

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ

УДК 005.35 + 005.511(083.92) + 005.941

А. М. КОЛОТ,
*професор, доктор економічних наук,
проректор з науково-педагогічної роботи,
завкафедрою управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СУЧАСНА ФІЛОСОФІЯ, ПРОБЛЕМИ ЗАСВОЄННЯ

Розглянуто теоретико-методологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності та обґрунтовано необхідність її посилення. Виокремлено причини недостатніх масштабів та ефективності корпоративної соціальної відповідальності в українських реаліях, зроблено висновки з її суперечливої практики, окреслено деякі шляхи підвищення соціальної відповідальності інститутів економіки та суспільства.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна активність, соціальні ресурси, соціальний розвиток.

A. M. KOLOT,
*Professor, Doctor of Econ. Sci.,
Vice-rector on scientific and pedagogical work,
Head of the Personnel Management and Labor Economics Department,
V. Hetman Kyiv National Economic University*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: MODERN PHILOSOPHY, PROBLEMS OF ASSIMILATION

The theoretical and methodological aspects of the corporate social responsibility (CSR) and the substantiated need for its strengthening have been investigated. The reasons for the insufficient scale and effectiveness of CSR in Ukrainian realities are revealed, the conclusions on the controversial practice of CSR are made, and some ways to increase the social responsibility of institutions of economy and society have been outlined.

Keywords: corporate social responsibility, social activity, social resources, social development.

“Немає нічого практичнішого за хорошу теорію” – таким є відомий вислів, у правоті якого переконуємося щодня. Дійсно, вирішенню якщо не всіх, то більшості практичних завдань має передувати наукове опрацювання відповідної проблематики. Без хорошої теорії та системних досліджень неможливо сформувати також сучасне, цивілізоване, об’єктивне розуміння природи, джерел, значення і наслідків розвитку феномену соціальної відповідальності бізнес-організацій.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у найзагальнішому, “приземленому” тлумаченні – це раціональний відгук організації на суперечливі очі-

Колот Анатолій Михайлович (Kolot Anatolii Mykhailovych) – e-mail: kolot@kneu.kiev.ua.

кування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлено. За своєю суттю КСВ – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого, добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадянського суспільства і суспільством у цілому*.

Проблематиці КСВ присвячено стільки статей та інших публікацій, що, здавалося б, усі крапки вже розставлено. У суспільній свідомості під впливом наукової аргументації укріплюється думка, що соціальна відповідальність і в гуманістичному, і в соціально-економічному розумінні – не добродійність чи розкіш, від якої можна відмовитись, а надійний захист від соціальних ризиків, одна з передумов для набуття конкурентних переваг. Але чому ж тоді ставлення до КСВ з боку різних інститутів держави й суспільства, провідних соціальних сил було та залишається вкрай суперечливим, неоднозначним? Підкреслюємо, що така суперечливість, неоднозначність суджень стосуються всіх аспектів досліджуваного явища – його сутності, форми, змісту, напрямів, наслідків і самої природи КСВ.

Вектор суспільної думки відносно достеменної ролі КСВ часто змінює напрям і нерідко – в небажаний бік. Навіть найпотужніші компанії, що витрачають величезні фінансові кошти на соціальні цілі, не змогли (у більшості випадків) перекопати соціум у ширості своїх задумів. Матеріали численних досліджень – як вітчизняних, так і зарубіжних – засвідчують, що чимало представників соціуму вважають, що КСВ у нинішньому її форматі – це піар; спосіб уникнути регулювання з боку державних і міжнародних органів, а також інститутів соціального партнерства; елемент лукавої маркетингової політики.

Чимало суб'єктів громадянського суспільства (навіть тих, які вірять у потенціальні можливості КСВ) наголошують на тому, що за домінуючих реалій сьогодення КСВ – це намагання завуалювати справжні цілі та водночас спроба надати корпораціям “людського обличчя”, уникнути звинувачень у неетичній поведінці; підступний спосіб посилення влади корпорацій; одна з технологій світового домінування, за якої глобальний бізнес залишається все тим самим бізнесом – економікоцентричним, асоціальним. Відомий зарубіжний вчений Гж.В. Колодко стверджує, що “модною димовою завісою у світі бізнесу ... є концепція соціальної відповідальності підприємства” [1, с. 47].

Слід підкреслити, що і серед представників бізнес-структур немає єдності у розумінні природи, джерел і наслідків соціально відповідальної діяльності. І хоча мало хто з бізнес-середовища відкрито наважується бути прихильником М. Фрідмена, який стверджував, що кожний повинен займатися своєю справою (фірма – отримувати прибуток, а держава – опікуватися соціальними проблемами), все ж прихований саботаж і несприйняття сучасної філософії КСВ мають місце. Перманентно виникають сумніви й запитання: “А чи треба бізне-

* Розгорнута характеристика природи, джерел і складових КСВ у контексті формування та еволюції світової економічної думки з цього питання міститься у цілому ряді публікацій автора: *Колот А.М.* Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів // Україна: аспекти праці. – 2013. – № 8. – С. 3–17; *Колот А.* Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 3. – С. 3–9.

