

СТРАТЕГІЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СОЦІОЕКОНОМІЧНОГО ФЕНОМЕНУ В УКРАЇНІ

STRATEGY OF REALIZATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY AS A SOCIOECONOMIC PHENOMENON IN UKRAINE

У статті окреслено стратегічні орієнтири реалізації соціальної відповідальності в Україні у контексті соціально-економічного розвитку. При цьому соціальна відповідальність позиціонується, як полісуб'єктний феномен. Сформульовано стратегічні напрями соціально-економічної реалізації цього феномену у вітчизняних умовах. Виявлено першочергові об'єкти відповідного управлінського впливу. Визначено необхідний для цього інструментарій.

Ключові слова: соціальна відповідальність, реалізація, соціально-економічний розвиток, освіта, праця, комунікація.

В статье обозначены стратегические ориентиры реализации социальной ответственности в Украине в контексте социально-экономического развития. При этом социальная ответственность позиционируется как полусубъектный феномен. Сформулированы стратегические направления реализации социально-экономической реализации этого феномена

в отечественных условиях. Выявлено первоочередные объекты соответствующего управленческого воздействия. Определен необходимый для этого инструментарий.

Ключевые слова: социальная ответственность, реализация, социально-экономическое развитие, образование, труд, коммуникация.

The paper outlines the strategic prospects of the realization of social responsibility in Ukraine with reference to socio-economic development. Herein social responsibility is perceived as a multi-agent phenomenon, not reduced to corporate (business) issues. The author dwells on the strategic directions of socioeconomic realization of this phenomenon in Ukraine. The primary targets of the corresponding administrative influence are identified. The necessary toolkit thereto is designed as well.

Key words: social responsibility, realization, socio-economic development, education, work, communication.

УДК 334+316.4

Звонар В.П.

к.е.н., старший науковий співробітник,
Інститут демографії та соціальних
досліджень імені М.В. Птухи
Національної академії наук України

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність (СВ) є складним суспільним феноменом, який створюється та реалізується спільно всіма членами соціуму і суспільними інститутами (не тільки бізнесом). На практиці СВ може слугувати ефективним знаряддям реагування на різноманітні соціально-економічні виклики. Разом із тим увага економістів-практиків та управлінців в Україні прикута передусім до проблем освоєння аспектів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Підтвердженням цьому нині є активна робота провідних вітчизняних експертів над проектом Національної стратегії КСВ. Як видається, логічним продовженням цієї роботи має стати створення стратегії полісуб'єктної (спільної) СВ для реалізації СВ у широкому контексті потреб соціально-економічного розвитку нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Експертним середовищем вже тривалий час очевидною проблемою визнається відсутність нормативного документу стратегічного характеру стосовно розвитку КСВ в Україні [1]. Проте, вітчизняна академічна спільнота вважає такою ж очевидною необхідність практичного використання СВ як багатогранного явища, вплив якого виходить за межі вузької сфери діяльності комерційних суб'єктів [2]. Ймовірно, ця необхідність обумовила побіжне згадування проблематики реалізації загальносуспільної СВ в Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», схваленої Указом Президента від 12.01.2015 № 5/2015. Зазначений документ актуалізує практичну проблему суб'єктності і сфер

реалізації СВ. Водночас широкий громадськості залишаються невідомими успішні спроби напрацювання цілісного та фундаментального стратегічного документу, який би предметно і системно розглядав сумісну СВ у широкому соціально-економічному контексті в Україні.

Мета статті – окреслення основних компонентів стратегії реалізації СВ в Україні як полісуб'єктного соціоекономічного явища.

