

## **ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ**

УДК 316.4:334

**В. П. ЗВОНАР,**  
*кандидат економічних наук,  
старший науковий співробітник відділу проблем формування соціального капіталу*

*Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України  
(Київ)*

### **ЛОГІКА ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СОЦІОЕКОНОМІЧНОГО ФЕНОМЕНУ**

*Запропоновано методологічну схему комплексного теоретичного дослідження соціальної відповідальності як феномену соціальної економіки. Досліджено економічний зміст і обґрунтовано внутрішню структуру соціально відповідальної поведінки економічних суб'єктів у розрізі транзакційної архітекtonіки економічних відносин. Конкретизовано особливості взаємозв'язку соціальної відповідальності, опортунізму і "доброї волі".*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, економічний зміст, транзакція, реципрокність.

---

**V. P. ZVONAR,**  
*Cand. of Econ. Sci.,  
Senior Sci. Researcher, Department of Problems of Formation of a Social Capital*

*M.V. Ptukha Institute of Demography and Social Studies of the NAS of Ukraine  
(Kyiv)*

### **LOGIC OF STUDIES OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON**

*A methodological scheme of complex theoretical studies of the social responsibility as a phenomenon of the social economy is proposed. The economic content is studied, and the internal structure of the socially responsible behavior of economic entities in the cut of the transaction architectonics of economic relations is substantiated. Peculiarities of the interconnections between the social responsibility, opportunism, and "goodwill" are specified.*

**Keywords:** social responsibility, economic content, transaction, reciprocity.

Новітня масштабна соціально-економічна криза в Україні, породжена безпрецедентною за причинами і наслідками фазою суспільно-політичної нестабільності, загрожує сьогодні ескалацією соціальної поляризації та напруженості, нормативно-ціннісним вакуумом у соціально-економічних відносинах (навіть їх криміналізацією). Криза такого характеру — час безальтернативної активізації наукового пошуку способів обґрунтування та формування в економіці поведінкового і світоглядного стереотипу соціальної відповідальності (СВ). Такий пошук продовжує традицію економізації соціофілософського за природою феномену СВ, виводячи його за звичні методологічні рамки етико-філософської дискусії. Проте він не може обмежуватись управлінськими і мікроекономічними аспектами бізнес-етики, як це найчастіше спостерігається у фаховому дискурсі. Він повинен охоплювати за-

---

**Звонар Віктор Павлович (Zvonar Viktor Pavlovych)** — e-mail: ilovetea@mail.ru.

гальний теоретико-економічний контекст, пропонуючи універсальне пояснення економічного змісту і логіки трансформації економічної взаємодії на засадах СВ.

Проблема незавершеності теоретико-економічного обґрунтування і розуміння СВ особливо актуалізується у ході аналізу релевантних наукових публікацій. Цю проблему позначено не тільки домінуванням у теоретичному аналізі корпоративної СВ. Нечисленні, але конструктивні та змістовні ідеї щодо економічного осмислення СВ поза вузьким контекстом бізнес-етики містяться у працях, присвячених комунітарній (багатосуб'єктній) СВ. Проте, визнаючи необхідність широкого погляду на СВ, ці дослідження нерідко позиціюють її у світлі окремих управлінських і соціально-трудова проблем, а тим самим все ж повертають СВ до корпоративного контексту. Недостатньо розробленими залишаються також власне теоретико-економічні засади комунітарної СВ. Спроби заповнити цю прогалину відсилають нас та інших дослідників до класичних і сучасних публікацій з інституціональної економіки. Сполучення їх дослідницького матеріалу з базовими для теми СВ досягненнями вчених-соціофілософів натякає на можливості аналізу СВ в економіці як антипода опортунізму. Але, незважаючи на свою очевидність, взаємозв'язок СВ і опортунізму не дістав послідовного обґрунтування та нерідко використовується інтуїтивно. До того ж теоретичний аналіз СВ виключно крізь призму опортунізму обмежує спектр способів регулятивного впливу на поведінку економічних суб'єктів, перебільшуючи значення обмежень, за своєю суттю близьких до примусу. Цей спектр відтворює вагомість негативної СВ в економіці, залишаючи її позитивну компоненту без належної уваги. Він не завжди узгоджується з інституційною структурою ринку, ключовим елементом якої є свобода: як правило, деонтологія негативної СВ її звукує. Також у цьому спектрі недостатньо враховано неоднорідність транзакційної архітектури економічних відносин: опортунізм досліджується нерідко лише у певних видах транзакцій (переважно торгових або управлінських).

**Мета статті** полягає у пропонуванні методологічної схеми комплексного теоретико-економічного дослідження СВ як феномену соціальної економіки, а також — у межах цієї схеми — у поясненні змісту і внутрішньої структури СВ як поведінкового стереотипу для економічних суб'єктів.

Послідовність відображення та аргументації економічної специфіки СВ об'єктивно вимагає звернення до аналізу найзагальніших особливостей базової — соціофілософської — категорії СВ. Соціофілософське дослідження СВ сягає у часи давньогрецьких та інших стародавніх мислителів, праці яких слугують фундаментом для більшості галузей сучасної науки. Протягом декількатисячолітнього розвитку категорії СВ напрацьовано різноманіття варіантів трактування її змісту. Поліваріантність тлумачення СВ і фрагментарність її онтології в цілому є найбільш значущими перешкодами в її дослідженні.

Для впорядкування соціофілософських знань СВ особливе значення має диференціація *антропологічної* (поведінкової) та *системної* парадигм СВ. Вони пропонують два онтологічно цілісні, але дещо відмежовані один від одного, погляди на СВ. Перший обґрунтовує її особливостями людської природи [1], а другий — особливостями організації суспільства [2]. Важливими є, на нашу думку, і спроби у межах *суспільно-історичної* парадигми СВ пояснити різне тлумачення змісту СВ різницею в конкретно-історичному контексті суспільних відносин [3].

