини характеризується наступним:

а) вона має стосуватися несприятливого впливу на права людини, який може завдавати бізнес-структура або якому вона може сприяти в рамках своєї діяльності, або який може бути безпосередньо пов'язаний з її діяльністю, продукцією чи послугами внаслідок її ділових відносин;

б) вона залежатиме від розмірів бізнес-структури, наявності ризику значного впливу на права людини, а також характеру та умов її діяльності;

в) вона повинна мати постійний характер із урахуванням того, що з часом ризику для прав людини можуть змінюватися в зв'язку із зміною форми діяльності бізнес-структури та умов її ведення.

### *Коментар*

Цей принцип визначає параметри належної обачності щодо прав людини, а у принципах 18-21 докладно розкриті її основні компоненти.

Під ризиками для прав людини розуміється потенційно несприятливий вплив діяльності бізнес-структури на права людини. Потенційний вплив має усуватися шляхом його запобігання або пом'якшення його наслідків, тоді як фактичні наслідки впливу, що вже завдані, повинні бути підставою для відшкодування заподіяної шкоди (принцип 22).

Обачність щодо прав людини може бути інтегрована в більш широкі системи управління ризиками бізнес-структури. Якщо даний принцип виходить за рамки простого виявлення і усунення матеріальних ризиків для самої бізнес-компанії, але буде враховувати і ризику для носіїв прав.



Належна обачність щодо прав людини повинна бути ініційована бізнес-структурами якомога раніше на етапі підготовки до ведення нового виду діяльності або налагодження ділових відносин з урахуванням того, що ризики для прав людини можуть посилюватися або пом'якшуватися вже на стадії підготовки контрактів або інших угод і можуть бути успадковані в процесі злиття або придбання бізнес-структур.

У разі, коли бізнес-структури підтримують відносини з великою кількістю суб'єктів господарювання, задіяних в їхніх ланцюгах поставок, застосування принципу належної обачності щодо прав людини з метою недопущення несприятливого впливу на права людини у рамках відносин із усіма такими суб'єктами може виявитися завданням, яке важко виконати. У цьому випадку бізнес-структурам слід визначити загальні сфери, де ризики несприятливого впливу на права людини є найбільш значними, незалежно від того, чи створюються вони внаслідок умов діяльності деяких постачальників або клієнтів, чи окремими виробничими операціями, продукцією або послугами або іншими відповідними умовами, і визначити пріоритетність цих ризиків з точки зору прояву належної обачності щодо прав людини.

У випадках, коли бізнес-структура сприяє або вважається такою, що сприяє шкідливому впливу на права людини, який здійснюється іншими сторонами, може постати питання про їхню співучасть. Співучасть може розглядатися у цьому випадку як із позаправової точки зору, так і з юридичної. З позаправової точки зору бізнес-структури можуть розцінюватися як «співучасники» дії іншої сторони, коли, наприклад, вони, як видається, отримують вигоду від порушення прав людини, вчиненого цією стороною.

З юридичної точки зору більшість національних юрисдикцій забороняють співучасть у вчиненні злочину, а деякі з них у таких випадках передбачають кримінальну відповідальність бізнес-структур. Як правило, цивільні позови також можуть ґрунтуватися на підозрі щодо участі бізнес-структури в заподіянні шкоди, хоча такі позови не можуть бути розглянуті в контексті прав людини.

Уся судова практика у сфері міжнародного кримінального права свідчить про те, що суть відповідної норми щодо надання допомоги або спонукання полягає в свідомому наданні практичної допомоги або спонуканні, які мали суттєве значення для вчинення злочину.

Прояв належної обачності щодо прав людини має допомогти бізнес-структурам знизити ризик порушення судових позовів проти них шляхом демонстрації того, що вони вжили всіх раціональних заходів, щоб уникнути своєї причетності до передбачуваного порушення прав людини. Разом з тим бізнес-структурам, які проявляють таку належну обачність, не слід вважати, що вона може сама по собі автоматично і в повному обсязі звільнити їх від відповідальності за вчинення або сприяння вчиненню порушень прав людини.

18. Бізнес-структури повинні, з метою оцінки ризиків щодо прав людини, виявляти й оцінювати будь-який фактичний або потенційний несприятливий вплив на права людини, до якого вони можуть бути причетні в результаті своєї діяльності або в результаті своїх ділових відносин. Цей процес повинен:

- a) спиратися на наявні у бізнес-структури експертні знання та / або знання незалежних зовнішніх експертів у сфері прав людини;
- b) включати проведення конструктивних консультацій із потенційно вразливими групами осіб та іншими відповідними зацікавленими сторонами, враховуючи розмір бізнес-структури, характер і умови її діяльності.

#### *Коментар*

Першим етапом у реалізації прояву належної обачності щодо прав людини має стати виявлення та оцінка характеру фактичного і потенційного несприятливого впливу на права людини, до якого бізнес-структура може бути причетна. Мета цього етапу полягає у необхідності зрозуміти конкретний характер впливу на конкретних осіб із урахуванням конкретних умов діяльності. Як правило, це передбачає оцінку становища у сфері прав людини, по можливості, ще допочатку ведення обраного виду діяльності; виявлення категорій осіб, які можуть опинитися під його несприятливим впливом; підготовку переліку відповідних норм і стандартів у сфері прав людини; і прогнозування того, яким чином планований вид діяльності та пов'язані з ним господарські відносини можуть мати несприятливий вплив на права людини виявленого кола осіб. У цьому процесі бізнес-структури повинні приділяти особливу увагу будь-яким конкретним видам впливу на права людини окремих осіб, які належать до певних груп або спільнот, що можуть опинитися у ситуації підвищеного ризику вразливості або маргіналізації, а

також враховувати різні ризики, з якими можуть стикатися жінки та чоловіки.