Виклад матеріалу. Загальноновизнано, що СВ є багатозначним терміном і загалом комплексним феноменом. Тому базовою складовою змісту стратегії реалізації СВ в Україні має стати добре продумана *термінологічна частина*. У цьому зв'язку необхідно уникати надмірного спрощення змісту СВ і водночас намагатися чітко структурувати цей зміст. Привабливим у практичному сенсі видається тлумачення СВ, як феномену, зміст якого формують *дві позиції* [3]. По-перше, це – специфічна поведінка соціально-економічних суб'єктів – *поведінка взаємної доброчинності (взаємність «добрих вчинків»)*. По-друге, це – особлива система конструктивної взаємодії суб'єктів як «носіїв» зазначеної поведінки. Така взаємодія означає *партнерство* або злагоджену співпрацю суб'єктів. Між цими складовими феномену СВ встановлюється складний двосторонній зв'язок: *відносини між суб'єктами залежать від суб'єктивних поведінкових настанов доброчинності, водночас поведінка доброчинності підтримується на належному рівні суспільного усвідомлення саме міжсуб'єктивними відносинами партнерства.*

Окреме практичне питання полягає у тлумаченні спектру суб'єктів стратегії реалізації СВ. На думку автора, під такими суб'єктами треба розуміти залучених у соціоекономічні відносини *індивідів*, а також *соціально-економічних інститутів* як колективних суб'єктів. З-поміж останніх найвиразніше проявляються три інституційні спільноти – *публічна влада* (держава), *ринок* (бізнес), *громадянське суспільство* (громада). Саме таких інституційних учасників суспільного договору передбачає згадана раніше національна стратегія «Україна-2020».

Із зазначеного випливає, що стратегія СВ має бути орієнтована на формування і розвиток відповідних поведінкових настанов *індивідів* з одного боку і на формування системи партнерських відносин між *соціально-економічними інститутами* (табл. 1). Налагоджений взаємозв'язок між комплексом необхідних заходів щодо першого питання (*поведінки доброчинності*) і комплексом заходів стосовно другого (*відносин партнерства*) є основою механізму здійснення необхідних суспільних змін.

Згідно з конституційними положеннями, Україна є соціальною державою, де людина визнається найвищою соціальною цінністю. Зважаючи на це, будь-які соціально-економічні трансформації мають орієнтуватися на пріоритети людського розвитку й імперативи гуманізації економіки. Не може бути винятком і стратегія СВ: як *результат* широкого впровадження СВ треба очікувати *забезпечення/розширення умов соціальної реалізації і самореалізації особистості*. На цій основі *стратегічний інструментарій* у документі має бути націлено передусім на суб'єкта-індивіда (громадянина). Інструменти реалізації СВ очікувано передбачатимуть конструктивну зміну індивідуальних переваг та поведінкових мотивів для формування і реалізації *доброчинної поведінки*. А *партнерство* інститутів держави, бізнесу і громадянського суспільства виступає *організаційним базисом* цього інструментарію.

Інструментальна частина стратегії реалізації СВ містить найбільш прикладні моменти. Автор вважає, що досягнення цілей формування і ре-

лізації конструктивної індивідуальної поведінки відбувається за такими *стратегічними напрямками*: 1) освіта, 2) праця, 3) комунікація. Кожен із них розглядається в контексті гарантування соціальної реалізації і самореалізації громадян. Так *освіта* є гарантом адекватного оцінювання індивідом переваг порядного поведіння у соціоекономічному середовищі, а також значною мірою запобігає толеруванню громадянами нечесної поведінки оточуючих. У контексті добродійної поведінки *працю* як процес створення матеріальних і духовних благ та цінностей потрібно протиставляти бездіяльності чи деструктивній активності (наприклад, злодійству тощо) При цьому береться за основу широке тлумачення праці, як осмисленої доцільної та конструктивної діяльності (праця – це не обов'язково робота за наймом чи за винагороду). *Комунікація* передбачає публічність індивідуальних вчинків і відкритість мотивів / передумов поведінки. Вона уможливує зворотній зв'язок між суб'єктом та об'єктом діяння, обумовлюючи публічне оцінювання і контроль цього діяння з огляду на соціальні норми.