су опікуватися соціальними проблемами стейкхолдерів?”; “Чи варто пов’язувати прибутковість з витратами на соціальні цілі?”; “Чи можуть у бізнесу бути альтруїстичні цілі, або ж він і при вирішенні соціальних проблем бачить, насамперед, свої економічні вигоди?”; “Чи не є КСВ перешкодою на шляху економічного розвитку?”.

Таким чином, у нас є підстави констатувати, що чимало представників соціуму все ще не мають об’єктивного, неупередженого, сучасного розуміння достеменної сутності та ролі КСВ, значення цього феномену для бізнес-організацій і суспільства в цілому. Тому саме науковці покликані допомогти широкому загалу подолати вульгарне, примітивне уявлення про КСВ, зрозуміти її як елемент стратегії стійкого розвитку економіки й суспільства.

Одним з перших кроків на шляху системного опрацювання сучасної філософії соціальної відповідальності в цілому і корпоративної зокрема є видання монографії з цієї проблематики, підготовленої представниками наукової школи трудовиків Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана [2].

Автори монографії намагалися не гаслами, а науково виваженими аргументами довести, що для забезпечення стійкого розвитку соціальна відповідальність бізнес-організацій має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність чи втілення у життя проектів інноваційного розвитку. “Червоною ниткою” через монографію проходить думка про те, що соціальну відповідальність треба “підживлювати” не закликами “бути соціально відповідальними”, а усвідомленням сучасних викликів і створенням умов, за яких “дерево соціальної відповідальності” має прижитися на українській землі.

На розвиток останньої тези пропонуємо в концентрованій формі розглянути сучасні виклики, а отже, об’єктивні причини актуалізації КСВ і вітчизняні реалії, що не сприяють утвердженню на практиці якнайсприятливіших умов для масштабної, суспільно значущої, соціально відповідальної діяльності бізнес-організацій.

До об’єктивних причин необхідності посилення соціальної відповідальності всіх суб’єктів економічної діяльності та інститутів суспільства зараховуємо:

- втрату стійкості економічного розвитку, що вимагає формування нових опор і задіяння нових факторів економічної динаміки;
- поглиблення асиметрії економічного і соціального розвитку, яка дедалі більше загрожує економічній і соціальній безпеці;
- загострення проблеми конкурентоспроможності, що зумовлює необхідність пошуку нових способів і засобів набуття конкурентних переваг;
- посилення конкуренції за ресурси стійкого розвитку, насамперед, за найбільш цінні та продуктивні — людські;
- послаблення соціокультурних і моральних настанов соціальної діяльності багатьох суб’єктів підприємництва;
- поширення ліберальних концепцій соціально-трудової сфери та масові прояви десоціалізації відносин у сфері праці;
- превалювання концепції “людини економічної” над концепціями “людини соціальної” та “людини соціально відповідальної”; неадекватне розуміння

діалектики економічного і соціального розвитку багатьма представниками як бізнесу, так і владних структур;

– ерозію “культури солідарності” та масові прояви формування так званого “суспільства індивідів”;

– загострення екологічних проблем, які межують з катаклізмами регіонального і національного масштабів.

Усе перелічене переконує в тому, що на сучасному етапі існує нагальна потреба в істотних змінах у практиці соціально відповідальної діяльності членів суспільства та його інститутів. Серед останніх вагоме місце займають бізнес-організації.

У згаданій монографії переконливо доведено, що для формування і вироблення сучасного, усвідомленого, цивілізованого, неупередженого та об’єктивного уявлення про достеменну природу, роль, значення і наслідки КСВ для діяльності бізнес-організацій цей феномен слід розглядати крізь призму:

- морально-духовних засад діяльності інститутів економіки і суспільства;
- сучасних факторів набуття конкурентних переваг;
- сучасної місії бізнесу;
- інтересів внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів бізнес-організацій;
- сучасної ролі соціальних ресурсів у забезпеченні стійкого розвитку.

Саме цей підхід до розуміння сучасної філософії КСВ дістав відображення у колективній монографії, про яку йшлося.

На розвиток наших попередніх досліджень підкреслимо також те, що нова роль і суспільна значущість КСВ не в останню чергу пов’язані з глибокими змінами, які сталися упродовж останніх десятиріч у тріаді “ринок – держава – організація”. Йдеться про підвищення ролі організацій у розв’язанні завдань стійкого економічного і соціального розвитку, про істотні зміни у зазначеній тріаді на користь організацій. Саме організації повинні взяти на себе роль провідної ланки в механізмі узгодження в економіці та суспільстві індивідуальних і групових інтересів. Повністю погоджуємося з думкою відомого американського соціолога Д. Белла, що “бачення корпорації лише як економічного інструмента означає повне нерозуміння значення соціальних перетворень за останні півстоліття” [3, с. 378].

