

**Колот А.М.,**  
д-р екон. наук, проф.,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І ПРОБЛЕМИ ЇЇ СПРИЙМАННЯ СУСПІЛЬСТВОМ**

*Розглядається проблематика становлення концепції корпоративної соціальної відповідальності в умовах сучасних глобальних викликів. Досліджується природа, джерела і наслідки соціально відповідальної діяльності для бізнес-структур. Акцентується увага на суспільній важливості соціально відповідальної діяльності бізнес-організацій. Визначаються перспективи імплементації соціально відповідальної поведінки в корпоративну політику та стратегію стійкого розвитку.*

*Рассматривается проблематика становления концепции корпоративной социальной ответственности в условиях современных глобальных вызовов. Исследуется природа, источники и последствия социально ответственной деятельности для бизнес-структур. Акцентируется внимание на общественной важности социально ответственной деятельности бизнес-организаций. Определяются перспективы имплементации социально ответственного поведения в корпоративную политику и стратегию устойчивого развития.*

*The problems of the formation of the concept of corporate social responsibility in today's global challenges. The nature, sources and consequences of socially responsible activities for businesses. Attention is focused on the social importance of socially responsible business activities of the organization. The prospects for the implementation of socially responsible behavior in corporate policy and strategy for sustainable development.*

**Ключові слова.** Корпоративна соціальна відповідальність, сучасні виклики, асиметрія, соціально-трудова сфера, етичні цінності, консолідація, гармонізація, громадянське суспільство.

**Ключевые слова.** Корпоративная социальная ответственность, современные вызовы, асимметрия, социально-трудова сфера, этические ценности, консолидация, гармонизация, гражданское общество.

**Keywords.** Corporate social responsibility, current challenges, asymmetry, social and labor issues, ethical values, consolidation, harmonization of civil society.

**Вступ.** «Немає нічого практичнішого за хорошу теорію» — таким є відомий вислів, у правоті якого переконуємося щоденно. Дійсно, вирішенню якщо не всіх, то більшості практичних завдань має передувати наукове опрацювання відповідної проблематики. Без хорошої теорії та системних досліджень у цій сфері неможливо сформувати і сучасне, цивілізоване, об'єктивне розуміння природи, джерел, значення, наслідків розвитку феномену соціальної відповідальності бізнес-організацій.

Корпоративна соціальна відповідальність у найбільш загальному, «приземленому» тлумаченні — це раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії. Це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність — це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадянського суспільства і суспільством у цілому.

Проблематиці корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) присвячено стільки статей, інших публікацій, що, здавалося б, усі крапки вже розставлено. У суспільній свідомості під впливом наукової думки за останній час сформувалося переконання, що соціальна відповідальність і в гуманістичному, і в соціально-економічному розумінні — не добродійність чи розкіш, від якої можна відмовитися, а надійний захист від соціальних ризиків, одна з передумов набуття конкурентних переваг. Але чому ж тоді ставлення до КСВ з боку різних інститутів держави і суспільства, провідних соціальних сил було і залишається вкрай суперечливим, неоднозначним? Підкреслюємо, що ця суперечливість, неоднозначність суджень стосується всіх аспектів явища — сутності, форми, змісту, напрямів, наслідків і самої природи КСВ.

Вектор суспільної думки стосовно достеменної ролі КСВ часто змінює напрям і нерідко — в небажану сторону. Навіть найпотужніші компанії, що витрачають величезні фінансові кошти на соціальні цілі, не змогли (у більшості випадків) переконати соціум у щирості своїх задумів. Матеріали численних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних засвідчують, що немало представників соціуму вважає, що КСВ у нинішньому її форматі — це піар, спосіб уникнути регулювання з боку державних і міжнародних органів, інститутів соціального партнерства; елемент лукавої маркетингової політики.

Немало суб'єктів громадянського суспільства (навіть тих, які вірять у потенційні можливості КСВ) наголошує на тому, що КСВ за домінуючих реалій сьогодення — це намагання завуалювати справжні цілі і 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 же бізнесом — економічно-центричним, асоціальним. Відомий зарубіжний вчений Г. Колодко стверджує, що «модною димовою завісою у світі бізнесу ... є концепція соціальної відповідальності підприємства»<sup>1</sup>.