Використовуючи попередні наукові здобутки, ми доповнюємо дискурс довкола СВ підходом, націленим на синтез онтології СВ. Він передбачає аналіз у єдиному комплексі *онтологічних рамок СВ* і *онтологічного ядра СВ*, об'єднуючи антропо-

логічні та системні аспекти СВ і диференціюючи стани онтологічного ядра з урахуванням еволюції суспільства. *Онтологічні рамки СВ* означають об'єктивні та сталі концептуальні межі, всередині яких вона субстанційно визначається як феномен. *Онтологічне ядро СВ* відображає її субстанційність (змістове наповнення), яка змінювалась у ході історичного розвитку людського суспільства. Суспільна еволюція справляла вплив на онтологічне ядро СВ. Але онтологічні рамки СВ залишались інтактними, відмежовуючи її феномен від інших феноменів, які виникали і зникали у процесі розвитку соціуму.

Онтологічні рамки СВ проектується двома згаданими базовими соціофілософськими концепціями – антропологічною та системною. Згідно з традиціями першої, СВ – це певна *властивість соціального суб'єкта* (індивідуального чи групового), пов'язана з його ставленням до соціальної дійсності (в тому числі до інших суб'єктів). У ході історичного розвитку людського суспільства субстанційність цієї властивості (як елемент онтологічного ядра) була різною – від абсолютного підпорядкування суб'єкта соціальній дійсності (або ієрархічно більш значущим, або колективним суб'єктам) до самостійного конструювання цієї дійсності суб'єктом спільно з іншими такими суб'єктами. За традиціями системного підходу, СВ – це *властивість (стан) соціальних відносин*, визначена характером взаємодії суб'єктів, відповідно організованої. Знову-таки на різних історичних етапах її зміст (як елемент онтологічного ядра) відрізнявся – від самоцінного "порядку" як даності для суб'єкта до стану динамічної рівноваги, яка формується самими суб'єктами.

СВ як властивість соціального суб'єкта, безвідносно до її субстанційності, виявляється особливою *соціально відповідальною поведінкою*: СВ стосується лише суб'єкта дії, втілюючись у певному способі його діяльності. СВ як властивість (стан) соціальних відносин, незалежно від її конкретно-історичного змісту, виявляється специфічною організацією соціальної системи, структура якої включає: 1) суб'єкт СВ; 2) предмет СВ; 3) суб'єкт-інстанцію СВ. Ця конструкція дістала назву "*система СВ*". Її дослідниками нерідко не виправдано ігнорується значущість соціальних норм як елемента цієї структури. Норми СВ досліджуються поза взаємозв'язком "суб'єкт – предмет – інстанція". Інакше кажучи, їх існування і вплив визнаються, але у структурі системи це часто не відображається. Підкреслимо, що у системі СВ норми відіграють істотну роль. Адже норми СВ сигналізують суб'єктові про бажану від нього поведінку; інформують його про очікуваний від нього спосіб впливу на предмет СВ; виступають безпосередніми орієнтирами в оцінці діяльності суб'єкта з боку інших суб'єктів (зокрема, інстанцій) СВ.

Незважаючи на складність організації системи СВ, слід розуміти, що вона існує не сама по собі, а як "зріз" існуючої соціальної системи. СВ – це стан соціальних відносин, коли: 1) існуюча соціальна система недвозначно допускає існування вказаних елементів; 2) система СВ накладається на існуючу соціальну систему, а соціальна система, у свою чергу, перетворюється на систему СВ.

Отже, диференціація між СВ як властивістю суб'єкта і властивістю соціальних відносин означає диференціацію між *соціально відповідальною поведінкою* суб'єкта і складною *соціальною системою СВ*. У такому тлумаченні СВ перестає бути персоніфікованою характеристикою як СВ когось перед кимось за щось. Персоніфікованою є соціально відповідальна поведінка. СВ як системний феномен такою бути не може. Перехід – у межах антропологічного підходу – від розгляду СВ як абстрактної властивості соціального суб'єкта до розгляду СВ як соціально відповідальної поведінки робить можливою змістову інтеграцію цього підходу у системну парадигму СВ.

Як результат такої інтеграції, соціально відповідальна поведінка зберігає свою онтологічну окремішність і самостійне значення, але розглядається у контексті системи СВ, яка є одночасно і результатом, і фактором соціально відповідальної поведінки. Окреме важливе значення соціально відповідальної поведінки зумовлене тим, що опосередковано через неї формуються відносини у системі СВ і визначається взаємне розташування її елементів. Адже суб'єкт СВ – це ніщо інше, як суб'єкт саме соціально відповідальної поведінки. Суб'єкт-інстанція – це і суб'єкт такої поведінки, і її оцінювач у відношенні до інших суб'єктів у системі СВ. Вплив норм СВ спрямовано саме на цю поведінку. Предмет СВ – це мета соціально відповідальної поведінки і суб'єктів, і інстанцій. Водночас соціально відповідальна поведінка не “вписується” до системи СВ як її автономний елемент, оскільки поведінка – це всього лише атрибут суб'єкта.

У межах сталих концептуальних онтологічних рамок феномену СВ, заданих об'єктивним існуванням соціально відповідальної поведінки та системи СВ, на різних історичних етапах змінювався конкретно-історичний зміст як власне соціально відповідальної поведінки, так і основних елементів системи СВ, а також їх взаємовідносин. Саме цим змістом формується онтологічне ядро феномену СВ. Його хронологічні стани виступають безпосереднім предметом конкретно-історичного дослідження цього феномену. Виокремлення “позаісторичних” онтологічних рамок та аналіз станів змінного онтологічного ядра СВ у контексті історичної еволюції формують логічні передумови для консолідації антропологічної, системної та суспільно-історичної парадигм СВ. Тим самим досягається синтез онтології СВ.

