

ПОЛІТИКО-СОЦІАЛЬНІ ОБСТАВИНИ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ ВІДПОВІДАЛЬНОГО КОРПОРАТИВНОГО ГРОМАДЯНСТВА

Дубняк М.О.

Львівський державний університет внутрішніх справ

Досліджено політичні та соціальні обставини становлення концепції корпоративного громадянства та корпоративної соціальної відповідальності в ЄС. Обґрунтовано співвимірність концепцій з окремими моделями демократії. Окреслено шляхи практичної реалізації концепцій в Україні.

Ключові слова: корпоративне громадянство, громадянське суспільство, демократія, соціальна відповідальність бізнесу.

Перспективи інтеграції України в систему європейських політико-економічних зв'язків перебувають у прямій залежності від здатності нашої держави продемонструвати свою прихильність до основних цінностей європейської цивілізації. Серед низки основних цінностей до речко виокремити корпоративне громадянство та соціальну відповідальність бізнесу. Корпоративне громадянство як певний концептуальний підхід описує стратегію взаємодії бізнесу з суспільством, яка забезпечує взаємний ефективний та сталий розвиток. В основі цього підходу лежить питання про соціальну та політичну суб'єктність корпорації, яка поряд з економічними цілями робить стратегічний вибір на користь суспільного блага – розвитку людського капіталу і підтримки середовища проживання. Транснаціональна корпорація (ТНК) виступає вагомими суб'єктом світової політики. В цьому сенсі корпоративне громадянство також визначає поле і пріоритети корпоративної участі у вирішенні глобальних проблем. Будучи учасниками мережевої взаємодії з численними зацікавленими акторами, ТНК можуть вибудовувати політичні спільноти для вирішення проблем глобального розвитку. Причому робити це більш гнучко і результативно, ніж міжнародні бюрократичні структури або національні держави. Крім корпорацій як виразників специфічних колективних інтересів визначальну роль в системі корпоративного громадянства відіграють державні структури, неурядові організації та інші суб'єкти світової політики.

Сьогодні в Україні, з метою посилення євроінтеграційних політико-економічних процесів, необхідна інституціоналізація діалогу в системі відносин «бізнес – держава – недержавні організації». Питання про організацію взаємодії між суб'єктами в системі європейських економічних зв'язків – це феномен не тільки соціально-економічних відносин, а й відносин політичних. Держава, з її системою управління набуває нової якості, де одностороннє управління має щобільше змінюватися на взаємодію з групами різних економічних інтересів. Одночасно має розширюватися й поле публічної політики, яка вже не асоціюється лише з політикою держави, а віднаходить широкий багатосторонній характер. Зростає також значення мережевого підходу в справі модернізації політичних і громадських структур.

Проблематика відповідального корпоративного громадянства за останні роки широко досліджувалася вітчизняними та зарубіжними науковцями. До суспільно-економічного контексту виникнення концепції корпоративного громадянства звертався Е. Вігода [5]. Політолог Н. Палас побіжно окреслила місце корпоративного громадянства в контексті транснаціональної моделі демократії та її впливу на процеси глобального врядування в умовах сучасного світу [3]. Інші дослідники обґрунтували, що корпоративне громадянство є невід'ємним елементом стратегії стійкого розвитку (В. Кириліна [2], С. Перегудов і І. Семененко [4]). Дослідження особливостей моделі корпоративного громадянства здійснювали Ю. Бегма, О. Вінніков, В. Воробей, П.Калита, О. Редько, О. Силенко, М. Стародубська та ін., які вказали на існуючі проблеми укладання «громадського договору» між корпорацією і соціумом. Відтак існує необхідність звернутися до політологічних аспектів проблематики становлення корпоративного громадянства в час інтенсифікації євроінтеграційних процесів в Україні.

Метою розвідки є розгляд особливостей становлення концепції корпоративного громадянства як важливого чинника активізації розбудови українського громадянського суспільства та демократії в умовах євроінтеграції.

Концепція «корпоративного громадянства» зародилася на початку ХХІ століття. Вперше концепція була артикульована в Канаді на конгресі міжнародної асоціації політичних наук у 2000 році. Концепція оперта на моделі багатовимірності громадянства («multi-dimensional model of citizenship») і центрована на формуванні громадянина, що прагне до конструктивної суспільної активності. Науковцями аналізувалося різні виміри громадянства – мікро-, міди-, макро- і метагромадянство [5, с. 17]. Перший вимір (micro) визначався як громадянство на робочому місці, другий вимір (midi) – як групова громадянська активність у процесі прийняття рішення у виробничому процесі й на місцевому рівні; третій вимір (macro) – як альтруїстична активність на рівні громад і держави та четвертий вимір (meta) – як активність на рівні суспільства.