Хоча процеси оцінки впливу на права людини можуть бути включені в інші процеси, такі як оцінки ризиків або оцінки впливу бізнесу на навколишнє середовище і суспільство, орієнтиром для них повинні служити всі міжнародно визнані права людини, оскільки бізнес-структури можуть потенційно впливати на реалізацію практично будь-яких із цих прав.

З урахуванням динамічності змін ситуації у сфері прав людини, оцінки впливу на права людини слід проводити через регулярні проміжки часу: до початку реалізації нового виду діяльності або 22 налагодження нових бізнес-відносин; до прийняття визначальних рішень або здійснення серйозних змін у своїй діяльності (наприклад, вихід на ринок, початок збуту продукції, зміна стратегії або ще більш широкі зміни у бізнес-діяльності); у відповідь на зміну умов діяльності або в їх очікуванні (наприклад, у зв'язку з посиленням соціальної напруженості); а також періодично протягом циклу певного виду діяльності або ділових відносин.

Для того, аби бізнес-структури могли точно оцінювати свій вплив на права людини, їм слід прагнути зрозуміти заклопотаність потенційно вразливих сторін шляхом проведення з ними прямих консультацій в формі, що враховує мовні та інші можливі бар'єри, що можуть перешкоджати налагодженню ефективної взаємодії. У разі неможливості проведення таких консультацій бізнес-структури повинні розглянути розумні альтернативні підходи, такі, як звернення до авторитетних, незалежних експертних ресурсів, включаючи правозахисні організації та інших представників громадянського суспільства.

Оцінка впливу на права людини дозволяє бізнес-структурам обґрунтувати наступні заходи в процесі реалізації належної обачності щодо права людини.

19.3 метою запобігання і пом'якшення несприятливого впливу на права людини бізнес-структурам слід інтегрувати результати проведених ними оцінок впливу в усі відповідні внутрішні бізнесфункції та процеси і вжити належні заходи.

- а) Для ефективної інтеграції потрібно, щоб:
  - і) і) відповідальність за усунення такого впливу покладалася на відповідний функціональний підрозділ і рівень бізнес-структури;

ii) ii) внутрішні процеси прийняття рішень, видатки з бюджетних коштів і система контролю дозволяти забезпечувати застосування ефективних заходів для реагування на такий вплив.

b) Відповідні заходи будуть залежати від:

i) того, чи бізнес-структура здійснює несприятливий вплив безпосередньо або сприяє його вчиненню; або того, чи обумовлена його участь лише тим, що вплив безпосередньо пов'язаний з його діяльністю, продукцією чи послугами в межах ділових відносин;

ii) ефективності наявних механізмів для усунення несприятливого впливу.

### *Коментар*

Горизонтальна інтеграція конкретних результатів оцінки впливу на права людини в рамках всієї діяльності бізнес-структури може бути ефективною лише в тому випадку, якщо її політика відданості повазі та дотриманню прав людини органічно втілена в усі відповідні функції. Для цього потрібно забезпечити вірне розуміння результатів оцінки, надання їм належного значення, розробку і впровадження заходів на їхній основі.

Оцінюючи вплив на права людини, бізнес-структури повинні брати до уваги як фактичний, так і потенційний несприятливий вплив. Потенційному впливу слід запобігати або пом'якшувати його наслідки шляхом горизонтальної інтеграції результатів оцінки в рамках всієї діяльності бізнес-структури, в той час як фактичний вплив, - тобто вже наявні негативні наслідки, - повинні стати підставою для відшкодування заподіяної шкоди (принцип 22).

У разі, якщо бізнес-структура спричиняє або може спричинити несприятливий вплив на права людини, вона повинна вжити необхідні заходи з метою припинення або запобігання такого впливу.

У разі, коли бізнес-структура сприяє або може сприяти здійсненню несприятливого впливу на права людини, їй слід ужити необхідні заходи для припинення або запобігання своїй співучасті у здійсненні такого впливу, а також максимально використовувати свої важелі впливу для пом'якшення будь-якого наявного впливу. Вважається, що у бізнес-структури існують важелі впливу у випадках, коли вона має можливість змінити протиправну практику суб'єкта господарювання, який заподіює шкоду.

Якщо бізнес-структура не сприяла здійсненню негативного впливу на права людини, але такий вплив все ж безпосередньо

пов'язаний з її діяльністю, продукцією чи послугами через її ділові відносини з іншим суб'єктом господарювання, ситуація є більш складною.

До числа факторів, які будуть враховуватися при вирішенні питання про належні заходи в таких ситуаціях, відносяться наявність у бізнес-структури важелів впливу на відповідний суб'єкт господарювання; питання про те, наскільки важливе значення ці відносини мають для бізнес-структури; серйозність порушення прав людини, а також питання про те, чи буде припинення цих відносин із даним суб'єктом господарювання мати несприятливі наслідки для прав людини.

Чим складніша ситуація та її наслідки для прав людини, тим більш вагомим є аргумент на користь звернення бізнес-структури за незалежною експертною консультацією в процесі прийняття рішення про вжиття відповідних заходів.

Якщо бізнес-структура має в своєму розпорядженні важелі впливу для запобігання або пом'якшення негативного впливу, вона повинна скористатися ними. Якщо ж такі важелі недостатні, можуть існувати способи їх нарощування, наприклад за рахунок зміцнення потенціалу або застосування інших стимулів по відношенню до відповідного суб'єкта господарювання або в рамках співпраці з іншими сторонами.