З огляду на категоричну значущість соціально відповідальної поведінки для розуміння феномену СВ, але обмежені можливості її ґрунтового вивчення власне у рамках загальної системи СВ, доцільно саме аналізувати змісту цієї поведінки приділити першочергову дослідницьку увагу. Історично формування цього змісту (як і субстанційності елементів усієї системи СВ) тривало протягом ряду етапів. Особливості трансформації змісту соціально відповідальної поведінки поетапно – з періоду первіснообщинного соціуму і до сучасності – детально відображено у працях представників Санкт-Петербурзької соціофілософської школи [2; 3].

У пропонованій статті ми зосередили свій дослідницький інтерес на сучасному змісті власне соціально відповідальної поведінки. Цей інтерес продиктовано природною підвищеною актуальністю дослідження саме сьогоденних закономірностей розвитку феномену СВ. Під впливом популярної нині філософії комунітаризму сучасний зміст соціально відповідальної поведінки дедалі частіше сприймається як поведінка взаємності. Таке розуміння соціально відповідальної поведінки опосередковано застосовується багатьма вченими. Основою сучасної соціальної моралі стають згода і консенсус [4], які не можливі без взаємності. Ми приймаємо вихідним положенням нашої статті сучасне розуміння соціально відповідальної поведінки як взаємності, не заглиблюючись у соціофілософську дискусію з цього приводу.

Визначена сталими концептуальними онтологічними рамками феномену СВ, його змінна соціофілософська субстанційність (у тому числі субстанційність соціально відповідальної поведінки) містить у собі та здатна відобразити специфіку історичного розвитку змісту СВ для різноманітних видів людської діяльності (в тому числі економіки). Для виявлення цієї специфіки необхідно інсталювати онтологічне ядро СВ у конкретний галузевий (наприклад, економічний) історичний контекст. Це дозволить відстежити метаморфозу галузевої економічної субстанційності феномену СВ. Специфічна соціоекономічна феноменологія СВ формується як єдність соціофілософ-

ських онтологічних рамок феномену СВ та його історично змінної специфічної економічної субстанційності (у тому числі соціально відповідальної економічної поведінки).

Отже, методологічна схема теоретико-економічного аналізу СВ повинна в комплексі включати з'ясування історично змінного змісту *соціально відповідальної економічної поведінки, економічних суб'єктів СВ, економічної інстанції СВ, економічних норм СВ і економічного предмета СВ* на кожному (зокрема, на сучасному) етапі суспільно-історичної еволюції. Історичну трансформацію економічного феномену СВ (і відповідної поведінки) під впливом зміни первинного соціофілософського змісту СВ відображено у попередніх працях автора [5]. У цій статті ми розкриваємо економічний зміст саме *соціально відповідальної поведінки* нинішнього етапу — з урахуванням окремого значення власне поведінкового стереотипу СВ і необхідності фокусування уваги на сучасному етапі розвитку СВ.

З огляду на взаємозв'язаність *первинного соціофілософського та галузевого економічного* змістів феномену СВ, соціально відповідальна *економічна* поведінка за логікою повинна узгоджуватися з нинішнім соціофілософським змістом соціальної поведінки — *взаємністю*. Для позначення специфічно економічного змісту такої поведінки доцільно використовувати економічний поведінковий стереотип *реципрокності*. На сьогодні сформувалися дві основні наукові традиції у розумінні поведінки реципрокності. Перша розглядає її як обмін дарами на неринковій (поза-економічній) основі та протиставляє реципрокність ринковому — товарному — обмінові. Ця наукова традиція звужує (або й зовсім нівелює) можливості економічного аналізу реципрокності [6], хоча її послідовники визнають умовність безоплатності дару, тим самим іманентно допускаючи зближення суті товарного і реципрокного обмінів. Друга традиція повністю відмовляється від такого протиставлення. Вона стверджує, що реципрокність тією самою мірою може проявлятися і в ринковій економіці — в об'єктивній "вкоріненості" економічної дійсності у структуру соціальних відносин. "Вкоріненість" означає, що економічна дійсність обов'язково має соціальні передумови, соціальні наслідки і соціальний контекст у цілому [7].

Економічні суб'єкти перебувають у відносинах більшої чи меншої взаємної модальності (взаємовпливу, взаємотяжіння, взаємозалежності тощо). Реципрокність у даному випадку — це взаємовигідний обмін (обмін вигодами) учасників економічних відносин. Нереципрокна поведінка — дія, що ігнорує цю модальність або спрямована на її знищення. Ринкове тлумачення реципрокності є спільною дослідницькою платформою і для економічної соціології, і для соціальної економіки як галузі економічної науки. Беручи цей термін за основу, ми використовуємо його з важливим методологічним застереженням: реципрокність необов'язково зумовлена фактом особистого знайомства учасників або їх однаковим соціально-економічним становищем. Пропонуємо виокремити взаємоспрямованість (двосторонність) соціально-економічного впливу учасників як базову сутнісну ознаку реципрокності. Інші ознаки є ситуативними.

Для аналізу реципрокності важливо обрати відповідний підхід до розуміння економічних відносин — середовища її прояву. Можна умовно виокремити техно- і соціогенний підходи. Перший — традиційний для економічного мейнстріма — розглядає економічні відносини як відносини з приводу виробництва і поствиробничі відносини (з розподілу, обміну і споживання). Змістоутворюючою категорією в межах цього підходу є виробництво. Він виходить з технологічної детермінованості економічної взаємодії, майже ігноруючи її соціальну природу. У даному випадку економічний суб'єкт визначається через своє відношення до процесу і результатів виробництва: виробник, споживач, працівник, управлінець, власник засобів виробництва тощо.