Перебирання корпораціями на себе окремих функцій держави та зростання ролі корпоративної влади мають пряме відношення до посилення значущості інституту КСВ. Ще філософи античності наголошували, що більша свобода і більша влада повинні передбачати і більшу відповідальність. Отже, сучасну роль і місію КСВ маємо розглядати з широких позицій, і зокрема – крізь призму підвищення ролі організацій та утвердження нової корпоративної влади.

На розвиток попередньої тези підкреслимо, що організація – це не просто економічна цілісність. Сучасна організація є органічною частиною складної, взаємозв’язаної та взаємозалежної сукупності інститутів. Останні справляють значний вплив на організацію, виступаючи в ролі споживачів, постачальників, органів влади, посередників, арбітрів тощо. У цій непростій мережі відносин переплетено економічні, соціальні, екологічні та політичні інтереси, мотиви і прагнення.

Інститути (партнери), що оточують бізнес-організацію, як і її працівники, очікують від неї не тільки економічно відповідальних дій, але й участі у розв’язанні соціальних, екологічних та інших проблем. Суспільство зацікавлене в тому, щоб кожна бізнес-структура набула статусу організації, орієнтованої на стійкий розвиток. Як наука, так і практика переконують, що на такий розвиток можуть розраховувати лише організації, здатні й готові до виконання своїх морально-духовних обов’язків і правових норм в економічній, соціальній, екологічній та інших сферах, життєво важливих для розвитку економіки й суспільства.

Принципово важливим є те, що соціальна відповідальність бізнес-організацій здатна перемагати у “конкуренції за лояльність”. Йдеться про те, що на полі конкуренції дедалі більше розгортається боротьба за чистоту відносин з інститутами громадянського суспільства, за споживачів, за лояльне ставлення до бізнес-організацій з боку стейкхолдерів.

Кращі практики ведення бізнесу переконують у тому, що бізнес повинен не ігнорувати, а враховувати стрімко зростаючі вимоги з боку суб’єктів та інститутів соціально-економічного середовища до етичних, екологічних і соціальних аспектів його діяльності. Слід враховувати, що при цьому ускладнюються та розширюються вимоги до всіх компонентів діяльності бізнес-організацій, і в тому числі такі, як неприпустимість використання дитячої праці, утвердження соціально відповідальної поведінки. Усе це вимагає соціально відповідальних дій з боку бізнес-структур, що, у свою чергу, працює на прирощення соціальних ресурсів.

Дедалі ширша участь організацій у вирішенні соціальних проблем пов’язана також з обмеженими перерозподільними можливостями держави на сучасному етапі, що є наслідком:

- а) уповільнення темпів економічного розвитку;
- б) зміни вікової структури населення більшості розвинутих країн у бік підвищення частки його старших вікових груп, а отже – і навантаження на фонди соціальних виплат;
- в) завищення реальних можливостей держави у вирішенні завдань соціального розвитку.

За таких умов бізнес перетворюється на основного постачальника соціальних послуг, у тому числі й тих, які традиційно розглядалися як сфера державної участі.

Наведене переконує, що КСВ не має нічого спільного зі сприйняттям цього інституту як разової благодійної акції, як діяльності на злобу дня. Сучасна філософія у цій сфері є такою: КСВ необхідна самій бізнес-організації не менше, ніж інститутам держави й суспільства.

У практиці КСВ були і залишаються вагомими етична складова та визнання соціально відповідальної діяльності як етичного зобов’язання. І все ж більш реальною, практично більш корисною і виправданою є її інтегрована якість, яка не заперечує морально-етичних засад і водночас передбачає інтеграцію соціально відповідальних дій у корпоративну політику та в корпоративну діяльність, зважаючи на те, що КСВ є вкрай необхідною і бізнес-організаціям, і дотичним до них інститутам, і суспільству в цілому. При цьому слід враховувати як прямі, так і непрямі, побічні наслідки соціально відповідальної поведінки. За результатами

дослідження, проведеного на замовлення Світової ради підприємців, встановлено такі переваги соціально відповідальної діяльності бізнес-організацій:

- розширення підтримки співробітниками дій менеджменту;
- покращення морального клімату всередині організації;
- більше схвалення стейкхолдерами суспільної діяльності організації;
- зниження ризиків і зменшення коштів, які витрачалися на досягнення передумов для економічної безпеки;
- покращення іміджу компанії;
- більша міра самоконтролю і менша – державного регулювання, а також впевненість контролюючих органів у тому, що бізнес відповідає існуючим формальним і неформальним нормам [4, с. 299].