Трапляються ситуації, коли бізнес-структура не має достатніх важелів для запобігання або пом'якшення несприятливого впливу, і вона не може їх створити або збільшити. У цьому випадку бізнес-структурі слід розглянути питання про припинення ділових відносин, взявши до уваги авторитетні оцінки потенційного несприятливого впливу такого рішення на права людини.

У разі, коли такі відносини є «життєво важливими» для бізнес-структури, їх припинення створює додаткові проблеми. Відносини можуть розцінюватися як життєво важливі, якщо вони дозволяють отримувати продукцію або послугу, вкрай необхідну для діяльності бізнес-структури і для отримання якої немає розумного альтернативного джерела. У зв'язку з цим необхідно враховувати також і тяжкість наслідків несприятливого впливу на права людини: чим більш грубими є порушення, тим оперативніше бізнес-структура повинна домагатися змін, не чекаючи прийняття рішення про доцільність припинення своїх ділових відносин. У будь-якому випадку упродовж усього часу, коли порушення відбувається, а бізнес-

структура зберігає ділові відносини, вона повинна докладати власних зусиль з метою пом'якшення впливу і бути готовою до будь-яких наслідків, - репутаційних, фінансових або юридичних, - обумовлених продовженням цих ділових відносин.

20. Для того, щоб перевірити, чи відбувається усунення наслідків несприятливого впливу на права людини, бізнес-структурам слід відстежувати ефективність вжитих ними заходів. Таке відстеження має:

- a) ґрунтуватися на відповідних якісних і кількісних показниках;
- b) спиратися на інформацію, відгуки з внутрішніх та зовнішніх джерел, включаючи думки зацікавлених сторін.

### *Коментар*

Здійснення відстеження необхідне для бізнес-структури, адже вона має знати, наскільки оптимально реалізується її політика поваги прав людини, чи ефективно вона реагує на виявлений вплив на права людини, а також для забезпечення безперервного покращення ситуації.

Бізнес-структурам слід докладати особливі зусилля для відстеження ефективності їхніх заходів реагування на вплив, завданий окремим особам, які відносяться до груп або категорій населення, які можуть піддаватися підвищеному ризику уразливості або маргіналізації.

Процедуру відстеження слід інтегрувати у відповідні внутрішні процедури звітності. Водночас, бізнес-структури можуть використовувати інструменти, які застосовуються ними для досягнення інших цілей. В якості таких інструментів можуть використовуватися умови виконання контрактів та аналіз їх текстів, а також дослідження та аудити, в ході яких за необхідності використовуються дані у гендерному аспекті. Механізми операційного розгляду скарг також могли б стати важливими джерелами інформації від безпосередньо зацікавлених сторін щодо ефективності процедур забезпечення належної обачності щодо прав людини в ході господарської діяльності (див. Принцип 29).

21. Звітування бізнес-структур щодо того, яким чином вони усунули свій негативний вплив на права людини, передбачає їх готовність поширювати таку інформацію за межами самих бізнес-структур, особливо в тих випадках, коли сторони, інтереси яких

зачеплено, або особи, які діють від їхнього імені, висловлюють занепокоєння з цих причин. Бізнес-структури, діяльність або умови діяльності яких створюють ризики значного негативного впливу на права людини, повинні офіційно звітувати про те, яким чином вони усувають його наслідки. В будь-якому випадку їхні повідомлення повинні:

а) мати таку форму та подаватися з такою періодичністю, які відповідають впливу бізнес-структури на права людини, і повинні бути доступними для цільових аудиторій/зацікавлених сторін;

б) містити інформацію, що є достатньою для оцінки адекватності заходів реагування бізнес-структури у відповідь на конкретний вплив на права людини;

с) не створювати додаткових ризиків для зацікавлених сторін, персоналу або щодо дотримання законних вимог стосовно конфіденційності комерційної інформації.

### *Коментар*

Відповідальність поважати права людини передбачає запровадження бізнес-структурами політики та процедур, за допомогою яких вони можуть, з одного боку, отримувати інформацію, а з іншого - демонструвати, що вони поважають права людини на практиці. Таке демонстрування передбачає комунікацію, яка відбувається на основі транспарентності та підзвітності перед окремими особами або групами осіб, які можуть зазнавати негативного впливу, а також серед інших відповідних зацікавлених сторін, включаючи інвесторів.

Комунікація може мати різні форми, включаючи особисті зустрічі, он-лайнві діалоги, консультації із зацікавленими сторонами, а також офіційні публічні звіти. В даний час змінюється і сама офіційна звітність, оскільки традиційні річні звіти та звіти про корпоративну відповідальність/стійкість доповнюються інформацією, що оновлюється он-лайн, та комплексними фінансовими та нефінансовими звітами.

Вимога щодо офіційної звітності бізнес-структур є необхідною за наявності ризиків значного негативного впливу на права людини незалежно від того, чи викликаний він характером або умовами їхньої діяльності. Звіт має охоплювати питання та наводити показники, що стосуються того, яким чином бізнес-структура виявляє несприятливий вплив на права людини та забезпечує усунення його

наслідків. Незалежна перевірка звітів щодо поваги та дотримання прав людини може вигідним чином покращити їх зміст та зміцнити довіру до них. Корисним джерелом додаткової інформації можуть стати галузеві показники.

### ***Відшкодування шкоди***

22. У випадках, коли бізнес-структури встановлюють, що вони завдали негативного впливу на права людини або сприяли його вчиненню, вони повинні в рамках правових процедур відшкодувати заподіяну шкоду або співпрацювати з метою її відшкодування.