Наголошуємо на тому, що і серед представників бізнес-структур немає єдності у розумінні природи, джерел і наслідків соціально відповідальної діяльності. І хоча відкрито мало хто із бізнес-середовища наважується бути прибічником М. Фрідмена, який стверджував, що кожен має займатися своєю справою: фірма отримувати прибуток, а держава опікуватися соціальними проблемами, все ж прихований саботаж і несприйняття сучасної філософії КСВ має місце.

Перманентно виникають сумніви і запитання: «А чи треба бізнесу опікуватися соціальними проблемами стейкхолдерів?», «Чи варто пов'язувати прибутковість із витратами на соціальні цілі?», «Чи може бізнес мати альтруїстичні цілі або ж він і під час вирішення соціальних проблем бачить насамперед свої економічні вигоди?», «Чи не є КСВ перепорою на шляху економічного розвитку?»

Отже, маємо підстави констатувати, що немало представників соціуму все ще не мають об'єктивного, неупередженого, сучасного розуміння достеменної сутності, ролі КСВ, значення цього феномену для бізнес-організацій і суспільства в цілому. Тому саме науковці мають допомогти широкому загалу подолати вульгарне, примітивне уявлення щодо КСВ, зрозуміти її як елемент стратегії стійкого розвитку економіки і суспільства.

**Результати дослідження.** Одним із перших кроків на шляху системного опрацювання сучасної філософії соціальної відповідальності загалом і корпоративної зокрема є видання монографії з цієї проблематики, підготовленої представниками

---

<sup>1</sup> Колодко Г. Этика в бизнесе, экономике и политике / Колодко Г. // Вопросы экономики. — 2007. — № 11. — С. 47.

наукової школи-трудивиків Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана<sup>1</sup>.

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 лінією» 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.

Для розвитку останньої тези пропонуємо в концентрованому вигляді розглянути сучасні виклики, а отже, об'єктивні причини актуалізації КСВ і вітчизняні реалії, що не сприяють утвердженню на практиці найсприятливіших 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 потребує формування нових опор і задіяння нових чинників економічної динаміки;

— поглиблення асиметрії економічного і соціального розвитку, яка дедалі більше загрожує економічній і соціальній безпеці;

— загострення проблеми конкурентоспроможності, що обумовлює пошук нових способів і засобів набуття конкурентних переваг;

— посилення конкуренції за ресурси стійкого розвитку, насамперед, за найбільш цінні та продуктивні — людські;

— послаблення соціокультурних, моральних настанов соціальної діяльності багатьох суб'єктів підприємництва;

— поширення ліберальних концепцій соціально-трудової сфери, масові вияви десоціалізації відносин у сфері праці;

— превалювання концепції «людини економічної» над концепціями «людини соціальної» і «людини соціально відповідальної», неадекватне розуміння діалектики економічного і соціального розвитку багатьма представниками як бізнесу, так і владних структур;

— ерозію «культури солідарності», масові вияви формування так званого *суспільства індивідів*;

— загострення екологічних проблем, які межують із катаклізмами регіонального і національного масштабу.

Усе наведене переконує в тому, що на сучасному етапі існує нагальна потреба суттєвих змін у практиці соціально відповідальної діяльності членів суспільства і його інститутів. Серед цих інститутів чільне місце належить бізнес-організаціям.

У згаданій монографії переконливо доведено, що для опрацювання та вироблення сучасного, усвідомленого, цивілізованого, неупередженого, об'єктивного уявлення щодо достеменної природи, ролі, значення КСВ та її наслідків для діяльності бізнес-організацій цей феномен (КСВ) маємо розглядати через призму:

— морально-духовних засад діяльності інститутів економіки і суспільства;

---

<sup>1</sup> Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [Колот А.М., Грیشнова О.А. та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012.

- сучасних чинників набуття конкурентних переваг;
- сучасної місії бізнесу;
- інтересів внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів бізнес-організації;
- сучасної ролі соціальних ресурсів у забезпеченні стійкого розвитку.

Саме такий підхід до розуміння сучасної філософії КСВ знайшов відображення у колективній монографії, про яку йшлося вище.

У розвиток попередніх власних досліджень наголошуємо й на тому, що нова роль і суспільна значущість КСВ не в останню чергу пов'язана з глибокими змінами, які сталися упродовж останніх десятиліть у тріаді «риннок — держава — організація». Йдеться про підвищення ролі організацій у розв'язанні завдань стійкого економічного і соціального розвитку, про суттєві зміни у зазначеній вище тріаді на користь організацій. Саме організації мають прийняти на себе роль провідної ланки в механізмі узгодження в економіці і суспільстві індивідуальних та 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»<sup>1</sup>.