Крім суспільного виміру, концепція корпоративного громадянства має також політичний вимір. Він визначає входження корпорації в систем-

ну взаємодію з іншими соціальними й політичними інститутами. Низка конфліктів громадян, міжнародних організацій з транснаціональними корпораціями, змусила керівництво ООН замислитися над необхідністю екстрених заходів з поліпшення іміджу окремих корпорацій. У 1999 р. Генеральний секретар ООН К. Аннан озвучив положення «Глобального договору» у своєму виступі на Всесвітньому економічному форумі. Відтак керівникам бізнесових кіл було запропоновано приєднатися до міжнародної ініціативи – «Глобального договору», – щоб об'єднати зусилля установ ООН, корпорацій, громадянського суспільства з реалізації універсальних соціальних та екологічних принципів (дотримання прав людини, право на справедливо оплачувану працю, збереження довкілля, боротьба з корупцією тощо). Для підтримки дії договору передбачалося створення світових та національних мережевих структур, проведення регіональних нарад (політичних діалогів), навчання та участь у партнерських проектах. Договір об'єднує декілька тисяч компаній з понад ста країн світу, є найбільшою добровільною ініціативою. Активними в підписанні цього договору стали й українські бізнес-структури – 93 компанії (корпорації) приєдналися до ініціативи. Це означає, що лише кожна третя корпорація в Україні долучилася до договору. Відтак виникає необхідність державного та громадського ініціювання створення та прийняття національного стандарту системи управління соціальною відповідальністю в Україні. Його упровадження надасть можливість національним підприємствам ефективніше використовувати політику соціальної відповідальності в покращанні інвестиційної привабливості.

У найбільш загальному плані корпоративне громадянство – це стратегія соціальної діяльності великих корпорацій на підвищення власної репутації як відповідального громадянина, повноправного учасника взаємодії з суспільством з метою забезпечення ефективного та сталого розвитку Глобальний договір просуває концепцію відповідального корпоративного громадянства. Тут громадянство береться як участь, а не як підданство. Бути громадянином означає бути членом певного політичного співтовариства, відтак мати право на участь у його житті. Зрозуміло, що це неможливо, якщо учасникам не гарантований захист від владного свавілля. Звідси виникають базові права або «свободи», асоційовані з громадянством: недоторканність життя і власності, свобода слова, свобода зборів і об'єднань, право на справедливий суд тощо. Вони доповнюються політичними правами, найважливішим з яких є право обирати й бути обраним до органів державної влади. Місце реалізації цивільних прав – суд, а політичних – парламент і громадянське суспільство. Останнє має слугувати противагою державі й виконувати роль миротворця та арбітра між основними групами інтересів. Згідно з англійським філософом Е. Геллнером, громадянське суспільство виникає там, де є інституційний та ідеологічний плюралізм [1, с. 167].

Концепція корпоративного громадянства будується на аксіологічному (ціннісному),

соціально-суб'єктному та інституціоналістському підходах. Ціннісний підхід дозволяє розробити етичний кодекс діяльності корпорації, гуманітарну мотивацію корпоративної поведінки, що виходить за рамки отримання економічних дивідендів для власників й акціонерів компанії. Соціально-суб'єктний підхід виявляє інтереси і механізми взаємодії між суб'єктами політичного поля. Нарешті третій підхід, на якому заґрунтовується концепція корпоративного громадянства, визначає саму корпорацію як інститут сучасного соціуму і позиціонує корпоративних суб'єктів у системі суспільних інститутів.

Механізми впливу на корпорації в політичному, правовому руслі мають постійно осмислюватися. Системою координат такого осмислення може слугувати теорія громадянства як інституту демократичного суспільства. Виняток тут становить модель «ліберального мінімалізму», яка визнає тільки політико-правовий статус інституту громадянства та орієнтує на захист прав громадян від посягання з боку держави. Інші моделі, наприклад громадянської республіканської системи правління – розвиваючої демократії, деліберативної демократії припускають різні форми участі громадян у політичному управлінні. Такі можливості стосуються не лише індивідуальної участі громадян, вони поширюються на корпорації, що є виразниками групових інтересів. Головною демократичною процедурою за таких умов стає «діалогова комунікація» державної влади і вільної громадськості, а наслідком – досягнення компромісу. Умови практичної реалізації деліберативної демократії: високий рівень політичної і правової грамотності громадян; бажання більшості громадян брати активну участь в політичному процесі своєї країни. Закріпити ідею корпоративного громадянства можна в рамках ліберальної парадигми, зокрема в руслі інституціоналізму. Нормативно це можна здійснити через процедурну демократію. Остання є комплексом політичної техніки, що забезпечує існування і розвиток демократичних інститутів. Процедурна демократія передбачає підготовку процесу взаємодії в системі «державна – корпорації – недержавні організації».