#### *Коментар*

Навіть за наявності оптимальної політики та практики бізнес-структура може завдавати або сприяти вчиненню негативного впливу на права людини, який вона не могла передбачити або якому не могла запобігти.

У випадках, коли бізнес-структура встановлює факт виникнення такої ситуації або в рамках її процедури належної обачності щодо прав людини, або іншими способами, її відповідальність поважати права людини передбачає активну участь у процесі відшкодування шкоди, що може провадитися як самостійно, так і в співробітництві з іншими сторонами. Механізми розгляду скарг на операційному рівні, доступні для сторін, на яких потенційно може поширитися негативний вплив внаслідок здійсненої господарської діяльності, можуть стати одним із ефективних способів сприяння відшкодуванню шкоди, якщо вони відповідають певним ключовим критеріям, викладеним в принципі 31.

У разі несприятливого впливу, який не був викликаний діяльністю бізнес-структури або якому вона не сприяє, але який безпосередньо пов'язаний з її діяльністю, продукцією або послугами внаслідок її ділових відносин, принцип відповідальності щодо поваги та дотримання прав людини не вимагає від цієї бізнес-структури відшкодувати шкоду за власний кошт, хоча вона може взяти на себе таку роль.

Деякі ситуації, зокрема такі, що пов'язані з підозрою щодо вчинення злочинів, як правило, вимагають того, щоб були задіяні судові механізми.

Додаткові рекомендації щодо механізмів, за допомогою яких можна досягти відшкодування шкоди, в тому числі у випадках, коли



звинувачення у вчиненні негативного впливу на права людини заперечуються, містяться в Главі III, присвяченій доступу до засобів захисту прав.

### ***Питання умов діяльності***

23. За будь-яких умов бізнес-структури повинні:

- a) виконувати всі діючі закони і поважати міжнародно визнані права людини незалежно від місця, де вони ведуть свою діяльність;
- b) знаходити способи забезпечувати дотримання принципів міжнародно визнаних прав людини у випадках, коли вони стикаються з суперечливими вимогами;
- c) ставитися до ризику здійснення або сприяння здійсненню грубих порушень прав людини як до питання дотримання правових норм незалежно від місця, де вони ведуть свою діяльність.

### ***Коментар***

Хоча певні країни та місцеві умови можуть підвищувати ризики для прав людини, що обумовлені діяльністю бізнес-структури та її діловими відносинами, всі бізнес-структури несуть однакову відповідальність щодо поваги та дотримання прав людини незалежно від місця ведення їхньої діяльності. У випадках, коли становище в країні не дозволяє виконувати цей обов'язок повною мірою, очікується, що бізнес-структури за таких обставин будуть дотримуватися засад міжнародно визнаних прав людини в максимально можливому обсязі та зможуть продемонструвати свої зусилля, які вони вживають з цією метою.

Певні умови діяльності, наприклад, такі, як знаходження в зачеплених конфліктом регіонах, можуть підвищувати ризик того, що бізнес-структури можуть ставати співучасниками грубих порушень прав людини, які були вчинені іншими суб'єктами (наприклад, силами безпеки). Бізнес-структури повинні добросовісно оцінювати такі ризики з точки зору дотримання норм права, враховуючи розширення меж потенційної юридичної відповідальності бізнес-структур, що пов'язано з принципом екс-територіальної юрисдикції щодо цивільних позовів, а також з дією положень Римського статуту Міжнародного кримінального суду в юрисдикціях, де встановлено кримінальну відповідальність для юридичних осіб. Окрім того, керівники бізнес-структур верхньої і середньої ланки, а також їх рядові співробітники можуть нести індивідуальну кримінальну

відповідальність за дії, що становлять грубі порушення прав людини.

У таких складних умовах бізнес-структури повинні робити все можливе, щоб не погіршувати обстановку. У виборі найбільш ефективних заходів реагування у багатьох випадках було б доцільно спиратися не лише на експертні знання та проведення консультацій з різними службами бізнес-структури, але й звертатися за консультаціями до зовнішніх авторитетних, незалежних експертів, у тому числі до експертів із урядів, громадянського суспільства, національних установ із захисту прав людини і відповідних багатосторонніх механізмів.

24. У випадках, коли необхідно визначити пріоритетність дій щодо усунення наслідків фактичного і потенційного несприятливого впливу на права людини, бізнес-структурам слід, передусім, прагнути до запобігання і пом'якшення найбільш серйозних наслідків або вживати заходи з урахуванням того, що запізніле реагування зробить такий вплив незворотнім.

#### *Коментар*

Хоча бізнес-структури повинні усувати всі види наслідків спричиненого ними негативного впливу, одночасне усунення таких наслідків не завжди можливо. За відсутності конкретних правових рекомендацій і за необхідності визначити пріоритетність дій, бізнес-структури повинні починати з тих форм впливу на права людини, які є найбільш небезпечними, виходячи з того, що запізніле реагування може негативно позначитися на можливостях виправлення становища. У цьому контексті тяжкість наслідків не є абсолютним критерієм; вона визначається з урахуванням інших впливів на права людини, виявлених бізнес-структурами.

## **Глава III. ДОСТУП ДО ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ПРАВ**

### **A. Основоположний принцип**

25. У межах свого обов'язку захищати від пов'язаних із господарською діяльністю порушень прав людини, держави за допомогою судових, адміністративних, законодавчих чи інших відповідних засобів повинні вживати належних заходів для забезпечення того, щоб у випадках, коли такі порушення відбуваються на їх території та / або в межах їхньої юрисдикції, особи, права яких

порушені, отримували доступ до ефективних засобів захисту їх прав.