Перебирання корпораціями окремих функцій держави, зростання ролі корпоративної влади має прямий стосунок до посилення значущості інституту корпоративної соціальної відповідальності. Ще філософи античності наголошували на тому, що більше свободи і більше влади має передбачати і більше відповідальності. Отже, сучасну роль і місію КСВ маємо розглядати з широких позицій і, зокрема, через призму підвищення ролі організацій, утвердження нової корпоративної влади.

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

Інститути (партнери), що оточують бізнес-організацію, як і її працівники, очікують від неї не лише економічно відповідальних дій, а 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 стійкий розвиток можуть розраховувати лише організації, здатні і готові до виконання своїх морально-духовних обов'язків і правових норм в економічній, соціальній, екологічній та інших сферах, життєво важливих для розвитку економіки і суспільства.

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

Кращі практики ведення бізнесу переконують у тому, що бізнесу слід не ігнорувати, а враховувати стрімко зростаючі вимоги з боку суб'єктів та інститутів соціально-економічного середовища щодо етичних, екологічних, соціальних аспектів діяльності. Слід ураховувати, що ускладнюються та розширюються вимоги до всіх компонентів діяльності бізнес-організації, включаючи й такі, як неприпусти-

---

<sup>1</sup> Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999. С. 378.

мість використання дитячої праці, утвердження соціально відповідальної поведінки. Все це потребує соціально відповідальних дій з боку бізнес-структур, що своєю чергою працює на прирощення соціальних ресурсів.

Усе більша участь організацій у вирішенні соціальних проблем пов'язана також і з обмеженими перерозподільними можливостями держави на сучасному етапі. Останнє є наслідком:

а) уповільнення темпів економічного розвитку;

б) зміни вікової структури населення більшості розвинутих країн у бік збільшення частки старших вікових груп, а отже, збільшення 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 вище переконує, що КСВ не має нічого спільного зі сприйняттям цього інституту як разової благодійної акції, як діяльності на злобу дня, як данини моді. Сучасна філософія у цій царині є такою: КСВ необхідна самій бізнес-організації не менше, аніж вона потрібна інститутам держави, суспільства.

У практиці КСВ була і залишається вагомою етична складова, визнання соціально відповідальної діяльності як етичного зобов'язання. І все ж більш реальною, практично корисною і виправданою її інтегрована якість, яка не заперечує морально-етичних засад і водночас передбачає інтеграцію соціально відповідальних дій у корпоративну політику, корпоративну діяльність, зважаючи на те, що КСВ вкрай потрібна і бізнес-організації, і дотичним до неї інститутам, і суспільству загалом.

Отже, КСВ як філософія, явище, суспільний феномен заслуговує на те, щоб інститути економіки і суспільства взяли її на озброєння та розглядали як одну з першооснов забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку. Втім вектори розвитку теорії і практики у царині КСВ хоча і 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 впровадження кращих практик соціально відповідальної поведінки. Відома американська дослідниця проблематики КСВ Д. Доан з цього приводу зазначає, що величезні зусилля, які витрачаються на розвиток теорії КСВ, пропаганду її врешті-решт мало змінюють поведінку бізнесу в інтересах забезпечення стійкої соціальної динаміки.

Втім це не означає, що наукові дослідження у цій царині та пропаганду ідеї, принципів, усієї філософії КСВ слід згортати. Навпаки, маємо активізувати дослідження науково-прикладного характеру з метою подолання прірви між об'єктивною необхідністю бути соціально відповідальними всім суб'єктам економіки і суспільства і реальним станом. Принципово важливо опрацювати теоретичні і прикладні проекти, що мають привернути увагу бізнесу до активної соціальної діяльності, підштовхнути і/або примусити його бути соціально відповідальним.

Підсумовуючи наведене вище, правомірно зробити такий висновок. Логіка наукових досліджень, здоровий глузд, неупереджені судження мали б переконати соціум, його організації, що КСВ — це не мода, не дії на злободенну тему, не благодійність, як і не примус, а соціальний інститут, використовуючи потенціал якого можна набути конкурентних переваг та забезпечити стійкий розвиток. Але чо-

му ж тоді «дерево соціальної відповідальності» не приживається на українській землі, а якщо й приживається, то не родить?