Практичний досвід та емпіричні спостереження останніх років доводять, що серед соціально-економічних інститутів в Україні саме *громадянське суспільство* виявляє найбільшу готовність і здатність впроваджувати зміни для утвердження СВ як національної ідеологічної основи суспільної консолідації. Громадянське суспільство стоїть сьогодні в авангарді розроблення дорожньої карти ключових реформ, мобілізує національні ресурси для забезпечення війська в умовах зовнішньої агресії, опікується насущним вирішенням найгостріших внутрішніх соціально-економічних проблем. Саме тому *громадські інститути* мають сприйматися як *ключовий та обов'язковий партнер* в коаліціях різної конфігурації з іншими інститутами для впровадження *освітніх, трудових та комунікаційних інструментів* реалізації СВ у межах національної стратегії.

Освіта як стратегічний напрям є ймовірним фокусом співробітництва громадянського суспільства і публічної влади (держави). Основну увагу

Таблиця 1

Елементи стратегії соціоекономічної реалізації соціальної відповідальності в Україні

Суб'єкти впливу	1) Індивіди 2) Інститути: громадянське суспільство, держава, бізнес)	
Об'єкт впливу	1) Соціально відповідальна (доброчинна) поведінка індивіда 2) Відносини партнерства інститутів	
Напрями впливу	1) Освіта	Інструмент: громадсько-активна школа як платформа для партнерства громадянського суспільства і держави
	2) Праця	Інструмент: соціальне підприємництво як платформа для партнерства громадянського суспільства і бізнесу
	3) Комунікація	Інструмент: smart-громада як платформа для багатостороннього партнерства (громадянське суспільство, держава і бізнес)
Очікуваний результат	Забезпечення умов для соціальної самореалізації особистості	

при цьому слід зосередити на загальній (шкільній) освіті, зважаючи на такі міркування: 1) порівняно з іншими складовими системи освіти, ця ланка першою пропонує індивідуальні фундаментальні систематизовані і достовірні знання про навколишній світ, а крізь призму таких знань вона виявляється найбільше причетною до своєчасного і свідомого закріплення тих чи інших індивідуальних і суспільних настанов, у т.ч. поведінкових; 2) загальна (шкільна) освіта неминує справляти чи не найширший суспільний вплив, оскільки вона для кожного окремого члена соціуму є обов'язковою. Саме вона закладає основу для реалізації доброчинної поведінки індивідів у подальших життєвих періодах – періодах найбільшого вияву їхньої суб'єктності в соціально-економічних відносинах.

Вибір публічної влади (держави) як партнера для громадянського суспільства у питанні використання *освітніх інструментів* стратегії СВ продиктований тим, що в Україні відповідно до офіційних статистичних даних серед загальноосвітніх шкіл навчальні заклади державної і комунальної форми власності становлять абсолютну більшість (красномовні 99% – у 2016 р.). Саме тому взаємодія громадянського суспільства із публічною владою у цьому питанні є неминучою. Можливим партнерським *інструментом* в аспекті цієї взаємодії в Україні може стати *громадсько активна школа*. Це – інноваційний навчальний заклад загальноосвітнього напрямку, що функціонує як освітній, ресурсний та культурний осередок життєдіяльності місцевої громади [4]. В основі такої новації лежить ідея про те, що: 1) діяльність школи не повинна і не може обмежуватися стінами окремого закладу та виконанням соціальних функцій, делегованих державою; 2) значущими є різні джерела отримання знань (не лише формальне навчання, а й освіта через набуття практичного досвіду та спілкування); 3) діяльність школи має повністю враховувати специфіку безпосереднього соціального середовища (місцевої громади), з яким школа об'єктивно налагоджує та щоденно зміцнює багатогранні зв'язки; 4) школа потенційно може стати локомотивом позитивних змін різного характеру у громаді, згуртовуючи місцеве населення; 5) широка громадська діяльність школи не суперечить її основній (навчальній) функції, а навпаки збагачує її, максимально наближаючи зміст освітньо-виховного процесу до реального життя, а також каталізуючи соціалізацію його учасників.