### *Коментар*

Якщо держави не будуть вживати належних заходів для розслідування, покарання винних і відшкодування шкоди за порушення прав людини, пов'язаних із господарською діяльністю, обов'язок держав щодо забезпечення захисту виявиться неефективним або зовсім втратить свій сенс.

Доступ до ефективних засобів захисту прав має свої процедурні та матеріально-правові аспекти. Засоби захисту прав, що надаються в рамках механізмів розгляду скарг, про які йдеться в цій Главі, можуть набувати різні матеріально-правові форми, метою яких, кажучи в цілому, буде відшкодування заподіяної правам людини шкоди або поновлення стану, що існував до порушення. Засоби захисту прав можуть включати принесення вибачення, реституцію, реабілітацію, фінансову або нефінансову компенсацію і застосування санкцій (кримінальних або адміністративних, наприклад, у формі штрафів), а також недопущення вчинення нової шкоди, наприклад, за допомогою судових заборон або гарантій неповторення. Процедури забезпечення засобів захисту прав повинні бути неупередженими, захищеними від корупції і спроб політичних чи інших сил вплинути на результати.

Для цілей цих Керівних принципів «скарга» розуміється як заява про допущену несправедливість, яка суб'єктивно сприймається з точки зору уявлень окремої особи або групи осіб про їхнє право, в основі якої може лежати закон, контракт, прямо або непрямо висловлена обіцянка, звичайна практика або загальні уявлення спільноти, чії права порушені, про справедливість.

Термін «механізм розгляду скарг» означає будь-яку організовану судову або позасудову процедуру, що здійснюється державним або недержавним органом, у рамках якої можуть бути подані скарги на пов'язані з господарською діяльністю порушення прав людини та запит щодо захисту прав.

Державні механізми розгляду скарг можуть належати до компетенції державного відомства, установи або незалежного органу, що має надані законом або Конституцією повноваження. Вони можуть бути судовими або позасудовими. Деякими механізмами передбачено, що особи, права яких порушені, безпосередньо звертаються з проханням про надання захисту їхніх прав; в інших

механізмах - посередник звертається з проханням про захист прав від імені сторін. Прикладами можуть слугувати суди (як у кримінальних, так і цивільних справах), суди у трудових спорах, національні установи із захисту прав людини, національні координаційні механізми, що діють в рамках Настанов (керівних принципів) для багатонаціональних підприємств Організації економічного співробітництва і розвитку, численні установи омбудсменів, а також державні служби з розгляду скарг.

Забезпечення доступу до засобів захисту прав у разі порушень прав людини внаслідок господарської діяльності також обумовлює необхідність сприяння з боку держави у справі підвищення інформованості громадськості і розуміння нею цих механізмів, способів отримання доступу до них і надання будь-якої підтримки з цією метою (фінансової або експертної).

Державні судові і позасудові механізми розгляду скарг повинні створювати основу для більш широкої системи захисту прав. У рамках такої системи механізми розгляду скарг на операційному рівні можуть забезпечити можливість подачі скарги і вирішення спору на ранньому етапі. Державні механізми і механізми, що діють на операційному рівні, в свою чергу можуть бути доповнені або посилені за допомогою заходів захисту, сформованих у рамках спільних ініціатив, а також заходів міжнародних і регіональних правозахисних механізмів. Додаткові вказівки щодо цих механізмів наводяться в Керівних принципах 26-31.

## **В. Принципи діяльності**

### ***Державні судові механізми***

26. При усуненні порушень прав людини у сфері бізнесу держави повинні вживати належних заходів для забезпечення ефективності національних судових механізмів, у тому числі за рахунок знаходження способів усунення правових, практичних та інших відповідних бар'єрів, які могли б спричинити відмову в доступі до засобів правового захисту.

#### *Коментар*

Ефективні судові механізми є основою для забезпечення доступу до засобів правового захисту. Їх здатність усувати порушення прав людини, пов'язані з господарською діяльністю, залежить від їх

неупередженості, чесності та можливостей забезпечувати належний судовий розгляд.

Держави повинні вживати заходів для недопущення виникнення бар'єрів, що перешкоджають поданню до суду законних скарг у випадках, коли звернення до суду є основним елементом отримання доступу до засобу правового захисту або коли альтернативні засоби ефективного захисту прав відсутні. Їм також слід забезпечувати, щоб правосуддю в рамках судового процесу не перешкоджала корупція, щоб суди не залежали від економічного чи політичного тиску з боку інших державних агентів, а також суб'єктів господарської діяльності та щоб не створювалися перешкоди для законної та мирної діяльності правозахисників.

Правові бар'єри, що перешкоджають розгляду законних скарг на пов'язане з господарською діяльністю порушення прав людини, можуть, наприклад, виникати у випадках, коли:

- спосіб розподілу правової відповідальності між членами корпоративної групи відповідно до національного кримінального і цивільного законодавства дозволяє ухилятися від виконання принципу належної підконтрольності;

- позивачі стикаються з відмовою в правосудді в державі, де відбулося порушення прав людини, і не можуть отримати доступ до судів держави походження незалежно від предмету позову;

- деякі групи осіб, такі як корінні народи і мігранти, виключаються з системи правового захисту їхніх прав людини, якою користується решта населення.