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

До основних причин, свого роду «тромбів», які суттєво обмежують потенційні масштаби, реальний прояв в українській практиці соціально активної поведінки, сприйнятливості інституту КСВ слід віднести:

- вкрай несприятливе економічне середовище, незадовільний бізнес-клімат;
- неадекватна потребам сьогодення роль держави як соціального інституту та соціального партнера;
- спотворене уявлення щодо сучасної місії бізнесу, взаємозв'язку та взаємобумовленості економічної та соціальної складових стійкого розвитку;
- відсутність належних інституціональних передумов соціально активної діяльності;
- приниження або неусвідомлення достеменної ролі соціальних ресурсів у забезпеченні стійкого розвитку;
- масові прояви деградації етичних цінностей топ-менеджменту бізнес-організацій, відсутність належних моральних передумов активної соціально відповідальної діяльності;
- неналежне опрацювання наукою прикладних засад імплементації КСВ в системі корпоративного управління.

Розгорнута характеристика причин, що стримують, а нерідко й унеможливають соціально відповідальну активність бізнес-організацій, міститься в низці наукових публікацій, підготовлених автором одноособово та у співавторстві<sup>1</sup>. Нижче наводяться лише окремі аргументи і судження, які доповнюють і розвивають оприлюднене раніше.

Вважаємо, що однією з перешкод на шляху утвердження більш високого рівня та якості КСВ є неадекватне потребам і реаліям сьогодення розуміння багатьма бізнес-організаціями своєї місії, спотворене уявлення про критерії та показники стійкого розвитку. Дійсно, за нашими оцінками та висновками багатьох інших учених-економістів, український бізнес суттєво запізнюється з усвідомленням філософії сучасної *місії бізнесу*, яку було зафіксовано у Маніфесті, прийнятому ще у 1973 р. в Давосі, на III Всесвітньому конгресі підприємців і менеджерів. У цьому документі зазначається, що головним завданням бізнесу є не максимізація прибутку, а створення оптимальних умов задля довгострокового, стійкого розвитку бізнесу, а отже, і всього суспільства. Зазначені вище умови мають працювати на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Справедливим є твердження, що нині основним критерієм ефективної діяльності підприємства є не прибуток, а більш складний соціально-економічний

---

<sup>1</sup> *Колот А.М.* Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку : монографія / А. М. Колот. — К. : КНЕУ, 2010; Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: монография / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.]; под. науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. — К. : КНЭУ, 2013; Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А.М. Колот, О.А. Грیشнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012; *Колот А.М.* Еволюція ролі держави та інструментарію її впливу на розвиток соціально-трудової сфери // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. — 2011. — 1/2011. — С. 5—13; *Колот А.М.* Дослідження взаємозв'язку соціального та економічного розвитку як складової «переформатизації» економічного мислення // Соціально-трудова відносина: теорія і практика. — 2012. — 1 (3) 2012. — С.5—11.

феномен — конкурентоспроможність. Прибутковість і конкурентоспроможність пов'язані між собою, однак цілком очевидно, що саме конкурентоспроможність є умовою довгострокової прибутковості та стійкого розвитку. Цілком реальним і таким, що узгоджується з сучасною місією бізнес-організацій, джерелами набуття конкурентних переваг і сприйняттям бізнесу як «корпоративного громадянина» є підхід до трактування природи соціальної відповідальності, якого дотримується Р. Дал, зазначаючи, що «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 їхня діяльність буде ... приносити нам користь... Кожна корпорація має розглядатися як соціальне підприємство, чий існування і рішення можуть бути виправдані, тільки якщо вони слугують суспільній або соціальній меті»<sup>1</sup>.

За такого бачення природи і значення КСВ сприймається як домінанта, що корпорація розробляє і реалізує соціальні програми свідомо, мотивовано, задіюючи і фінансовий, і організаційний, і управлінський потенціал. Форми, 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, має переформувати свою стратегію і тактику діяльності, усвідомити, що він (бізнес) залежить від навколишнього середовища, інститутів держави і суспільства в цілому і задля успішного свого розвитку має зарекомендувати себе цивілізованим «корпоративним громадянином».

Засвоєнню сучасної філософії КСВ перешкоджає й неусвідомлення багатьма представниками бізнес-структур або приниження ними ролі соціальних ресурсів у набутті конкурентних переваг. До останнього часу в розвитку бізнес-організацій провідна, незаперечна роль дійсно належала економічним ресурсам (матеріальним, фінансовим). Реалії ж сьогодення є такими, що економічний успіх компаній все більше залежить від кількості і якості соціальних ресурсів як внутрішніх, так і зовнішніх.