В Україні ініціаторами активізації руху громадсько активних шкіл стали саме громадські організації. Зусиллями громадськості сформовано он-лайн базу даних про громадсько активні школи [5], яка налічує близько 240 закладів у 19 областях країни (без урахування тимчасово окупованих територій сходу країни станом на початок 2017 року). Можна узагальнити, що в Україні

сьогодні практичний соціоекономічний профіль функціонування громадсько активних шкіл залишається майже проігнорованим. Він може мати такі вияви: 1) втілення у життя принципів соціального залучення, по-перше, за допомогою методики інклюзивної освіти, і, по-друге, через роботу із різними категоріями соціально відторгнених осіб (не лише учнями, а й іншими членами місцевої громади); 2) виконання завдання соціального згуртування: школа залежить від ступеня причетності різних верств населення до життя громади, а також сприяє зростанню цієї причетності власне через присутність такої школи у громаді; 3) реалізація локального контексту соціальної політики: школа орієнтується на максимальне використання місцевих ресурсів для вирішення локальних соціальних проблем, а також координує зусилля організацій та агенцій у громаді для усунення дублювання функцій і послуг, що надаються населенню; 4) пропагування і практична реалізація концепції безперервної освіти: школа передбачає можливості формального і неформального навчання в різні періоди життя, заохочує міжпоколінську взаємодію для обміну знаннями та досвідом; 5) формування світоглядної платформи гуманізації соціально-економічних відносин та актуалізації сталого розвитку: центральний елемент педагогічного процесу у школі становить уявлення про те, що соціальні процеси (у т.ч. економічні) та їх учасники є взаємопов'язаними, а тому важливо досягати балансу інтересів і не допускати виявів ринкового фундаменталізму та соціальної несправедливості. Кожен із цих аспектів виступає окремим об'єктом співробітництва громади і публічної влади на базі громадсько активної школи. Крім того, кожен такий аспект має передбачати як діяльність освітньо-інформаційного характеру (наприклад, забезпечення учнів теоретичними знаннями про зміст і важливість соціального залучення), так і навчально-практичні зусилля (наприклад, безпосередні заходи щодо інклюзивного навчання у школі або налагодження школою комунікації із соціально ізольованими членами громади та реалізація опіки над ними).

Сьогодні складаються передумови для активізації соціально-економічної ролі громадсько активних шкіл в Україні. У цьому зв'язку, насамперед, треба згадати про започатковану реформу освітньої галузі, підсудком якої повинна стати, серед іншого, модернізація змісту шкільної освіти та розширення доступу до освітніх послуг. Концептуальні засади запланованих змін висвітлено в окремих законопроектах (Проект Закону України «Про освіту» № 3491-д від 04.04.2016), а також у програмному документі «Нова українська школа», презентованому Міністерством освіти та науки у 2016 р. Можна стверджувати, що ініціаторами реформи наголос робиться передусім на індивідуалізації освітнього

процесу (на дитино центричності – розвитку особистості, урахуванні індивідуальних можливостей, потреб та інтересів учнів). Розробниками реформи також декларується, що метою загальної середньої освіти є не тільки індивідуалізація навчання, а й виховання і соціалізація особистості, готової до громадянської активності та життя в соціумі. Водночас доводиться констатувати, що ця реформаторська ініціатива позиціонує «соціальність» освітньо-виховного процесу дещо поверхово. Серед проголошених десяти ключових компетентностей, що їх має розвивати нова школа, лише одна безпосередньо стосується соціальних пріоритетів і передбачає, зокрема, вміння брати участь у громадському житті, працювати в колективі, добиватися компромісу, попереджати конфлікти.

Увагу до соціальних компонентів освітньо-виховного процесу в діяльності українських загальноосвітніх закладів слід посилювати. Концепт громадсько активної школи може вигідно доповнити новітню реформу освітнього сектору в Україні, забезпечивши еволюцію навчально-виховного процесу в напрямі від необхідної *дитино центричності* до закономірної *родино центричності*, а далі – до *громадо центричності*. Використовуючи різноманіття методів, така школа, крім майданчика індивідуалізації навчання і розвитку компетенцій для самореалізації, могла б стати більш ефективним запобіжником ерозії соціальних інстинктів й «егоїзації» індивіда. Вона має можливість демонструвати безпосередню доцільність індивідуальної участі у зміцненні сталості функціонування соціального середовища (не вдаючись до повчань і моралізаторства). Громадсько активна школа дає розуміння, що родина і громада – це не тільки важлива база індивідуального розвитку, а й реципієнт умінь, досвіду, знань і мотивації учня.