Другий підхід тлумачить економічні відносини як відносини з приводу обміну правами власності. Такий обмін дістав назву “транзакція” і протиставляється фізичному обміну благами. Змістоутворюючою категорією цього підходу є власність [8]. Він підкреслює соціальність економічної дійсності, оскільки власність має сенс лише з огляду на її соціальну легітимізацію – “економіка Робінзона” власності не знає. Власність утворює “пучок” прав, який реалізується у соціальних відносинах і класично включає ряд елементів, серед яких основними є: 1) право володіння; 2) право користування; 3) право розпорядження (відчуження, марнування, знищення, передання у спадок тощо) [9]. У межах соціогенного підходу економічний суб’єкт є власником насамперед, чия суб’єктність визначається його модальністю у відношенні до інших власників. Такий підхід надає другорядного значення технологічному аспектові. У даному випадку виробництво (створення різноманіття економічних благ) також розглядається як складова процесу обміну між власниками.

Соціогенний підхід формує транзакційну архітектуру економічних відносин, де вся сукупність транзакцій диференціюється за певними критеріями. Базовим таким критерієм є симетричність правовідносин, оскільки він поділяє транзакції відповідно до обсягу права власності їх учасників (однаковості обсягу “пучка” власності кожного учасника обміну і рівноцінності обмінюваних благ як об’єктів власності). Згідно з цим поділом, існують симетричні транзакції (насамперед, торгові) та асиметричні (транзакції управління і транзакції раціонування). У симетричних (торгових) транзакціях кожний учасник володіє однаковою набором з “пучка” власності, а об’єкти власності є рівноцінними. Метою такої транзакції є обмін сам по собі. Управлінська транзакція припускає асиметричний характер правовідносин суб’єктів: хтось з учасників володіє більшою кількістю прав з “пучка” власності або ціннішим об’єктом власності. Такий учасник виступає у відносинах принципалом, тоді як інший – з меншим “пучком” власності або менш цінним її об’єктом – агентом. Обмін правами власності відбувається через підпорядкування дій одного економічного суб’єкта діям іншого. У транзакції раціонування теж має місце асиметрія правового статусу, але – на відміну від управлінської транзакції – суб’єктом з більшим “пучком” її власності або ціннішим її об’єктом виступає колективний орган з функцією специфікації прав. Інакше кажучи, транзакція управління і транзакція раціонування є різновидами принципал-агентських відносин. Мета таких транзакцій – створення, отримання або споживання певного блага.

Важливим є і класичний поділ транзакцій за критерієм відношення до правил економічної взаємодії – на ті, що здійснюються у рамках існуючої системи правил, а також ті, що спрямовані на зміну цієї системи (інституційні транзакції) [10]. Деякі дослідники справедливо виокремлюють ще неявні інституційні транзакції – транзакції вибору системи правил або окремого правила з можливої множини, відповідно до яких здійснюватиметься подальша економічна взаємодія між учасниками обміну [11]. Такі транзакції передують виконанню вимог існуючої системи правил і водночас не спрямовані на її зміну.

Традиційно будь-які транзакції організовуються через контракти, участь у яких визначено взаємною згодою економічних суб’єктів. Контракти покликані підвищити передбачуваність економічної взаємодії та знизити їх витрати.

Встановлюючи варіативність асиметричних транзакцій (поділ на транзакції управління і транзакції раціонування), прийнята в теорії класифікація зводить варіативність симетричних транзакцій лише до торгових. *Торгові* транзакції класично уособлюють суть ринкового обміну. Тим часом такими самими симетричними

об'єктивно постають і відносини кооперації, коли обмін правами власності відбувається, але метою такої трансакції (як і у випадку асиметричних трансакцій управління і трансакцій раціонування) не є обмін сам по собі. Метою можуть виступати колективні створення, отримання або споживання певного блага. Це дає підстави виокремлювати — поряд з торговими — також симетричні *кооперативні* трансакції. Причому ці трансакції охоплюють ширший спектр відносин, ніж кооперація в її традиційному мікроекономічному розумінні як форми організації спільної праці (як підприємства). Кооперативні трансакції не обов'язково обмежено рамками будь-якої організаційної одиниці.

Симетричними щодо права власності є, на нашу думку, і відносини конкуренції. Традиційно їх вилучено з трансакційного аналізу. Фундаментальною характеристикою конкуренції слугує суперництво (контрдія), а трансакція тією чи іншою мірою все ж зобов'язує до взаємодії. Водночас для реалізації суперництва конкуренти змушені вступати у соціальні зв'язки, якими: 1) оформлено правила такого суперництва в організаційному полі ринку; 2) передбачено взаємне спостереження за діями конкурента; 3) допускаються координація конкурентних дій і навіть взаємний обмін (наприклад, діловою інформацією). Власне саме існування суперництва визначено цими соціальними зв'язками [12]. Отже, конкуренція не заперечує взаємодії. Як бачимо, при цьому обмін правами власності здійснюється, насамперед, у рамках явної або неявної інституційної трансакції — як спільної дії конкурентів з приводу вибору правил конкуренції або їх зміни. Специфіки конкуренції тут немає, оскільки торгові та кооперативні трансакції теж можуть передбачати такі спільні дії. Взаємне спостереження не вимагає обміну. Координація конкурентних дій і взаємний обмін можуть бути не постійними, а скоріше — суб'єктивно зумовленими. У випадку їх появи взаємні дії конкурентів за суттю не відрізнятимуться від торгової чи кооперативної трансакції. Отже, особливість конкурентних відносин (коли взаємодія існує, але обмін правами власності здійснюється або ситуативно, або тільки на інституційному рівні) дозволяє відокремити їх від інших симетричних трансакцій, але не дає підстав вважати їх особливим типом таких трансакцій. У трансакційному аналізі цей тип може розглядатись як *конкурентна субтрансакція* (у цьому випадку латинський префікс "sub-" означає "недо-", "неповною мірою").