Отже, КСВ як філософія, явище, суспільний феномен гідна того, щоб інститути економіки й суспільства взяли її на озброєння і розглядали як одну з першоснов забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку. Втім, вектори розвитку теорії та практики у сфері КСВ, хоча й розвиваються паралельно, але нерідко – у різних напрямках. І вітчизняний, і зарубіжний досвід переконують у відсутності прямого зв'язку між масштабами і глибиною теоретичного опрацювання проблематики КСВ і динамікою запровадження найкращих практик соціально відповідальної поведінки. З цього приводу відома американська дослідниця проблематики КСВ Д. Доан зазначає, що величезні зусилля, які витрачаються на розвиток і пропаганду теорії КСВ, врешті-решт, мало змінюють поведінку бізнесу в інтересах забезпечення стійкої соціальної динаміки.

Але це не означає, що наукові дослідження у розглядуваній сфері та пропаганду ідеї, принципів і усієї філософії КСВ слід згортати. Навпаки, необхідно активізувати дослідження науково-прикладного характеру з метою подолання прірви між об'єктивною необхідністю всім суб'єктам економіки й суспільства бути соціально відповідальними та реальним станом справ. Принципово важливо опрацювати теоретичні та прикладні проекти, які повинні привернути увагу бізнесу до активної соціальної діяльності, а також підштовхнути і (або) примусити його бути соціально відповідальним.

Узагальнюючи викладене, правомірно зробити такий висновок. Логіка наукових досліджень, здоровий глузд, неупереджені судження мали б переконати соціум та його організації, що КСВ – це не мода, не дії на злободенну тему, не благодійність, як і не примус, а соціальний інститут, з використанням потенціалу якого можна набути конкурентних переваг і забезпечити стійкий розвиток. Але чому ж тоді “дерево соціальної відповідальності” не приживається на українській землі, а якщо й приживається, то не родить? [5].

Відповідь на це запитання зовсім не проста і не однозначна. На нашу думку, причини мізерних масштабів і низької ефективності КСВ в українській практиці є різними, і серед них чітко простежуються моральні, духовні, економічні, ментальні, інституційні, соціокультурні та ряд інших. Узагальнення цих причин дозволяє виокремити їх укрупнені групи.

До основних причин, своєрідних “тромбів”, які істотно обмежують потенціальні масштаби та реальний прояв в українській практиці соціально активної поведінки, а також сприйняття інституту КСВ, слід віднести:

- вкрай несприятливе економічне середовище і незадовільний бізнес-клімат;
- не адекватну потребам сьогодення роль держави як соціального інституту та соціального партнера;
- спотворене уявлення про сучасну місію бізнесу, взаємозв’язок і взаємозумовленість економічної та соціальної складових стійкого розвитку;
- відсутність належних інституційних передумов для соціально активної діяльності;
- приниження або неусвідомлення достеменної ролі соціальних ресурсів у забезпеченні стійкого розвитку;
- масові прояви деградації етичних цінностей топ-менеджменту бізнес-організацій і відсутність належних моральних передумов для активної соціально відповідальної діяльності;
- недостатнє наукове опрацювання прикладних засад імплементації КСВ у систему корпоративного управління.

Розгорнута характеристика причин, які стримують (а нерідко й унеможливають) соціально відповідальну активність бізнес-організацій, міститься у ряді наукових публікацій, підготовлених автором одноособово та у співавторстві [2; 6; 7; 8]. Далі наводяться лише окремі аргументи і судження, які доповнюють і розвивають оприлюднене раніше.

Вважаємо, що одними з перешкод на шляху утвердження КСВ вищого рівня та кращої якості є не адекватне потребам і реаліям сьогодення розуміння багатьма бізнес-організаціями своєї місії, а також спотворене уявлення про критерії та показники стійкого розвитку. Дійсно, за нашими оцінками та висновками багатьох інших учених-економістів, український бізнес істотно запізнюється з усвідомленням філософії сучасної *місії бізнесу*, яку було зафіксовано в Маніфесті, прийнятому ще у 1973 р. у Давосі, на III Всесвітньому конгресі підприємців і менеджерів. У цьому документі зазначається, що головним завданням бізнесу є не максимізація прибутку, а створення оптимальних умов для довгострокового, стійкого розвитку бізнесу, а отже, і всього суспільства. Інакше кажучи, КСВ повинні працювати на підвищення конкурентоспроможності суб’єктів господарювання.

