

ПРО ПІДСТАВИ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТИМУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Санченко Алевтина Євгенівна

*кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник*

*відділу проблем модернізації господарського права та законодавства,
керівниця Центру перспективних досліджень*

і співробітництва з прав людини в сфері економіки,

*Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Мамутова*

Національної академії наук України»

У сучасному світі значно актуалізувалося питання соціально відповідального підприємництва, адже воно стосується різних аспектів життєдіяльності суспільства в цілому та кожної окремої людини. Важливу роль підприємництва у сталому розвитку людства окреслено Порядком денним ООН у сфері сталого розвитку на період до 2030 року (2015 р.), спрямованого на забезпечення можливості всіх людей реалізувати свій потенціал в умовах гідності й рівності та у здоровому навколишньому середовищі. ООН характеризує приватну підприємницьку діяльність як одну з головних рушійних сил продуктивності, всеохопного економічного зростання та створення робочих місць і закликає всіх підприємців задіяти творчий та інноваційний потенціал для вирішення завдань у царині сталого розвитку, дотримуючись трудових прав людини та стандартів охорони навколишнього середовища і здоров'я згідно з Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод, конвенціями Міжнародної організації праці, іншими відповідними договорами і угодами, Керівними принципами ООН з питань бізнесу та прав людини (п. 67) [1]. Центральну частину цих Керівних принципів ООН (2011 р.) (загальним числом – 31) становлять 24 принципи, які є засадами відповідальності бізнесу у сфері прав людини, що включають належну обачність підприємців щодо прав людини (*human rights due diligence*) [2].

Таким чином Порядок денний ООН підсилив вагомість міжнародних і національних зусиль та заходів із заохочення підприємництва до соціально відповідальної діяльності. Вже на час його ухвалення у багатьох державах світу, зокрема й європейських, соціально відповідальне підприємництво набуло рис норм цивілізованого поведіння, які органічно перетікали у площину регулювання відносин на єдиному європейському та глобалізованому ринках. Цей феномен обумовлено високим рівнем розвитку суспільств цих держав, які свідомо

діють та очікують від суб'єктів підприємництва, незалежно від їх розмірів, обсягів капіталу і галузі, соціально відповідального ставлення до організації їх діяльності, її ведення та результатів, що не повинні спричиняти негативного впливу на людей і довкілля; якістю взаємовідносин між суспільством (місцевими громадами включно), підприємницьким середовищем і державою, що базуються на цінностях поваги прав людини, демократії та верховенства права. У низці інших держав розвиток соціально відповідального підприємництва спричинено впливом глобалізації. Він розпочинається та відбувається з приходом на національні ринки зарубіжних і багатаціональних компаній, поширенням міжнародних угод про економічні відносини та вільну торгівлю, а також у зв'язку та внаслідок входження держав у інтеграційні об'єднання на кшталт Європейського Союзу (далі ЄС) й міжнародні організації як-от Організація економічного співробітництва та розвитку (далі ОЕСР).

Зазначимо, що європейськими державами зі сталими традиціями соціально відповідального підприємництва, як свідчать авторитетні зарубіжні дослідження [3], є, наприклад, Велика Британія, Швеція, Фінляндія, ін. Ними доводиться, що шведські підприємці почали практикувати певну форму соціальної відповідальності вже у XVII–XIX століттях, коли вони прагнули відігравати помітну роль у житті місцевих громад [3, с. 103–123]. У Фінляндії прозорість бізнесу (як одна з принципових характеристик соціальної відповідальності) є вродженою культурою, що дає позитивний результат для суспільства і дозволяє фінським підприємцям комфортно працювати також і в інших країнах світу [3, с. 73–102]. У Великій Британії, як вказують науковці, практика соціально відповідального підприємництва зародилася перед і під час Індустріальної революції та застосовується вже понад 200 років.

Окремо розглядаючи досвід Великої Британії, який висвітлюється зарубіжними дослідниками, слід звернути увагу на помітну роль держави у стимулюванні соціальної відповідальності підприємництва у своїй країні та за її межами [3, с. 11–35; 4]. Уряди Великої Британії прямо чи опосередковано беруть участь у різних аспектах її просування, інституалізації та глобалізації. Наприклад, два різних уряди М. Тетчер (консерватори, 1979–1991) і Т. Блера (лейбористи, 1997–2007) значно сприяли зміцненню правил щодо соціальної відповідальності у підприємстві. Парламентом у 1970–1976 рр. ухвалено закони про рівну оплату праці (1970 р.), про здоров'я та безпеку на роботі (1974 р.), про заборону дискримінації за ознакою статі (1975 р.), про расові відносини (1976 р.). Через вплив ЄС Уряд Великої Британії інтегрував у національне законодавство норми директив ЄС, і Парламент ухвалив закони про заборону дискримінації осіб з інвалідністю (1995 р.), про захист персональних даних (1998 р.), про права людини (1998 р.), про