Практичні і процедурні бар'єри, що перешкоджають доступу до судових засобів правового захисту, можуть, зокрема, виникати у випадках, коли:

- витрати, пов'язані з подачею позову набагато перевищують встановлену величину, яка слугує стримуючим фактором від подачі необґрунтованих позовів, та / або не можуть бути знижені до розумних рівнів за допомогою підтримки уряду, «ринкових» механізмів (наприклад, страхування витрат судового розгляду і безоплатна правова допомога) або інших засобів;

- позивачі стикаються з труднощами в справі отримання законного представника через відсутність матеріальних ресурсів або інших стимулів для залучення юристів із метою отримання консультацій щодо конкретної проблеми;

- відсутні належні можливості для об'єднання позовів або проведення судових розглядів за участю представників (наприклад, для подачі об'єднаних позовів або інших процедур подачі колективних позовів), що перешкоджає доступу окремих позивачів до ефективних засобів захисту;

- державні обвинувачі не мають достатніх ресурсів, експертних знань і підтримки для реалізації обов'язку держави щодо розслідування участі окремих осіб і бізнес-структур у злочинах, які зачіпають права людини.

Багато з цих бар'єрів виникають або посилюються в результаті нерівності можливостей сторін процесу, що нерідко має місце під час розгляду позовів щодо порушень прав людини у сфері бізнесу, наприклад нерівності із точки зору їхніх фінансових ресурсів, доступу до інформації та експертних знань. Окрім того, внаслідок активної дискримінації або ненавмисних наслідків організації роботи судових механізмів окремі особи з груп або категорій населення, які можуть піддаватися підвищеному ризику вразливості або маргіналізації, часто стикаються з додатковими культурними, соціальними, матеріальними та фінансовими перешкодами в аспекті доступу до цих механізмів, їх використання і захисту з їх боку. Слід приділяти особливу увагу правам і конкретним потребам таких груп або категорій населення на кожному етапі процесу правового захисту, що стосується доступу, судового розгляду і винесення остаточного рішення.

### ***Державні позасудові механізми розгляду скарг***

27. Поряд із судовими механізмами держави повинні забезпечувати ефективні і належні позасудові механізми розгляду скарг, які є частиною загальної державної системи захисту прав у разі порушень прав людини у сфері бізнесу.

#### *Коментар*

Адміністративні, законодавчі та інші позасудові механізми відіграють найважливішу роль із точки зору доповнення та розширення судових механізмів. Навіть там, де судові системи є ефективними і добре забезпечені ресурсами, вони не можуть нести на собі весь тягар, пов'язаний з розглядом усіх можливих порушень; судові засоби захисту потрібні не у всіх випадках; окрім того, не завжди всі позивачі віддають їм перевагу.

Прогалини в забезпеченні засобів захисту прав у разі вчинення

порушень прав людини у сфері бізнесу могли б, за необхідності, бути ліквідовані шляхом розширення мандатів існуючих позасудових механізмів і/або шляхом створення нових механізмів. Такі механізми могли б бути засновані на посередництві, мати форму третейського суду або бути реалізовані в рамках інших процесів, прийнятних із культурної точки зору і сумісних із правозахисними принципами, або в будь-якій формі поєднувати ці підходи з урахуванням поставлених питань, будь-якого публічного інтересу і можливих потреб сторін. Для забезпечення їхньої ефективності необхідно, щоб вони відповідали критеріям, викладеним в принципі 31.

У зв'язку з цим особливу роль повинні відігравати національні установи із захисту прав людини. Як і у випадку з судовими механізмами, держави повинні вивчити способи усунення будь-якої нерівності сторін, що беруть участь у процесі з розгляду позовів щодо порушення прав людини у сфері бізнесу, і будь-яких інших додаткових бар'єрів на шляху отримання доступу, з якими стикаються окремі особи з груп або категорій населення, які можуть зазнавати підвищений ризик вразливості або маргіналізації.

### ***Недержавні механізми розгляду скарг***

28. Держави повинні розглянути можливість сприяння доступу до ефективних недержавних механізмів розгляду скарг, які стосуються відшкодування шкоди, заподіяної внаслідок порушень прав людини в сфері бізнесу.

#### *Коментар*

Одним із видів недержавних механізмів розгляду скарг є механізми, що створюються бізнес-структурами самостійно або у співпраці з зацікавленими сторонами, асоціаціями, що об'єднують підприємства галузі, або з групами різних зацікавлених сторін. Ці механізми мають позасудовий характер, але можуть набувати форму третейського суду, дотримуватися підходу, що заснований на діалозі, або відбуватися в руслі процесів, прийнятних із культурної точки зору і сумісних з правами людини. Особливі переваги таких механізмів полягають в оперативності доступу і наданні засобів захисту прав, невисоких витратах і/або транснаціональному охопленні.

Іншим видом подібних механізмів є регіональні і міжнародні правозахисні органи, які найчастіше опікуються питаннями порушень державами їхніх зобов'язань у сфері поваги та дотримання прав

людини. Разом з тим, деякі з них займаються також і питаннями недотримання державами зобов'язань щодо забезпечення захисту від порушень прав людини з боку бізнес-структур.

Держави можуть відігравати позитивну роль у підвищенні поінформованості про такі можливості або іншими способами сприяти доступу до їх використання поряд з механізмами, що забезпечуються самими державами.

29. З метою вчасного розгляду скарг та здійснення прямого відшкодування шкоди бізнес-структури повинні запровадити в інтересах окремих осіб і спільнот, які можуть зазнати негативного впливу внаслідок господарської діяльності, ефективні механізми розгляду скарг на операційному рівні або брати участь у роботі таких механізмів.