Справедливим є твердження, що сьогодні основним критерієм ефективної діяльності підприємства виступає не прибуток, а більш складний соціально-економічний феномен – конкурентоспроможність. Прибутковість і конкурентоспроможність пов’язані між собою, але цілком очевидно, що саме конкурентоспроможність є умовою довгострокової прибутковості та стійкого розвитку. Повністю виправданим і узгоджуваним із сучасною місією бізнес-організацій, з джерелом набуття конкурентних переваг і сприйняттям бізнесу як “корпоративного громадянина” є підхід Р. Дала до пояснення природи соціальної відповідальності, згідно з яким “сьогодні абсурдно розглядати корпорації просто як підприємства, що засновані для єдиної мети отримання прибутку. Ми, громадяни, даємо їм спеціальні права, владу і привілеї, захист і переваги на основі розуміння, що їх діяльність ... приносить нам користь... Кожна корпорація має розглядатись як соціальне підприємство, чий існування і рішення можуть бути виправдані, тільки якщо вони служать суспільній або соціальній меті” [9].

При такому баченні природи і значення КСВ як домінанта сприймається думка, що корпорація розробляє і реалізує соціальні програми свідомо, мотивовано, задіюючи і фінансовий, і організаційний, і управлінський потенціали. Форми та напрями соціально відповідальної діяльності можуть бути різними залежно від стратегічної спрямованості загальної корпоративної політики, національних традицій, соціально-економічних і політичних особливостей конкретної країни. Бізнес, який претендує на стійкий розвиток, повинен переформувати стратегію і тактику своєї діяльності, усвідомити, що він (бізнес) залежить від навколишнього природного середовища, інститутів держави й суспільства в цілому, а для власного успішного розвитку – зарекомендувати себе цивілізованим “корпоративним громадянином”.

Засвоєнню сучасної філософії КСВ перешкоджає також той факт, що багато представників бізнес-структур не усвідомлюють або принижують роль соціальних ресурсів у набутті конкурентних переваг. До останнього часу провідна, незаперечна роль у розвитку бізнес-організацій дійсно належала економічним ресурсам (матеріальним, фінансовим). Реалії ж сьогодення є такими, що економічний успіх компаній дедалі більше залежить від кількості та якості соціальних ресурсів – як внутрішніх, так і зовнішніх.

Підкреслимо, що соціальні ресурси, здебільшого, є дефіцитними, обмеженими. Йдеться про талант, інтелект, креативність, адаптивність, інноваційність тощо, тобто про ресурси, які де-факто стають головними у формуванні незаперечних конкурентних переваг для тих, хто ними володіє, і здатними значно послаблювати ринкові позиції для тих, хто ними не володіє або володіє малою мірою. Особливе місце у прирощенні соціальних ресурсів бізнес-організацій належить КСВ. Цілком очевидно, що соціальна активність, соціальне сприйняття суспільних потреб, соціальні інвестиції, соціально відповідальні дії здатні працювати на здобуття найсучасніших знань і компетенцій; управління талантами; збереження ключових співробітників; розвиток корпоративної культури; формування нової якості соціального капіталу; формування й підтримання ділової репутації.

Варто привернути увагу читача до ще однієї перешкоди на шляху до стійкого соціального розвитку – наявної асиметрії між теоретичним, філософським опрацюванням проблематики КСВ і прикладними дослідженнями процесу імплементації цього соціального інституту в корпоративні політику та практику. Зусилля науковців мають бути спрямовані не тільки і не стільки на пізнання всієї палітри явищ і процесів, пов’язаних з феноменом КСВ, скільки на використання результатів дослідження під час формування та реалізації корпоративної політики, яка б працювала на стійку соціальну динаміку. Інакше кажучи, теоретико-прикладні дослідження у цій сфері повинні мати не описовий, а, здебільшого, організаційно-управлінський, рекомендаційний характер.

Ще раз наголошуємо на тому, що завдання науковців в окресленій сфері – не просто зрозуміти природу КСВ, виклики та тенденції розвитку, а головне – підготувати науково-прикладний фундамент для стійкого розвитку світу праці, світу соціально-трудових відносин, як і інших відносин, які безпосередньо впливають на забезпечення стійкої динаміки.

Наукова школа трудовиків Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана активно працює над проблематикою КСВ, пошуком шляхів підвищення ефективності цього суспільного інституту. Одним з напрямів такого наукового пошуку є опрацювання теоретичних і прикладних засад взаємозв'язку феномену КСВ з іншими взаємозв'язаними інститутами бізнес-середовища — корпоративною культурою, соціальним партнерством, соціальною згуртованістю тощо. На наш погляд, на особливу увагу заслуговує проблематика взаємозв'язку КСВ і соціального партнерства. Це пояснюється, у першу чергу, тим, що КСВ не є єдиним елементом, через який здійснюється зв'язок бізнесу із соціальним розвитком суспільства.