Через сполучення ринкового розуміння реципрокності та соціогенного (трансакційного) тлумачення економічних відносин можливо застосувати економічний термін "реципрокність" для позначення економічної поведінки взаємності суб'єктів СВ. Суть поведінки реципрокності — взаємний обмін вигодами учасників трансакцій і субтрансакцій, який регулюється контрактами. На нашу думку, з точки зору контрактного процесу, про реципрокність свідчать такі її взаємозв'язані компоненти: 1) *безопортуністична поведінка* як взаємне виконання перед- і постконтрактних зобов'язань; 2) *поведінка "доброї волі"* як взаємне доцільне перевершення контрактних зобов'язань.

*Безопортуністична поведінка* означає відсутність у діях учасників контракту опортунізму — намагання максимізувати свій виграв шляхом підступних дій, які безпосередньо суперечать інтересам візаві. Опортунізм ґрунтується на запереченні інтересів контрагентів, а тому є не сумісним з реципрокністю. Він проявляється окремо до і під час укладання контракту (*ex ante*), а також після досягнення домовленостей контрагентів (*ex post*) [13]. Оскільки взаємозалежність економічних суб'єктів є об'єктивним фактом економічної дійсності, то за достатньої поширеності опортунізм ставить під сумнів існування економіки взагалі, викликаючи тенденцію до "згорання"

ринку. За поширеного опортунізму складні трансакції та контракти (неразовий обмін) стають неможливими через постійно зростаючі трансакційні витрати, пов'язані з необхідними контропортуністичними діями. А згодом – якщо опортунізм стане домінуючою поведінковою стратегією – будь-які контракти втратять економічний сенс: домовленість, імовірно, замінять взаємний обман і грабунок.

*Поведінка “доброї волі”* являє собою другий елемент соціально відповідальної економічної поведінки. Найчастіше в економічній літературі це багатозначне поняття вживається як вузькоспеціалізований бухгалтерський термін (гудвіл) для позначення різниці між ціною підприємства (у тому числі умовною вартістю ділових зв'язків) і реальною вартістю його основного капіталу. Це звужене тлумачення терміна, виправдане і придатне лише для фінансово-облікових цілей і досліджень. У ширшому економічному контексті поведінкою “доброї волі” іноді називають взаємовідносини контрактерів в імпліцитному (реляційному) контракті [14]. Тут поняття “добра воля” означає взаємне дотримання всеохоплюючих особистих (неформалізованих) зобов'язань “у дружній атмосфері”. “Дружню атмосферу” формує готовність повністю виконувати зобов'язання без зовнішнього примусу. Але, на нашу думку, “добра воля” як втілення свідомої та вільної поведінки без примусу має загальний сенс: будь-яке контрактне зобов'язання пов'язується з “доброю волею” його виконувати. У цьому випадку зобов'язання реляційного контракту нічим не відрізняються від зобов'язань за іншими контрактами, якщо не виникає потреби у примусі до їх виконання.

На наше переконання, термін “добра воля” доцільно зовсім вивести за межі контрактних зобов'язань. У цьому розумінні він протиставляється контрактним зобов'язанням. Тут “добра воля” втілює поведінку, що орієнтується на контракт, але перевершує його приписи. Тим самим виникає і реалізується метаконтракт (грецький префікс “μετά-” вжито у значенні “після-”, “понад-”). Найближче за змістом таку поведінку втілює відоме економічне тлумачення поняття “любов”, яке вживається в останні роки в академічному і практичному менеджменті і згідно з яким “любов” в економічних відносинах – це акт розумного і розсудливого обміну знаннями, соціальними зв'язками і почуттям людяності [15]. На нашу думку, такий обмін відбувається над деонтологією контрактів (у тому числі імпліцитних). Перевершення контрактних зобов'язань як суть поведінки “доброї волі” вказує на те, що вона завжди проявляється і має значення на етапі *ex post*.

З огляду на базовий принцип поділу трансакцій на симетричні відносини і відносини типу “принципал – агент”, необхідно визначити зміст реципрокності (і безопортуністичної поведінки, і поведінки “доброї волі”) у кожному з цих типів трансакцій. Декомпозиція реципрокної безопортуністичної поведінки може мати такий вигляд. У разових торгових трансакціях безопортуністична поведінка є важливою, здебільшого, на етапі *ex ante* і означає надання в ході погодження умов обміну *необхідної для візаві* (але не очевидної для нього) *інформації* (наприклад, про характеристики об'єкта цього обміну). На основі такої інформації обмін або здійснюється, або ні. Етап *ex post* не є суттєвим, оскільки збігається у часі із завершенням обміну і, отже, з вичерпанням контрактних зобов'язань. Якщо торгова трансакція є багаторазовою або тривалою, то на етапі *ex post* безопортуністична поведінка проявляється у *дотриманні* всього спектра умов контракту (обсягів і якості обмінюваного блага, строків його передання тощо), а також *в уникненні використання можливих “контрактних дірок”* (слабкої специфікації контракту) на шкоду контрагентіві.

У кооперативних трансакціях безопортуністична поведінка на етапі *ex ante* означає надання *необхідної для візаві інформації* в ході спільної діяльності. На етапі



*ex post* вона має значення як *уникнення практики фрірайдерства* (коли суб'єкти, користуючись певними благами, ухиляються від участі в колективних діях, необхідних для їх створення чи отримання).

У конкурентних субтрансакціях безопортуністична поведінка на етапі *ex ante* проявляється як *уникнення практики фрірайдерства* в ході інституційної трансакції (у процесі вибору чи вироблення правил конкуренції), а на етапі *ex post* — у *дотриманні правил конкуренції*.