Імовірною сферою співробітництва *громадськості* і *комерційного сектору* є *праця*. Варто зауважити, що бізнес (поруч із владним сектором) виступає в Україні провідним працедавцем і забезпечує значний обсяг зайнятості. Відповідно до даних Держстату, у 2015 р. суб'єкти економіки, організаційні форми яких дають змогу ідентифікувати їх, як комерційні або владні інститути, разом акумулювали 95% середньооблікової кількості штатних працівників. Водночас частка працівників, оплата праці яких фінансується із небюджетних джерел (поза публічно-владним сектором), становила 63%. На додаток, згідно з національним соціологічним моніторингом (Інститут соціології НАН України), частка зайнятих у «приватному секторі» з 2006 р. постійно перевершує пропорцію зайнятих у «державному секторі». У 2015 р. «приватників» налічувалося вдвічі більше, ніж «державників» («бюджетників») – 37% проти 19%. Тому праця як напрям досягнення економічних цілей, в т.ч. для реалізації добродійної поведінки, перебуває

у компетенції скоріше бізнесу, ніж інших суб'єктів економіки.

Перспективним партнерським *інструментом* (у контексті співробітництва громадянського суспільства і бізнесу для використання і пропагування праці як інструменту стратегії СВ) може стати *соціальне підприємництво*. Як відомо, це – специфічна діяльність у сфері соціальної економіки, яка передбачає поєднання комерційних і соціальних цілей та реалізується через особливі організаційні структури – соціальні підприємства. Для таких підприємств отримання прибутку підпорядковане цілям подолання тих чи інших соціальних проблем. Зазначений вид та спосіб господарювання досі виявляється слабко інтегрованим у контекст сфери праці. Указана проблема особливо актуалізується в Україні, де соціальні підприємства є новим явищем, а виклики функціонування ринку залишаються драматичними в розрізі поточних і перспективних завдань соціальної політики.

На основі аналізу зарубіжної та української практики можна сформулювати *три напрями* освоєння соціального підприємництва у соціально-трудоному контексті. *По-перше*, соціальні підприємства здатні залучати до продуктивної зайнятості осіб, які позбавлені можливості самостійно забезпечувати свій добробут з різних причин (фізичні обмеження, недостатній досвід роботи, сімейні обставини тощо). Зазначимо, що започаткування руху соціальних підприємств в Європі пов'язувалося саме з необхідністю трудової інтеграції вразливих груп населення. Так в Італії у 1991 р. з цією метою запроваджено окрему організаційно-правову форму для соціальних підприємств – соціальний кооператив.

По-друге, соціальні підприємства можуть сприйматися і як елемент традиційного ринку праці, забезпечуючи самозайнятість для підприємливих людей, а також звичайну роботу за наймом для інших працівників. Цей вид діяльності, як і класичне підприємництво, базується на зацікавленості людей із умінням вдало сполучати різні фактори виробництва, готовністю до ризику та спроможністю генерувати інноваційні рішення. Орієнтація на прибуток дозволяє повною мірою розраховувати на таких людей, особливо на тих із них, для кого важливі соціальні аспекти. Для них подібна самозайнятість – це спосіб уникнути або зменшити вияви своєрідного когнітивного дисонансу (конфлікту на рівні особистості між індивідуальним егоїзмом і сприйняттям соціальних потреб). Соціальні підприємства можуть також забезпечувати достойні умови праці фахівцям із різних професійних сфер (юристам, екологам, продавцям тощо). Соціальна місія організації у цьому разі може виявитися навіть *конкурентною перевагою* у боротьбі з іншими працедавцями за ефективних працівників.