Варто підкреслити, що соціальні ресурси здебільш є дефіцитними, обмеженими. Йдеться про талант, інтелект, креативність, адаптивність, інноваційність тощо, тобто про ресурси, які де-факто стають основними у формуванні незаперечних конкурентних переваг для тих, хто ними володіє, і здатними значно послаблювати ринкові позиції для тих, хто ними не володіє або володіє обмежено. Особливе місце у прирощенні соціальних ресурсів бізнес-організацій належить корпоративній соціальній відповідальності. Цілком очевидно, що соціальна активність, соціальне сприйняття суспільних потреб, соціальні інвестиції, соціально відповідальні дії здатні працювати на набуття найсучасніших знань і компетенцій, управління талантами; утримання ключових співробітників; розвиток корпоративної культури; формування нової якості соціального капіталу; формування і підтримку ділової репутації.

Варто привернути увагу читача ще до однієї перепони на шляху до стійкого соціального розвитку — наявної асиметрії між теоретичним, філософським опрацюванням проблематики КСВ і прикладними дослідженнями щодо імплементації цього соціального інституту в корпоративну політику та практику. Зусилля науковців мають бути спрямовані не тільки і не стільки на пізнання всієї палітри явищ, процесів, пов'язаних із феноменом КСВ, як на використання результатів дослідження під час формування та реалізації корпоративної політики, що має працю-

---

<sup>1</sup>*Dahl, R. A. A Prelude to Corporate Reform // Business and Society Review. — 1972. — Spring. — №1*

вати на стійку соціальну динаміку. Іншими словами, теоретико-прикладні дослідження в цій сфері повинні мати не описовий, а здебільш організаційно-управлінський, рекомендаційний характер.

Ще раз наголошуємо на тому, що завдання науковців у цій царині — не лише зрозуміти природу КСВ, виклики та тенденції розвитку, а головне — підготувати науково-прикладне підґрунтя для стійкого розвитку світу праці, світу соціально-трудових відносин, як й інших відносин, що мають безпосередній вплив на забезпечення стійкої динаміки.

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

Соціальна відповідальність бізнес-організацій, як відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, тісно пов'язана з соціальним партнерством. Під останнім традиційно розуміються відносини у соціально-трудої сфері між працівниками і роботодавцями за активної участі держави.

Зазначимо, що в останній час і в зарубіжній, і вітчизняній літературі спостерігається тенденція до розширеного тлумачення соціального партнерства як одного з механізмів співробітництва представників усіх соціальних сил, яке не обмежується вирішенням проблем соціально-трудої сфери. За такого підходу до розуміння сутності і рамок соціального партнерства ще більш очевидним є його зв'язок із соціальною відповідальністю. Посилення уваги до КСВ, оволодіння ідеї масами, активне її просування з боку роботодавців ніяк не применшує значення соціального партнерства. На загрози, які можуть стати реальністю за зниження ролі інституту соціального партнерства, звертає увагу немало дослідників і, зокрема, Т. В. Чубарова, яка пише: «Ідея соціальної відповідальності в останній час достатньо активно просувається, перш за все, самими роботодавцями. По суті вже йдеться не про право працівників на отримання соціальних гарантій, а про свідомість роботодавців. Таким чином, виникає загроза підміни жорстко структурованої системи соціального партнерства як конкретного механізму вирішення соціально-трудої проблем, який потребує участі інших соціальних сил суспільства, а саме, працівників і держави, деякою розмитотою і невизначеною соціальною відповідальністю роботодавців, яка до того ж може взагалі обійти увагою соціальні інтереси працівників»<sup>1</sup>.

Одним із напрямів подальшого наукового пошуку в царині КСВ, що його здійснює наукова школа-трудоваків Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, є опрацювання теоретичних і прикладних засад феномену *консолідованої (спільної, комунітарної) соціальної відповідальності*. Філософські та теоретико-методологічні засади останньої пов'язані з тим, що інтереси забезпечення стійкої соціальної динаміки потребують, щоб соціально відповідальним був не окремий партнер, а всі учасники суспільної коаліції, які вправі очікувати від інших адекватної соціально відповідальної поведінки.

---

<sup>1</sup> Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство / Чубарова Т.В. — СПб. : Нестор-История, 2011. — С. 52.



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, а й спільні цілі; їх об'єднують певні цивілізаційні цінності, вони *репрезентовані тими самими громадянами*. За цих умов між ними можуть і мають бути партнерські відносини, які передбачають 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 та реаліях сьогодення саме соціально відповідальна поведінка та соціально відповідальні дії соціальних партнерів мають стати об'єднувальною ланкою та набувають статусу провідного чинника забезпечення стійкого розвитку.