В асиметричних трансакціях безопортуністичну поведінку, на нашу думку, доцільно розглядати окремо у розрізі дій принципала і агента. У загальноприйнятій теоретичній концепції опортунізму перебільшено значення ймовірного шахрайства агента і недооцінено можливості опортунізму принципала. Опортунізм несправедливо розглядається переважно як вада агента. За нашим аналізом, на етапі *ex ante* і з боку принципала, і з боку агента безопортуністична поведінка зводиться до *уникнення* у ході вироблення контрактних рамок *зловживань інформаційною асиметрією* на шкоду візаві (таких, як зловмисне приховування або спотворення інформації, обман). На етапі *ex post* з боку принципала безопортуністична поведінка — це *уникнення використання монополії ринкової влади* (тобто використання більшого обсягу прав з "пучка" власності та використання цінніших благ) і *уникнення використання можливих "контрактних дірок"* на шкоду агентів. При цьому з боку агента — це, здебільшого, *уникнення* у ході виконання доручень принципала *зловживань інформаційною асиметрією* і *відмова від використання можливих "контрактних дірок"* на шкоду принципалові.

Декомпозицію реципрокної поведінки "доброї волі" можна подати так. У торговій трансакції вона набирає форми взаємної *лояльності* контрагентів. "Лояльність" — термін, який в економічних конотаціях використовується, здебільшого, як маркетинговий і означає прихильне ставлення (приятельство, симпатію) споживачів до конкретного бренда, продукції, продавця тощо [16]. Це поведінка, зумовлена внутрішньою мотивацією (попереднім досвідом, звичкою, смаковим уподобанням) споживача віддавати перевагу тому чи іншому фактору обміну. Запозичення нами маркетингового терміна "лояльність" для позначення поведінки "доброї волі" у торгових трансакціях є доцільним, оскільки предмет маркетингу становлять саме такі трансакції (вивчення особливостей здійснення ринкового обміну). Цей термін якнайкраще враховує специфіку торгових трансакцій. Уточнимо, що традиційне маркетингове розуміння лояльності фіксує лише прихильність однієї сторони контракту до іншої (однобоко — споживача до бренда тощо). Для цілей нашого дослідження трактуватимемо лояльність як взаємно орієнтовані вчинки учасників торгових трансакцій, зумовлені взаємним деонтологічно нейтральним бажанням контрагентів брати участь у ринковому обміні. Такі вчинки можуть сприяти послідовному виконанню умов контракту, але перебувають поза його каузальністю.

У кооперативних трансакціях поведінка "доброї волі" проявляється у відносинах *взаємодопомоги* учасників. Суть таких відносин полягає у взаємній підтримці, товариськості, взаємному захисті, розумній самопожертві заради спільного блага. Економічне значення взаємодопомоги одним з перших продемонстрував на багатому емпіричному матеріалі російський дослідник П. Кропоткін. За аналогією з тваринним світом, де взаємодопомога постає фактором еволюції, вагомим, ніж автономна боротьба за виживання, у людському суспільстві відносини такого типу можуть сприяти нарощуванню достатку більшою мірою, ніж індивідуалістична, егоїстична поведінка [17]. При цьому взаємодопомога мислиться як дещо більше, ніж доцільне об'єднання ресурсів заради спільної мети (контрактна кооперація). Вона,

на нашу думку, доповнює кооперативні настанови у межах контрактної домовленості. Така поведінка не пов'язана із зобов'язанням (у тому числі імпліцитним) допомогти у відповідь або з очікуванням на допомогу у відповідь у майбутньому або з іншими зобов'язаннями. Вона не мотивована міркуваннями корисності особистої участі в колективній діяльності, а породжена певним “общинним духом”, який є благом сам по собі, оскільки задовольняє природну людську потребу в соціальній причетності.

У конкурентних субтрансакціях поведінка “доброї волі” зобов'язує повністю переглянути доцільність суперництва. Поза деонтологією контрактів конкуренція або перетворюється на суперництво без будь-яких правил і стає загрозою для функціонування системи економічних відносин, або розчиняється у торгових і кооперативних трансакціях, або набирає певної нової якості, не пов'язаної безпосередньо з ринковим протистоянням. У першому випадку суперництво взагалі втрачає сенс для дискурсу про СВ. У другому випадку воно повністю втрачає свою специфіку у трансакційній архітектоніці економічних відносин. Третій випадок актуалізує результати дослідницького пошуку, започаткованого науковцями у рамках новітньої управлінської концепції *конкуренції “блакитного океану”* [18]. Її логіку побудовано на протиставленні конкурентної боротьби – в ринковому просторі існуючих видів економічної діяльності (“червоному океані”) – та створення нової або розширення існуючої ринкової ніші (“блакитного океану”), де попит формується, а не є предметом суперництва. Стратегія поведінки у “червоному океані” передбачає класичне суперництво. Стратегія поведінки у “блакитному океані” ставить за мету формування “інновації корисності”, яка поєднує освоєння технологічної або іншої інновації з вимогами практичності, доступної ціни для споживача і невисоких затрат для бізнесу. У такий спосіб конкурентна стратегія “блакитного океану” передбачає безболісний і навіть бажаний вихід з конкурентної боротьби.

Такою є, на нашу думку, поведінка “доброї волі” у конкурентних субтрансакціях. У широкому соціоекономічному контексті, не обмеженому рамками строго управлінських і маркетингових технологій, конкуренція “блакитного океану” націлює кожного конкуруючого економічного суб'єкта на пошук і реалізацію певної інноваційної (але простої) ідеї, яка б модифікувала предмет суперництва, виводячи його із сфери можливого перетину дій суб'єкта з контрдіями конкурентів. У світлі цієї модифікації трансформується суперництво не тільки за споживача, але й, наприклад, за ресурси, за робоче місце, за робочу силу тощо. Ця настанова вимагає постійної інноваційної (творчої) активності, оскільки “блакитний океан” безперервно таким залишатися не може.