Історично перше соціальне підприємство у світі – ініціатива «Grameen Bank», реалізована у 1976 році у Бангладеші – ставило за мету професіоналізувати сферу неформальних позик у сільській місцевості. Було налагоджено механізм надання мікропозик невеликим неформальним спільнотам, які гарантували повернення коштів, ґрунтуючись на господарській взаємодопомозі. Невдовзі практика довела правдивість припущення засновників «Grameen Bank», що такі мікропозики сприяють суттєвому зменшенню бідності населення у сільських районах країни. Цей механізм пізніше набув значного поширення у світі. А сама ініціатива перетворилася на потужну фінансову установу, де постійно працюють професійні фінансисти й інші фахівці, з представництвами у десятках країн. Крім того, ця установа забезпечила самозайнятність як для організаторів цього глобального руху у різних країнах і громадах, так і для позичальників, котрі на кредитні кошти від цього банку започаткували власну справу (у т.ч. із соціальною місією).

По-третє, соціальні підприємства поруч із громадськими організаціями формують майданчики для розвитку волонтерської праці. Соціальні підприємства можуть виявитися більш ефективними такими майданчиками. Адже соціоекономічна результативність діяльності громадських організацій в Україні обмежена аматорським характером здійснюваних заходів. Аматорство як недолік зумовлене складністю залучення в громадський сектор професійних кадрів (управлінців, фінансистів тощо) через неможливість гідно оплачувати їхні послуги. Значна частина українських громадських організацій використовують працю волонтерів. Проте, вони роблять це здебільшого для виконання простих/нерегулярних робіт, що не потребують кваліфікації чи досвіду.

На противагу громадським ініціативам соціальні підприємства насправді часто започатковуються саме такими волонтерами. Адже для здійснення підприємницької діяльності як діяльності, націленої на комерційний результат, певні професійні знання та досвід є об'єктивною потребою. Крім того, організувавши справу і переставши бути волонтером у прямому сенсі, соціальний підприємець схильний і надалі залучати та використовувати власне таку (неаматорську і неспорадичну) волонтерську працю, оскільки для нього важлива ефективність роботи і сталість досягнень. Це обумовило той факт, що закордоном волонтерський рух для потреб соціальних підприємств є масовим. В Україні також ознакою значної частини таких підприємств є кількісна перевага волонтерів порівняно зі штатним персоналом, або принаймні – їх однакова пропорція [6].

Безмежні можливості *комунікації* для реалізації добродійної поведінки пропонують сучасні інфор-

маційні технології (електронне та он-лайн спілкування). На користь особливої перспективності такого роду комунікації в Україні свідчить динаміка зростання кількості інтернет-користувачів. Відповідно до оцінок вітчизняних соціологів (Київський міжнародний інститут соціології), у 2016 р. близько 60% дорослого населення країни користувалися інтернетом. А ще у 1997 р. користувачів інтернету серед українців налічувалося ледве 1%. Впродовж лише 2015-2016 рр. кількість інтернет-користувачів зросла на 5%.

Ефективним *інструментом* електронної комунікації для формування та реалізації добродійної поведінки може слугувати практична модель *smart-громади*. Цілком природно, що її реалізація залучає до співробітництва усіх інституційних партнерів, зацікавлених у розвитковій СВ: *громадянське суспільство розраховує на підтримку як бізнесу, так і держави*. Smart-громада («розумна» громада) – це популярна на Заході концепція взаємодії влади, бізнесу і суспільства з метою інтенсифікації місцевого розвитку через широке використання інформаційно-телекомунікаційних технологій і запровадження інновацій. При чому превалює сприйняття цієї концепції в контексті потреб великих міських громад (smart-місто). Хоча ідейно вона не обмежена урбаністичною проблематикою. У розвинених країнах активно розвивається напрям трансформації також і малих міст на «розумних» засадах так само, як і напрям сільського smart-розвитку. «Розумні» громади мають відповідати таким основним критеріям/характеристикам: 1) інноваційна економіка; 2) заохочення мобільності (простота та безпека транспортного сполучення); 3) увага до проблем довкілля; 4) освічені, креативні та соціально активні мешканці; 5) висока якість життя; 6) «розумне» врядування (публічність і прозорість політики) [7]. Кожна з них може виступати окремим майданчиком співробітництва держави, бізнесу і громадянського суспільства в міських та сільських громадах, створюючи соціально-економічні умови для реалізації добродійної поведінки індивідів. Можна узагальнити, що для цього модель smart-громади націлює взаємодію інститутів на створення й освоєння соціальних, інфраструктурних та управлінських новацій. Логічно припустити, що кожна з цих інноваційних сфер має свого основного – «відповідального» – актора. Так *громадянське суспільство*, будучи комунікаційно найближчим до населення, «очолює» роботу за напрямом соціальних інновацій, залучаючи до неї публічну владу та комерційний сектор. *Бізнес* об'єктивно зацікавлений у комерційно перспективних проектах за техніко-інфраструктурним напрямом (включно з аспектами енергоощадності), залишаючись при цьому відкритим до співпраці і діалогу з громадою та владою у цій сфері. *Місцева влада* функціонально