#### *Коментар*

Окремі особи і спільноти, які можуть постраждати від негативного впливу з боку бізнес-структури, повинні мати безпосередній доступ до механізмів розгляду скарг на операційному рівні.

Як правило, ці механізми забезпечуються бізнес-структурами самостійно або у співпраці з іншими сторонами, включаючи відповідні зацікавлені сторони. Крім того, доступ до них може надаватися після звернення до взаємоприйнятеного зовнішнього експерта або органу. Для доступу до цих механізмів не потрібно, аби особа, яка звертається зі скаргою, спочатку використовувала інші засоби захисту. Ці механізми можуть ієредбачати можливість безпосередньо звертатися до бізнес-структури задля проведення оцінки відповідних ситуацій і відшкодування будь-якої шкоди.

Механізми розгляду скарг на операційному рівні виконують дві основні функції, що стосуються відповідальності бізнес-структур поважати права людини:

- по-перше, вони забезпечують виявлення випадків негативного впливу на права людини в рамках поточної діяльності бізнес-структури з точки зору реалізації принципу належної обачності щодо прав людини. З цією метою вони надають сторонам, які зазнають безпосередній вплив діяльності бізнес-структури, можливість заявити про своє занепокоєння у випадках, коли вони вважають, що на них чиниться або буде здійснено негативний вплив.



Окрім того, шляхом аналізу тенденцій і характерних особливостей скарг бізнес-структури можуть виявляти системні проблеми та відповідним чином адаптувати свою практику;

- по-друге, ці механізми після з'ясування суті скарг дозволяють розглядати їх і відшкодовувати шкоду, спричинену негативним впливом з боку бізнесу, вже на ранньому етапі безпосередньо самою бізнес-структурою і таким чином не допускати посилення заподіяної шкоди і зростання потоку скарг.

Такі механізми не вимагають, щоб претензія або скарга подавалася стосовно порушення прав людини, лише тоді, коли воно станеться; їх конкретна мета - виявити будь-які законні претензії сторін, які можуть піддатися впливу негативних наслідків. Якщо такі претензії не виявляються і не усуваються, з часом вони можуть стати причиною серйозних конфліктів і порушень прав людини.

Для практичної ефективності механізмів розгляду скарг на операційному рівні вони повинні відповідати певним критеріям (принцип 31). Для дотримання цих критеріїв механізми розгляду скарг можуть набувати різних форм залежно від потреб, обумовлених масштабом, ресурсами, галузевими, культурними та іншими параметрами.

Механізми розгляду скарг на операційному рівні можуть стати важливим додатковим аспектом більш широкої взаємодії зацікавлених сторін та процесів колективних переговорів, але не можуть замінити жодного з них. Їх не слід використовувати з метою підризу ролі законних профспілок у вирішенні трудових спорів, а також для закриття доступу до судових або інших позасудових механізмів розгляду скарг.

30. Галузеві, багатосторонні та інші спільні ініціативи, засновані на повазі та дотриманні норм у сфері прав людини, повинні передбачати наявність ефективних механізмів розгляду скарг.

### *Коментар*

Стандарти, що стосуються прав людини, все більше отримують відображення у зобов'язаннях, які беруть на себе галузеві бізнес-структури, багатосторонні та інші спільні ініціативи, шляхом їх включення до кодексів поведінки, стандартів діяльності, глобальних рамкових угод між профспілками і багатонаціональними корпораціями, а також до аналогічних програмних документів. Такі

спільні ініціативи повинні забезпечувати наявність ефективних механізмів, у рамках яких сторони або їх законні представники можуть заявляти про своє занепокоєння в разі, коли, на їхню думку, відповідні зобов'язання не були виконані. Легітимність таких ініціатив може опинитися під загрозою, якщо вони не створюють таких механізмів.

Ці механізми могли б формуватися як в індивідуальному, так і колективному порядку в рамках відповідної ініціативи. Ці механізми повинні забезпечувати підзвітність і можливість для відшкодування шкоди, заподіяної бізнес-структурами внаслідок негативного впливу їх діяльності на права людини.

### ***Критерії ефективності позасудових механізмів розгляду скарг***

31.3 метою забезпечення ефективності державних і недержавних позасудових механізмів розгляду скарг слід гарантувати:

а) легітимність: забезпечення довіри з боку груп зацікавлених сторін, для яких призначені ці механізми, їх підзвітність з точки зору справедливості процесів розгляду скарг;

б) доступність: забезпечення поінформованості всіх груп зацікавлених сторін, для яких призначені ці механізми, і надання належної допомоги сторонам, доступу яких перешкоджають бар'єри особливого характеру;

в) передбачуваність: забезпечення чіткої та зрозумілої процедури із зазначенням орієнтовних термінів проходження кожного етапу, а також ясності щодо наявних типів процесу, результатів і способів контролю за виконанням рішень;

г) справедливість: прагнення забезпечити, аби постраждалі сторони мали належний доступ до джерел інформації, консультацій і експертних знань, необхідних для участі в процесі подачі скарги на основі принципів справедливості, поінформованості та поваги;

д) прозорість/прозорість: інформування сторін процесу розгляду скарги про його хід, і надання достатньої інформації про дію механізму з метою зміцнення довіри до його ефективності і відповідності будь-яким публічним інтересам;

е) відповідність нормам в сфері прав людини: забезпечення відповідності результатів і засобів захисту прав міжнародно визнаним

правам людини;

г) джерело безперервного навчання: аналіз відповідних заходів із метою формування висновків, необхідних для вдосконалення механізму та запобігання майбутнім скаргам і заподіяння шкоди в майбутньому;

Механізми на операційному рівні також мають бути:

h) засновані на взаємодії і діалозі: проведення консультацій із групами зацікавлених сторін, для яких призначені ці механізми, з питань їх створення та ефективності їх функціонування, а також приділення уваги діалогу як способу розгляду скарг і прийняття рішень щодо них.