Специфіку поведінки “доброї волі” в асиметричних трансакціях – трансакціях управління та трансакціях раціонування – визначено тим, що в їх структурі поділ суб'єктів на агентів і принципалів супроводжується їх диференціацією за функціональною ознакою. Підпорядкування в ході трансакції дій одного економічного суб'єкта діям іншого закріплює функцію прийняття рішень за принципалом, а функцію виконавця – за агентом. Цю функціональну диференціацію породжено не тільки різницею в обсягу ринкової влади, але й універсальним ринковим феноменом обмеженої раціональності, детально описаним у фаховій літературі [19].

В умовах обмеженої раціональності функціональна диференціація є найдоцільнішим рішенням суб'єктів. За взаємною згодою частина з них (агенти) делегує функцію прийняття рішень якомусь із суб'єктів (принципалу), готовому і здатному до цього з огляду на вимоги ефективності. Тим часом ні правильність вибору агентів у ході такого делегування, ні безпомилковість подальших рішень принципала, ні без-

доганність виконання агентами розпоряджень принципала не є гарантованими через обмежену раціональність (притаманну усім суб'єктам і безумовну). Поведінка "доброї волі" в асиметричних трансакціях набирає форми *взаємного сприяння виконанню визначених функцій* — і принципалом, і агентом — на основі визнання та розпізнавання ними меж своєї компетентності. Ця поведінка не є тотожною наданням суб'єктом у ході трансакції інформації, необхідної для візаві, оскільки не випливає строго з формулювань функціональних зобов'язань, закріплених у контракті. Вона відрізняється і від незловживань інформаційною асиметрією та наявністю "контрактних дірок", оскільки націлена не на самообмеження щодо дій злого умислу, а на взаємну корекцію випадкових ненавмисних помилок і вад.

У такій конфігурації — як прояв безопортуністичної поведінки і поведінки "доброї волі" — соціально відповідальна економічна поведінка, регульована нормами СВ та інстанціями СВ, спрямовується на предмет СВ. Його економічна специфіка, як і специфіка інших елементів системи СВ, а також особливості їх взаємовідносин становлять предмет подальших досліджень з економічної теорії СВ.

### Висновки

Логіка економічного дослідження СВ ґрунтується на розгляді в єдиному комплексі "позаісторичних" концептуальних онтологічних рамок СВ та історично змінного онтологічного ядра СВ. Онтологічні рамки СВ структурують аналіз феномену СВ як соціально відповідальної поведінки і як специфічної соціальної системи — системи СВ у складі її суб'єктів, інстанцій, норм і предметів. Онтологічне ядро СВ — це конкретно-історичний зміст соціально відповідальної економічної поведінки, економічних суб'єктів СВ, її економічних інстанцій, економічних норм і економічних предметів. Аналіз сучасних особливостей онтологічного ядра феномену СВ має для економічної науки пріоритетне значення, оскільки відображає актуальні суспільні потреби. Так само пріоритетним є першочерговий аналіз соціально відповідальної економічної поведінки, оскільки вона справляє організуючий вплив на систему СВ. Є ґрунтовні підстави пов'язувати конкретно-історичний зміст соціально відповідальної економічної поведінки сучасного етапу з реципрокністю як економічним поведінковим стереотипом. Реципрокність являє собою взаємний обмін вигодами з боку учасників трансакційного процесу. Структура реципрокності включає як взаємозв'язані компоненти безопортуністичну поведінку (взаємне виконання перед- і постконтрактних зобов'язань суб'єктів) і поведінку "доброї волі" (взаємне доцільне перевершення суб'єктами контрактних зобов'язань). Особливості реципрокної поведінки є специфічними для торгових, кооперативних, конкурентних відносин, а також для трансакцій управління та трансакцій раціонування.

### Список використаної літератури

1. *Подшивалов В.Н.* Социальная ответственность личности: философско-антропологический аспект : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11. — Екатеринбург, 2009. — 196 с.
2. *Карпухин С.В.* Социальная ответственность как философская проблема : автореф. дис. ... докт. философ. наук: 09.00.11. — СПб., 2001. — 39 с.
3. *Парамонова И.М.* Социальная ответственность: генезис, сущность, структура и стратегия развития (системный анализ) : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11. — СПб., 2001. — 126 с.
4. *Этциони А.* Новое золотое правило / Новая постиндустриальная волна на Западе : антология. — М. : Academia, 1999. — С. 312–334.

5. Звонар В.П. Экономична парадигма соціальної відповідальності: розвиток та сучасність // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2013. – № 2 (6). – С. 77–83.
6. Барсукова С.Ю. Реципрокные взаимодействия. Сущность, функции, специфика // Социологические исследования. – 2004. – № 9. – С. 20–29.
7. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. – 1985. – Vol. 91. – P. 481–510.
8. Commons J.R. Institutional Economics // The American Economic Review. – 1936. – Vol. 26. – No. 1. – P. 237–249.
9. Капелюшников Р.И. Право собственности (очерк современной теории) // Отечественные записки. – 2004. – № 6. – С. 20.
10. Bromley D.W. Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy. – New York, Oxford : Basil Blackwell, 1989. – 274 p.
11. Тамбовцев В.Л. Институциональный рынок как механизм институциональных изменений // Общественные науки и современность. – 2001. – № 5. – С. 25–38.
12. Радаев В.В. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле // Экономическая социология. – 2009. – Т. 10. – № 1. – С. 19– 56.
13. Мартюкова Е.Г. Место оппортунистического поведения в системе исследований новой институциональной экономической теории // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5 (28). – С. 332–338.
14. Dore R. Goodwill and the Spirit of Market Capitalism // British Journal of Sociology. – 1983. – No. 34 (4). – P. 459–482.
15. Sanders T. Love is the killer app: How to win business and influence friends. – New York : Crown Business, 2003. – 240 p.
16. Петриченко П.А., Рудінська О.В., Яроміч С.А. Лояльність клієнтів на споживчому ринку: основні поняття і тенденції розвитку // Бізнесінформ. – 2012. – № 5. – С. 255–257.
17. Кропоткин П.А. Взаимная помощь как фактор эволюции. – М. : Самообразование, 2007. – 240 с.
18. Kim W. Chan, Mauborgne R. Blue Ocean Strategy // Harvard Business Review. – 2004. – Vol. 82. – Iss. 10. – P. 76–85.
19. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – С. 16–38.