Соціальна відповідальність бізнес-організацій — як відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, — тісно пов'язана із соціальним партнерством, під яким традиційно розуміються відносини у соціально-трудовій сфері між працівниками і роботодавцями за активної участі держави. Зазначимо, що останнім часом і у вітчизняній, і в зарубіжній літературі спостерігається тенденція до розширеного тлумачення соціального партнерства як одного з механізмів співробітництва представників усіх соціальних сил, яке не обмежується вирішенням проблем соціально-трудової сфери. При такому підході до розуміння сутності та рамок соціального партнерства ще більш очевидним стає його зв'язок із соціальною відповідальністю. Посилення уваги до КСВ, оволодіння цією ідеєю з боку мас, її активне просування роботодавцями ніяк не применшують значення соціального партнерства. На загрози, які можуть стати реальністю при зниженні ролі інституту соціального партнерства, звертають увагу чимало дослідників, і зокрема — Т. Чубарова, підкреслюючи: “Ідея соціальної відповідальності останнім часом досить активно просувається насамперед самими роботодавцями. Йдеться по суті вже не про право працівників на отримання соціальних гарантій, а про свідомість роботодавців. Таким чином, виникає небезпека підміни жорстко структурованої системи соціального партнерства як конкретного механізму вирішення соціально-трудових проблем, який вимагає участі інших соціальних сил суспільства, а саме працівників і держави, якоюсь розмитою і невизначеною соціальною відповідальністю роботодавців, яка до того ж може взагалі обійти увагою соціальні інтереси працівників” [10, с. 52].

Одним з напрямів подальшого наукового пошуку у сфері КСВ, здійснюваним науковою школою трудовиків Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, є опрацювання теоретичних і прикладних засад феномену *консолідованої (спільної, комунітарної) соціальної відповідальності* [11]. Філософські та теоретико-методологічні засади КСВ пов'язані з тим, що інтереси забезпечення стійкої соціальної динаміки вимагають, щоб соціально відповідальними були не окремі партнери, а всі учасники суспільної коаліції, які вправі очікувати від інших адекватної соціально відповідальної поведінки.

Логіка консолідованих дій провідних соціальних сил (держави, корпорацій, найманих працівників та їхніх представницьких органів, інших інститутів) повинна бути такою: соціальні партнери мають не тільки свої специфічні інтереси, але й спільні цілі; їх об'єднують спільні цивілізаційні цінності; вони *репрезентовані тими самими громадянами*. За цих умов між ними можуть і мають бути

партнерські відносини, які б передбачали спільну, консолідовану відповідальність. Потреба у консолідованих діях соціальних партнерів особливо актуалізується в умовах нестійкості економічного розвитку, перманентних кризових явищ, зростаючої конкуренції та необхідності набуття незаперечних конкурентних переваг. В умовах і реаліях сьогодення саме соціально відповідальна поведінка та соціально відповідальні дії соціальних партнерів повинні стати сполучною ланкою між ними і домінуючим фактором забезпечення стійкого розвитку.

Консолідована (спільна) соціальна відповідальність заперечує домінування індивідуального і колективного егоїзму, натомість передбачаючи *рівноцінну відповідальність* усіх соціальних партнерів. Так, бізнесова структура, яка виконує свій обов'язок перед власним персоналом, державою, суспільством і постійно підвищує свій вклад у соціальний розвиток організації, держави, регіону, вправі очікувати адекватної соціальної поведінки від інших партнерів по суспільній коаліції, і зокрема – від держави.

Для бізнес-структури як партнера по суспільній коаліції неприйнятною є поведінка тих державних структур, які реалізують політику державного рекету, підштовхують до адміністративної корупції, змушують сплачувати податки наперед, чинять адміністративні перешкоди тощо. У цьому контексті зазначимо, що не можна визнати рівноцінними, соціально відповідальними також дії з боку профспілок, які не сприяють підвищенню конкурентоспроможності організації. І навпаки, спільні зусилля представницьких органів роботодавців і найманих працівників щодо підвищення конкурентоспроможності організації, набуття конкурентних переваг забезпечують її власникам більші дивіденди, менеджерам – гідну винагороду у формі окладів, премій і бонусів, працівникам – збереження робочих місць і належну заробітну плату. За умови спільних зусиль щодо підвищення конкурентоспроможності організації більш імовірним буде соціальний компроміс між профспілками і роботодавцями з приводу участі найманих працівників у розподілі її прибутків.