### *Коментар*

Механізм розгляду скарг може відповідати своїй меті лише в тому випадку, якщо особи, для яких він призначений, знають про нього, довіряють йому і можуть використовувати його. Ці критерії встановлюють контрольні параметри для створення, перегляду або 37 оцінки позасудового механізму розгляду скарг, з тим щоб забезпечити його ефективне функціонування на практиці. Погано розроблені або погано працюючі механізми розгляду скарг можуть посилювати незадоволеність сторін, створюючи у них ще міцніше відчуття власного безсилля і неповаги до них.

Перші сім критеріїв можуть бути застосовані до будь-яких державних і недержавних третейських або заснованих на діалозі механізмів. Восьмий критерій притаманний механізмам на операційному рівні, функціонуванню яких сприяє бізнес-структура.

Термін «механізм розгляду скарг» у цьому документі застосовується в техніко-юридичному сенсі. Сам цей термін при його застосуванні до конкретного механізму не завжди може бути правильним або доречним, але критерії ефективності у всіх випадках залишаються незмінними.

Коментар щодо конкретних критеріїв є наступним:

a) зацікавлені сторони, для яких призначений механізм, повинні довіряти йому, якщо вони вирішили його використовувати. Забезпечення того, щоб сторони процесу розгляду скарги не могли втручатися в його справедливе ведення, є одним з найбільш важливих факторів зміцнення довіри зацікавлених сторін;

b) перешкодами для доступу можуть бути недостатня

інформованість про механізм, мова, недостатній рівень грамотності, обсяг витрат, місце розташування або побоювання зазнати репресій;

с) для забезпечення довіри до механізму і його затребуваності слід поширювати загальнодоступну інформацію про пропонувані ним процедури. По можливості, слід дотримуватися строків, що відводяться для кожного етапу, при цьому в деяких випадках може знадобитися застосування більш гнучкого підходу;

д) за наявності скарг або суперечок між бізнес-структурами та сторонами, що зазнали шкоди, останні нерідко мають у своєму розпорядженні значно менші можливості для доступу до інформації або до експертних ресурсів і часто не мають матеріальних ресурсів для їх оплати. У випадках, коли така нерівність не усувається, знижуються шанси на проведення справедливого процесу і його сприйняття як такого, а також виникають складності у пошуку довготривалих рішень;

е) регулярний обмін інформацією зі сторонами про хід розгляду індивідуальних скарг може мати суттєве значення для збереження довіри до процесу. Забезпечення транспарентності/прозорості дії цього механізму, що виявляється в інформуванні якомога більшого числа зацікавлених сторін про статистичні дані, приклади накопиченого досвіду і більш докладної інформації про розгляд певних випадків, може мати важливе значення для підтвердження його легітимності та підтримки широкої довіри до нього. У той же час, за необхідності, слід забезпечувати конфіденційність діалогу між сторонами, а також в питаннях, що стосуються особистої інформації його окремих учасників;

ф) нерідко скарги не формулюються з точки зору правозахисту, і в багатьох із них спочатку не будуть зачіпатися питання прав людини. Незважаючи на це, коли результати розгляду мають значення для захисту прав людини, слід забезпечувати, щоб рішення приймалися з урахуванням міжнародно визнаних прав людини;

г) регулярний аналіз періодичності, характеру і причин скарг може дозволити установі, що керує механізмом, виявляти і коригувати програми/політики, процедури або практику, які необхідно змінювати з метою запобігання заподіянню шкоди в майбутньому;

h) взаємодія з групами зацікавлених сторін з питань розробки та забезпечення результативності роботи механізму розгляду скарг на операційному рівні може сприяти задоволенню потреб цих груп, його використанню цими групами на практиці і виникненню

загальної зацікавленості в успішній роботі механізму. Оскільки бізнес-структура не може легітимним чином одночасно бути об'єктом скарг і в односторонньому порядку приймати рішення з приводу їхнього розгляду, основне завдання цих механізмів має полягати в досягненні узгоджених рішень шляхом діалогу. Якщо необхідне рішення третейського суду, таке рішення повинно прийматися легітимним, незалежним третейським механізмом.

Наукове видання

**Соціально відповідальне ведення бізнесу –  
складова сталого розвитку**

*Збірник матеріалів  
за результатами Всеукраїнського конкурсу наукових робіт  
здобувачів вищої освіти та молодих вчених  
з нагоди 30-ї річниці Незалежності України*

За загальною редакцією В.А. Устименка,  
директора Державної установи «Інститут економіко-правових  
досліджень імені В.К. Макутова Національної академії наук України»,  
члена-кореспондента НАН України, члена-кореспондента НАПрН  
України, доктора юридичних наук, професора, Заслуженого юриста  
України

Редактор – упорядник: Санченко А.Є.

Упорядники:

Сошников А.О.

Токунова А.В.

Комп'ютерна верстка: Сорока Л.О.

Підписано до друку 14.07.2022. Формат 60x90 1/16

Папір офсетний. Друк офсетний.

Обл.-вид. арк. 12,4. Тираж 200 прим. Зам. 452.

Видавництво ТОВ «Компанія ВАІТЕ»

01042, м. Київ, вул. Саперне поле, 26, к. 27.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів  
видавничої справи серія ДК № 2570 від 27.07.2006 р.