#### References

1. Podshivalov V.N. *Sothial'naya otvetstvennost' lichnosti: filosofsko-antropologicheskii aspekt. Dis. ... kand. filosof. nauk* [Social responsibility of a person: philosophical-anthropological aspect. Dissertation on the degree of Cand. of Phil. Sci.]. Ekaterinburg, 2009 [in Russian].
2. Karpukhin S.V. *Sothial'naya otvetstvennost' kak filosofskaya problema, avtoref. dis. ... dokt. filosof. nauk* [Social responsibility as a philosophical problem. Author's thesis on the degree of Doctor of Phil. Sci.]. St.-Petersburg, 2001 [in Russian].
3. Paramonova I.M. *Sothial'naya otvetstvennost': genezis, sushchnost', struktura i strategiya razvitiya (sistemnyi analiz). Dis. ... kand. filosof. nauk* [Social responsibility: genesis, essence, structure, and strategy of development (system analysis). Dissertation on the degree of Cand. of Phil. Sci.]. St.-Petersburg, 2001 [in Russian].
4. Etzioni A. *Novoe zolotoe pravilo, v: Novaya Postindustrial'naya Volna na Zapade* [A new gold rule, in: A New Post-Industrial Wave on the West]. Moscow, Academia, 1999, pp. 312–334 [in Russian].

5. Zvonar V.P. *Ekonomichna paradygma sotsial'noi vidpovidal'nosti: rozvytok ta suchasnist'* [The economic paradigm of the social responsibility: development and contemporaneity]. *Sotsial'no-Trudovi Vidnosyny: Teoriya ta Praktyka – Soc.-Labor Rel.: Theory and Practice*, 2013. – No. 2 (6), pp. 77–83 [in Ukrainian].
6. Barsukova S.Yu. *Retsiproknye vzaimodeistviya. Sushchnost', funktsii, spetsyfika* [Reciprocal interactions. Essence, functions, specificity]. *Sotsiol. Issled. – Sociol. Studies*, 2004, No. 9, pp. 20–29 [in Russian].
7. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *Amer. J. of Sociology*, 1985, Vol. 91, pp. 481–510.
8. Commons J.R. Institutional Economics. *The Amer. Econ. Review*, 1936, Vol. 26, No. 1, pp. 237–249.
9. Kapelyushnikov R.I. *Pravo sobstvennosti (ocherk sovremennoi teorii)* [Property right (essay of the modern theory)]. *Otechestv. Zapiski – Domestic Notes*, 2004, No. 6, p. 20 [in Russian].
10. Bromley D.W. *Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy*. New York, Oxford, Basil Blackwell, 1989.
11. Tambovtsev V.L. *Institutsional'nyi rynek kak mekhanizm institutsional'nykh izmenenii* [The institutional market as a mechanism of institutional changes]. *Obshchestv. Nauki i Sovrem. – Social Sci. and Contempor.*, 2001, No. 5, pp. 25–38 [in Russian].
12. Radaev V.V. *Ekonomicheskaya bor'ba i sotsial'nye svyazi: struktura konkurentnykh otnoshenii v novom rossiiskom riteile* [Economic struggle and social connections: structure of competitive relations in the new Russian retail]. *Ekon. Sotsiol. – Econ. Sociology*, 2009, Vol. 10, No. 1, pp. 19– 56 [in Russian].
13. Martjukova E.G. *Mesto opportunisticheskogo povedeniya v sisteme issledovanii novoi institutsional'noi ekonomicheskoi teorii* [The place of the opportunistic behavior in a system of studies of a new institutional economic theory]. *Ekonomika i Predprinim. – Economy and Business*, 2012, No. 5 (28), pp. 332–338 [in Russian].
14. Dore R. Goodwill and the spirit of market capitalism. *British J. of Sociology*, 1983, No. 34 (4), pp. 459–482.
15. Sanders T. *Love is the killer app: How to win business and influence friends*. New York, Crown Business, 2003.
16. Petrychenko P.A., Rudins'ka O.V., Yaromich S.A. *Loyal'nist' klientiv na spozhyvchomu rynku: osnovni ponyattya i tendentsii rozvytku* [Loyalty of clients on the consumer market: basic notions and tendencies of development]. *Biznesinform. – Businessinform*, 2012, No. 5, pp. 255–257 [in Ukrainian].
17. Kropotkin P.A. *Vzaimnaya Pomoshch' kak Faktor Evolyutsii* [Mutual Help as a Factor of the Evolution]. Moscow, Samoobrazovanie, 2007 [in Russian].
18. Kim W. Chan, Mauborgne R. Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 2004, Vol. 82, Iss. 10, pp. 76–85.
19. Simon H. *Ratsional'nost' kak protsess i produkt myshleniya* [Rationality as a process and a product of the thinking]. *THESIS*, 1993, Iss. 3, pp. 16–38 [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 5 листопада 2014 р.

---