У сучасному дискурсі країн з молодою демократією йдеться про боротьбу за реальне панування між двома силами: політично організованим суспільством і капіталом (зокрема ТНК). Цей дискурс представлений головно радикальною критикою корпоративного егоїзму. За останні десятиліття, коли діяльність корпорацій позначалася негативними наслідками (погіршення екології, безробіття в зв'язку з банкрутством, перенесенням промислових об'єктів, експлуатацією робітників в постколоніальних країнах тощо) почав розвиватися дискурс корпоративної соціальної відповідальності (М. Ліборкіна, Ф. Котлер, У. Баффет та ін.). Загалом соціальна відповідальність бізнесу – це політика, яка свідомо обирається компанією для того, щоб не просто існувати та отримувати прибуток, а добровільно робити свій позитивний внесок у розвиток сучасного суспільства. Перші наукові підходи до розуміння сутності корпора-

тивної соціальної відповідальності (КСВ), її принципів та методів зародилися в 50-х рр. ХХ ст. з виходом праці «Соціальна відповідальність бізнесмена» Г. Бовена. Європейська концепція КСВ офіційно була сформована лише наприкінці ХХ ст. та знайшла своє відображення у документі Європейської комісії «Зелена книга» (2001). Поширення концепція КСВ набула у час глобалізації, у середині 90-х ХХ ст. Тоді в державах-приймачах ТНК з'явилися антикорпоративні настрої. Прикладом може слугувати реакція на неекологічне рішення компанії «Shell» затопити в морі біля Канади нафтову платформу. Негативною також була реакція на використання дитячої праці, що практикувалася в країнах «третього світу» деякими відомими корпораціями (зокрема, «Nike»). Саме тоді політики, неурядові організації, громадяни почали активно відстежувати дотримання принципів КСВ з боку корпорацій.

Практична реалізація цієї концепції є сьогодні вкрай важливою. У США, наприклад, КСВ пов'язана з програмами волонтерства працівників компаній та благодійністю. Європейське розуміння КСВ полягає у веденні бізнесу в соціально-відповідальний спосіб. Європейська політична модель КСВ, на відміну від американської, передбачає інституціоналізацію відносин із «групами інтересів». Реалізація концепції корпоративного громадянства та корпоративної соціальної відповідальності в країнах ЄС оперта на те, що корпорація має зосереджувати свою діяльність на реалізації соціальних вимог суспільства. Наполягання на дотриманні КСВ розпочалися у 70-х рр. минулого століття, коли громадськість почала дізнаватися про приховані негативні наслідки діяльності компаній: міста-привиди, що зникали разом із закриттям підприємств; катастрофи, спричинені діяльністю виробничих підприємств; річки й озера, в яких купання призводило до масової смерті; втрачене здоров'я робітників на виробництвах без подальшого соціального захисту; селекція рослин, що містять ГМО тощо.

Російські політологи С.П. Перегудов, І.С. Семенов розрізняють поняття корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного громадянства. Корпоративна соціальна відповідальність робить акцент на соціальних аспектах діяльності корпорацій. Натомість концепція корпоративного громадянства зосереджується на суспільно-політичній складовій взаємодії «корпорація – суспільство» [4, с. 342]. Ці концепції та практика їхньої реалізації знаходяться в постійному розвитку і зазнають якісних змін. Йде певне зближення даних концепцій, обумовлене трансформацією, яку зазнає КСВ. Раніше вона розглядалася переважно як одностороння діяльність корпорації (так званого «донора»), скерована на соціальні ініціативи громадян, організацій, соціальних інститутів. Останнім відводилася роль «приймачів» результатів діяльності корпорації. Сьогодні КСВ зорієнтована на політичний діалог. Європейська політична модель КСВ, на відміну від американської, передбачає інституціоналізацію відносин із «стейкхолдерами» (від англ. Stakeholder – власник частки, одержувач

відсотка, учасник справи). До них належать акціонери, кредитори, власники облігацій, члени органів управління, співробітники компаній, клієнти (контрагенти), уряд, суспільство загалом. Саме в напрямку взаємодії корпорації зі «стейкхолдерами» за останні роки спостерігається найбільш помітний прогрес у реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу. Ефективний діалог зі «стейкхолдерами» розглядається теоретиками як ключовий елемент «хорошого» корпоративного громадянства. Загалом для ЄС характерна тенденція системного бачення проблеми взаємодії корпорації й суспільства. Концепція корпоративного громадянства в ЄС отримала не лише науковий, а й практичний розвиток (благодійність, корпоративне волонтерство, підтримка соціальних програм).