Отже, для ефективної взаємодії соціальних партнерів, створення якнайсприятливіших умов з метою забезпечення стійкої соціальної динаміки треба прагнути до забезпечення на практиці рівноцінної, комунітарної, спільної соціальної відповідальності, яку в узагальненому вигляді доцільно трактувати як *консолідовану*. Консолідована відповідальність буде вищою за умов, по-перше, якнайповнішого збігу інтересів соціальних партнерів, а по-друге, узгодженості дій партнерів і рівноцінного вкладу кожного з них у спільну відповідальність. За такого підходу до розуміння філософії соціальної відповідальності вона постає не тільки як індивідуальна відповідальність окремого суб'єкта, але й як спільна, загальна, консолідована відповідальність усіх учасників соціально-трудова відносин. Ще раз наголошуємо на тому, що КСВ розглядається нами як соціальна інновація у формуванні, регулюванні та розвитку соціально-трудова відносин і соціальної політики в цілому. Мета КСВ полягає у досягненні консенсусу між соціальними партнерами на основі знаходження балансу їх інтересів, досягнення компромісів на засадах взаємної довіри, усвідомлення кожним із соціальних партнерів своєї соціальної відповідальності. Водночас КСВ постає як *усвідомле-*

на необхідність досягнення стійкої соціальної динаміки при використанні потенціалу морально-етичних норм суспільства.

На завершення підкреслимо, що у суспільстві, значною мірою розрізненому, культурно розколотому, в якому триває девальвація морально-духовних цінностей, соціальна відповідальність у цілому і корпоративна зокрема не виникають самі собою. Не залишається іншого шляху, крім як поступово і наполегливо їх формувати, імплементуючи у корпоративну політику, у стратегію стійкого розвитку.

На цьому етапі великого значення набувають просвітницько-роз’яснювальна діяльність, пропаганда найкращих практик соціально відповідальної поведінки з апеляцією до потреб, інтересів, мотивів і вигід сторін, які заінтересовані у соціально відповідальній діяльності інститутів економіки й суспільства. Активна пропаганда ідеї КСВ з боку науковців і просвітницька діяльність у цій сфері можуть і повинні поєднуватися з елементами прямого і (або) непрямого впливу на соціальну активність бізнес-організацій з боку держави. Зауважимо, що передові зарубіжні практики демонструють широкий арсенал засобів впливу на соціальне сприйняття бізнес-організацій з боку держави. Так, наприклад, дійовим засобом непрямого впливу на соціальну поведінку бізнес-структур є соціальне маркування продукції (social labeling). Йдеться про спеціальні сигнали для споживачів через маркування продукції, що виробляється соціально відповідальними компаніями. Чимало науковців пропонують радикальніші заходи інституційного, юридичного характеру — такі, наприклад, як законодавчо зобов’язати менеджерів великих акціонерних компаній враховувати інтереси не тільки акціонерів, але й інших стейкхолдерів і звітувати перед ними за певними процедурами та регламентами про наслідки соціально відповідальних дій.

У такому самому контексті слід акцентувати увагу на необхідності підвищити соціальну відповідальність представників наукової громадськості. За абстрактними категоріями “відповідальність”, “соціальна активність”, “соціальне сприйняття” та ін. дедалі більше і більше перестаємо бачити глибинні процеси і явища. Науковці дедалі частіше не можуть пояснити складні процеси, виокремити першопричини, походження, рушійні сили розвитку, сучасні тренди і доміанти суспільного поступу. У нашому розумінні людина з високими науковими званнями і ступенями не може, не має права бути соціально безвідповідальною, не займати активної життєвої позиції. Але будемо відвертими. Повсякденна наукова риторика і реальне життя розвиваються паралельно, але нерідко — у протилежних напрямках за нашої спостережливо-нейтральної позиції. За закликами до стабілізації та зростання добробуту не можна не бачити віддалення від європейських стандартів якості життя, як і від стандартів свободи, справедливості, соціального включення, соціальної згуртованості тощо.

Неочікувано з’ясується, що ми, виявляється, наближаємося до усталених характеристик країн “третього світу” — з аномальною поляризацією доходів, неприпустимими масштабами злиття влади і власності, монополізацією всього з боку олігархічних структур. Але продовжуємо за інерцією прославляти або мовчати. Справедливою, на наш погляд, є постановка таких запитань: “Чи не з вини науковців соціум і на початку нового тисячоліття не спромігся глибоко усвідо-

мити діалектику економічного і соціального розвитку?; “Чи не з вини науковців та їхньої безвідповідально спостережливої позиції поширюються економоцентризм, ліберальна концепція, невідпрацьована модель “людини соціальної” та “людини відповідальної”?”; “Чи не за позиції несупротиву з боку науковців триває масштабний процес формування і поширення асоціальних моделей суспільного устрою?”.

І на закінчення ще раз підкреслимо, що основними передумовами для забезпечення стійкої соціальної динаміки є гармонізація всієї системи суспільних відносин і розбудова в Україні моделі реального соціально-економічного прогресу. Вважаємо, що формування такої моделі – чи не основне завдання наукової громадськості.