публічну інформацію (1998 р.), ін. Уряд Т. Блера прагнув забезпечити серйозне ставлення британських компаній до їх соціальної відповідальності. У 2000 р. Урядом призначено першого в світі Міністра з питань корпоративної соціальної відповідальності д-ра К. Хауеллса, запроваджено державні програми, що передбачали залучення та підтримку суб'єктів підприємництва у вирішенні широкого кола питань: модернізація діяльності самого Уряду та його діалогу з підприємцями, особливо з малим і середнім бізнесом, та іншими зацікавленими сторонами з метою узгодженості діяльності, запровадження кодексів доброї практики та спільних дій щодо їх застосування, просування успішних бізнес-кейсів і відзначення досягнень підприємців, відновлення та розвиток їх навичок, сприяння підвищенню обізнаності про соціально відповідальне підприємництво, відповідні облік і звітність, направлення інвестицій у розвиток соціально відповідального підприємництва в бідних районах, зміцнення міжнародного співробітництва, ін. Отже, натеper правила соціальної відповідальності у підприємстві є частиною звичайної ділової практики у Великобританії.

У різних європейських державах така практика розвивалася, регулювалася і застосовувалася по-різному з огляду, крім іншого, на відсутність міжнародно-правового визначення поняття соціальної відповідальності у підприємстві та її чіткого правового регулювання. Втім, у Оновленій стратегії ЄС щодо корпоративної соціальної відповідальності (2011 р.) (далі Стратегія) [5] надано юридичне визначення цього суспільного явища й, серед інших аспектів, окреслено роль органів державної влади та інших зацікавлених сторін у діяльності з його укорінення. Встановлено, що корпоративною соціальною відповідальністю є відповідальність підприємців за вплив їх діяльності на суспільство, що дотримання чинного законодавства і колективних договорів між соціальними партнерами є необхідною умовою реалізації цієї відповідальності, що суб'єкти підприємництва в тісній співпраці із зацікавленими сторонами повинні інтегрувати соціальні, екологічні, етичні питання, питання прав людини та прав споживачів у основну стратегію їх діяльності та операційну діяльність з метою максимізації створення спільної цінності для їх власників/акціонерів, інших зацікавлених сторін і суспільства в цілому, а також з метою виявлення, запобігання та пом'якшення їх можливого несприятливого впливу. Співставляючи ролі суб'єктів підприємництва та органів державної влади, Стратегія наголошує, що розвитком соціальної відповідальності повинні керувати самі суб'єкти підприємництва, тоді як органи державної влади повинні відігравати допоміжну роль шляхом розумного поєднання добровільних політичних заходів і, за необхідності, додаткового регулювання, наприклад, для сприяння прозорості, створення ринкових стимулів для відповідального ведення бізнесу та

забезпечення корпоративної підзвітності. Органи державної влади можуть сприяти розробленню принципів і керівництв, які створюватимуть тло для більш рівних умов діяльності суб'єктів підприємництва і допомагатимуть оцінювати їхню корпоративну політику та ефективність. Мотивуюча роль профспілок та організацій громадянського суспільства має полягати у їх конструктивній співпраці з підприємствами для спільного пошуку рішень проблем, що ними виявляються. Споживачі та інвестори можуть стимулювати покращення ринкових позицій соціально відповідальних підприємств через збільшення споживання їх товарів і послуг та вигідні інвестиційні рішення. Водночас, і органи державної влади та інші зацікавлені сторони повинні демонструвати соціальну відповідальність у їхніх відносинах із підприємствами.

Ця Стратегія, Керівні принципи ООН, Глобальний договір ООН та загальні міжнародні дії з досягнення Цілей сталого розвитку стимулювали помітний прогрес у подальшому розвитку практик соціально відповідального підприємництва та правового регулювання в цій сфері. ЄС, ОЕСР, РЄ і деякі держави з урахуванням успішного та проблемного досвіду підприємництва прийняли нормативні документи і закони, зокрема стосовно належної обачності бізнесу щодо прав людини. Новим важелем для соціально відповідального підприємництва стане директива ЄС з питань корпоративної сталості та належної обачності, підготовка якої нині на стадії завершення [6].

Список використаних джерел:

1. Перетворення нашого світу: Порядок денний ООН у сфері сталого розвитку на період до 2030 року: Резолюція 70/1 Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 року (A/RES/70/1). URL: <https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n15/291/89/pdf/n1529189.pdf?token=DadbxoK0lw6NxgceNZ&fe=true>
2. Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини: Імплементація Рамкової програми ООН «Захист, повага, засоби захисту»: Резолюція 17/4 Ради ООН з прав людини від 16 червня 2011 р. (A/HRC/RES/17/4). URL: http://www.iepd.kiev.ua/?page_id=8524
3. Idowu S.O. and Filho W.L. (eds.) Global Practices of Corporate Social Responsibility. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2009. 508 P. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-540-68815-0>
4. Moon J. Government as a driver of corporate social responsibility. University of Nottingham, International Centre for Corporate Social Responsibility, Research paper Series 20-2004, ICCSR, 2004. P. 11–27.
5. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility : Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions (COM/2011/0681 final). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52011DC0681>
6. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Corporate Sustainability Due Diligence and amending Directive (EU) 2019/1937 (COM/2022/71 final). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0071>