Серйозною проблемою для України є дотримання норм взаємодії зі «стейкхолдерами». Проблему обумовлює характер законодавчого регулювання відносин «держава – корпорація – суспільство». В недостатньо розвинутому громадянському суспільстві є дещо інше, ніж в країнах західної демократії, роль держави, традиції підприємницької діяльності, трудові практики, рівень життя та соціального забезпечення. Все це вимагає ретельної адаптації практик КСВ до українських реалій. Зокрема, існують невірні рішення питання, пов'язані з соціальним захистом працівників, дотриманням природоохоронних стандартів тощо. Ці питання в ЄС давно регулюються законодавчо, знаходяться тут під пильною увагою численних міжнародних організацій. Натомість лише кожен третій керівник корпорацій (консорціумів, концернів, асоціацій, фінансово-промислових груп тощо) в Україні зорієнтований на концепцію КСВ. Відтак виникає необхідність державного та громадського ініціювання створення та прийняття національного стандарту України щодо системи управління соціальною відповідальністю. Його впровадження надасть можливість національним підприємствам ефективніше використовувати політику соціальної відповідальності, яка є вкрай важливою для суспільства.

Отже, концептуалізацію моделі корпоративного громадянства в Україні, на нашу думку, необхідно здійснити на ґрунті ціннісного, соціально-суб'єктного й інституціоналістського підходів. Посилення корпоративного громадянства можливе в рамках деліберативної демократії. Основною демократичною процедурою за таких умов стає «діалогова комунікація» державної влади і недержавних організацій, громадян. Очевидно, що євроінтеграційний вектор розвитку України посилює важливість внутрішньодержавної політичної інтеграції стосовно вирішення питань, пов'язаних з соціально-економічною діяльністю вітчизняних та закордонних ТНК. Євроінтеграція вимагає осмислення нових важелів дієвості моделі корпоративного громадянства в українських політичних реаліях. Турботою громадянського суспільства стає завдання бути ідейним натхненником, ініціатором і організатором волевиявлення соціальної відповідальності корпора-

ціями. Необхідно за прикладом країн ЄС інтегрувати лобі корпорацій в царині соціальних проєктів, легітимувати участь у лобіюванні з боку недержавних організацій. Треба також використовувати ефективне планування благодійної діяльності, розробити пріоритети й критерії оцінки, відповідно до яких корпорації передаватимуть кошти некомерційним організаціям чи спеціалізованим благодійним фондам.

Інтеграція принципів корпоративного громадянства та корпоративної соціальної відповідаль-

ності в національній стратегії розвитку є вагомим чинником політико-економічної зінтегрованості України та ЄС. На нашу думку, пошук політико-правових, економічних шляхів підвищення прозорості практик та інструментів корпоративної соціальної відповідальності є перспективним завданням сьогодення. Адже використання можливостей упровадження концепції в реаліях вітчизняного політичного та соціально-економічного середовища є суттєвим чинником входження України в ЄС.

Список літератури:

1. Геллнер Э. Условия свободы: гражданское общество и его исторические соперники / Эрнест Геллнер. – М.: Московская школа политических исследований, 2004. – 240 с.
2. Кириллина В.Н. Формирование концепции корпоративного гражданства в контексте развития стратегии устойчивого развития / В.Н. Кириллина // Высшая школа. – 2010. – № 5 – С. 43-51.
3. Палас Н. Транснаціональна модель демократії та її вплив на процеси глобального врядування в умовах сучасного світу / Н. Палас // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2009. – Випуск 21. – С. 145-150.
4. Перегудов С.П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И.С. Семенов. – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.
5. Vigoda E. Citizenship Behavior and the Spirit of New Managerialism / E. Vigoda // XVIII IPSA World Congress (Quebec, August 1-5, 2000). – Quebec: IPSA, 2000, – P. 17-21.

Дубняк М.А.

Львовский государственный университет внутренних дел

ПОЛИТИКО-СОЦИАЛЬНЫЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ ОТВЕТСТВЕННОГО КОРПОРАТИВНОГО ГРАЖДАНСТВА

Резюме

Исследованы политические и социальные обстоятельства становления концепций корпоративного гражданства и корпоративной социальной ответственности в ЕС. Обоснованно соразмерность концепций с отдельными моделями демократии. Определены пути практической реализации концепций в Украине.

Ключевые слова: корпоративное гражданство, гражданское общество, демократия, социальная ответственность бизнеса.

Dubniak M.O.

Lviv State University of Internal Affairs

POLITICAL AND SOCIAL CIRCUMSTANCES OF PRACTICAL CONCEPTS RESPONSIBLE CORPORATE CITIZENSHIP

Summary

The article investigates the political and social circumstances of forming the concepts of corporate citizenship and corporate social responsibility in the EU. It substantiates the balance between the concepts and some models of democracy. It also outlines the means of practical implementing the concepts of Ukraine.

Key words: corporate citizenship, civil society, democracy, social responsibility of business.