Список використаної літератури

1. Колодко Гж.В. Этика в бизнесе, экономике и политике // Вопросы экономики. – 2007. – № 11.
2. Колот А.М., Гришнова О.А. та ін. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : моногр. ; [за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота]. – К. : КНЕУ, 2012.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М. : АКАДЕМИЯ, 1999.
4. Информационная эпоха: вызовы человеку ; [под ред. И.Ю. Алексеевой и А.Ю. Сидорова]. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010.
5. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова О.В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : моногр. – Донецьк : Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2013.
6. Колот А.М. Дослідження взаємозв'язку соціального та економічного розвитку як складової “переформатизації” економічного мислення // Соціально-трудові відносини: теорія і практика. – 2012. – № 1 (3). – С. 5–11.
7. Колот А.М. Еволюція ролі держави та інструментарію її впливу на розвиток соціально-трудової сфери // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2011. – № 1. – С. 5–13.
8. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку : моногр. – К. : КНЕУ, 2010.
9. Dahl R.A. A Prelude to Corporate Reform // Business and Society Review. – 1972. – Spring. – № 1.
10. Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство. – СПб. : Нестор-История, 2011.
11. Колот А.М., Павловская О.В. Социальное партнерство как институт формирования консолидированной социальной ответственности: теоретические основы // Социальная экономика. – 2013. – № 1. – С. 81–91.

References

1. Kolodko Grz.W. *Etika v biznese, ekonomike i politike* [Ethics in business, economy, and policy]. *Voprosy Ekonomiki – Questions of Economy*, 2007, No. 11 [in Russian].
2. Kolot A.M., Grishnova O.A., etc. *Sotsial'na Vidpovidal'nist': Teoriya i Praktyka Rozvytku, za nauk. red. D-ra ekon. nauk, Prof. A.M. Kolota* [Social Responsibility: Theory and Practice of Development], edited by A.M. Kolot. Kyiv, KNEU, 2012 [in Ukrainian].

3. Bell D. *Gryadushchee Postindustrial'noe Obshchestvo* [The Coming of Post-Industrial Society]. Moscow, Akademiya, 1999 [in Russian].
4. *Informatsionnaya Epokha: Vyzovy Cheloveku, pod red. I.Yu. Alekseevoi i A.Yu. Sidorova* [Informational Epoch: Challenges to a Person], edited by I.Yu. Alekseeva and A.Yu. Sidorov. Moscow, Russ. Polit. Encycl., 2010 [in Russian].
5. Novikova O.F., Deich M.E., Pan'kova O.V. etc. *Diagnostyka Stanu ta Perspektyv Rozvytku Sotsial'noi Vidpovidal'nosti v Ukraini (Ekspertni Otsinky)* [Diagnosis of the State and Perspectives of the Development of Social Responsibility in Ukraine (Expert Estimates)]. Donetsk, Inst. of Industr. Econ. of the NASU, 2013 [in Ukrainian].
6. Kolot A.M. *Doslidzhennya vzaemoz'yazku sotsial'nogo ta ekonomichnogo rozvytku yak skladovoi "pereformatizatsii" ekonomichnogo myslennya* [Study of the interconnection of social and economic developments as a component of the "reformatization" of the economic thinking]. *Sotsial'no-Trudovi Vidnosyny: Teoriya i Praktyka — Social.-Labor Rel.: Theor. and Pract.*, 2012, No. 1 (3), pp. 5–11 [in Ukrainian].
7. Kolot A.M. *Evolutsiya roli derzhavy ta instrumentariyu ii vplyvu na rozvytok sotsial'no-trudovoi sfery* [Evolution of state's role and the tools of its influence on the development of the socio-labor sphere]. *Sotsial'no-Trudovi Vidnosyny: Teoriya i Praktyka — Social.-Labor Rel.: Theor. and Pract.*, 2011, No. 1, pp. 5–13 [in Ukrainian].
8. Kolot A.M. *Sotsial'no-Trudova Sfera: Stan Vidnosyn, Novi Vyklyky, Tendentsii Rozvytku* [Socio-Labor Sphere: State of Relations, New Challenges, Tendencies of Development]. Kyiv, KNEU, 2010 [in Ukrainian].
9. Dahl R.A. A Prelude to Corporate Reform. *Business and Society Review*, 1972, No. 1.
10. Chubarova T.V. *Sotsial'naya Otvetstvennost' v Rynochnoi Ekonomike: Rabotnik, Biznes, Gosudarstvo* [Social Responsibility in a Market Economy: Worker, Business, State]. St.-Petersburg, Nestor-Istoriya, 2011 [in Russian].
11. Kolot A.M., Pavlovskaya O.V. *Sotsial'noe partnerstvo kak institut formirovaniya konsolidirovannoi sotsial'noi otvetstvennosti: teoreticheskie osnovy* [Social partnership as an institution of formation of the corporate social responsibility: theoretical foundations]. *Sotsial'naya Ekonomika — Social Economy*, 2013, No. 1, pp. 81–91 [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 17 січня 2014 р.