здатна гарантувати прогрес у сфері публічного менеджменту – за конструктивного впливу комерційних і громадських суб'єктів на адміністративні процеси через платформи електронної демократії.

В Україні найбільш комплексно ідею smart-громади реалізовано у шести містах: Вінниця, Дніпро, Львів, Київ, Харків, Чернівці. Тут повністю або частково запроваджено такі сервіси, як GPS-моніторинг громадського транспорту, онлайн-виклик поліції, електронні адмінпослуги, електронна картка пацієнта, електронний запис до дитячого садка, онлайн-сервіс «дитячий омбудсмен» тощо. У всіх цих містах реалізовано бюджет участі – ініціативу, за допомогою якої містяни отримали право самостійно обирати спосіб витрачання певної суми коштів муніципального бюджету на ті чи інші ініціативи з благоустрою [8].

Як окремий проект в Україні втілюється в життя модель smart-громади для малих та середніх міст у рамках всеукраїнської інтернет-платформи електронного самоврядування «Розумне Місто» [9]. Платформа має широкий асортимент е-інструментів, які для кожної підключеної громади налаштовані індивідуально. Серед таких інструментів – моніторинг дефектів ЖКГ, пошук донорів крові, сприяння в організації діяльності ОСББ тощо. Станом на травень 2017 р. у системі налічувалося 728 населених пунктів.

Висновки з проведеного дослідження. Стратегія СВ в Україні сьогодні є вимогою часу та має орієнтуватися на формування настанов поведінки добросовісності громадян з одного боку і на формування системи партнерських відносин між основними соціально-економічними суб'єктами (громадою, державою, бізнесом). Необхідний для цього інструментарій має містити засоби освітнього, трудового та комунікаційного змісту. Використання таких засобів ймовірно результу-

ватиметься в інтенсифікації людського розвитку, забезпеченні умов для самореалізації індивідів і утвердженні новітніх форм суспільного договору за обов'язкової активної і широкої участі інститутів громадянського суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Національна стратегія КСВ: крок уперед – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/національна_політика/
2. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність в контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 39-47.
3. Звонар В.П. Логіка дослідження соціальної відповідальності як соціоекономічного феномену / В.П. Звонар // Економіка України. – 2015. – № 5. – С. 4-16.
4. Decker L. Community Schools: Linking Home, School and Community / L.E. Decker, M.R. Boo. – Washington, DC: Center for Law and Education, 1996. – P. 13.
5. Он-лайн база даних общественно-активных школ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gash.ussf.kiev.ua/ru/ukraine>
6. Соціальне підприємництво в Україні: звіт за результатами дослідження / Н. Гусак, В. Кузнєцова, Т. Стеценко. – К.: Школа соціальної роботи НАУКМА, 2016. – 45 с.
7. Smart City Model [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smart-cities.eu/>
8. Умные и еще умней: какими инновациями могут похвастаться украинские города // Delo. UA. – 2016. – 27 декабря. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://delo.ua/ukraine/umnye-i-esche-umnej-kakimi-innovacijami-mogut-pohvastatsja-ukrai-326548/?supdated_new=1496091753
9. Розумне Місто. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rozumnemisto.org/index/projects_about#goverment