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

Для бізнесової структури як партнера по суспільній коаліції неприйнятною є поведінка державних структур, які реалізують політику державного рекету, спонукають до адміністративної корупції, вимагають платити податки наперед, чинять адміністративні перепони тощо. У цьому контексті зазначимо, що не можна визнати рівноцінними, соціально відповідальними і дії з боку профспілок, коли останні не сприяють підвищенню конкурентоспроможності організації. І навпаки, спільні зусилля представницьких органів роботодавців і найманих працівників щодо підвищення конкурентоспроможності, набуття конкурентних переваг дають можливість власникам одержувати більш високі дивіденди, менеджерам — гідну винагороду у формі окладів, премій, бонусів, працівникам — зберегти робоче місце й одержувати належну заробітну плату. За умови спільних зусиль щодо підвищення конкурентоспроможності більш імовірним є соціальний компроміс між профспілками і роботодавцями щодо участі найманих працівників у розподілі прибутків.

Отже, для ефективної взаємодії соціальних партнерів, створення найбільш сприятливих умов з метою забезпечення стійкої соціальної динаміки треба прагнути до забезпечення на практиці рівноцінної, комунітарної, спільної соціальної відповідальності, яку в узагальненому вигляді доречно трактувати як *консолідовану*. Консолідована відповідальність є більш високою і стійкою за умов, по-перше, якнайповнішого збігу інтересів соціальних партнерів, а по-друге, узгодженості дій партнерів і рівноцінного їх внеску в загальну відповідальність. За такого підходу до розуміння філософії соціальної відповідальності остання постає не тільки як індивідуальна відповідальність окремого суб'єкта, а як спільна, загальна, консолідована відповідальність усіх учасників соціально-трудова відносин. Ще раз наголошуємо на тому, що консолідована соціальна відповідальність розглядається нами як соціальна інновація у формуванні, регулюванні і розвитку соціально-трудова відносин та соціальної політики в цілому. Її метою є досягнення консенсусу між соціальними партнерами на основі знаходження балансу їхніх інтересів, досягнення компромісів на засадах взаємної довіри, усвідомлення кожним із соціальних партнерів своєї соціальної відповідальності. Водночас консолідована соціальна відповідальність постає як *усвідомлена необхідність* досягнення стійкої соціальної динаміки за використання потенціалу морально-етичних норм суспільства.

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

На цьому етапі великого значення набуває просвітницько-роз'яснювальна діяльність, пропаганда кращих практик соціально відповідальної поведінки з апеляцією до потреб, інтересів, мотивів, зисків сторін, які зацікавлені у соціально відповідальній діяльності інститутів економіки і суспільства. Активна пропаганда ідеї КСВ з боку науковців, просвітницька діяльність у цій царині може і повинна поєднуватися з елементами прямого і/або опосередкованого впливу на соціальну активність бізнес-організацій з боку держави. Зазначимо, що краща зарубіжна практика демонструє широкий арсенал засобів впливу з боку держави на соціальну сприйнятливості бізнес-організацій. Так, наприклад, дієвим засобом непрямого впливу на соціальну поведінку бізнес-структур є соціальне маркування продукції (social labeling). Йдеться про спеціальні сигнали для споживачів через маркування продукції, яка виробляється соціально відповідальними компаніями. Немало науковців пропонує більш радикальні заходи інституціонального, юридичного характеру, як, наприклад, законодавчо зобов'язати менеджерів великих акціонерних компаній враховувати інтереси не лише акціонерів, а й інших стейкхолдерів і звітувати за певними процедурами, регламентами щодо наслідків соціально відповідальних дій.

У цьому ж контексті слід акцентувати увагу на необхідності підвищення соціальної відповідальності представників наукової спільноти. За абстрактними категоріями «відповідальність», «соціальна активність», «соціальна сприйнятливості» тощо все більше і більше перестаємо бачити глибинні процеси і явища. Науковці часто-густо втрачають здатність пояснювати складні процеси, виокремлювати першопричини, походження, рушійні сили розвитку, сучасні тренди і доміанти суспільного поступу. У нашому розумінні людина з високим 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 риторикою стабілізації і зростання добробуту не можемо не бачити віддалення від європейських стандартів якості життя, як і від стандартів свободи, справедливості, соціального залучення, соціальної згуртованості тощо.

Неочікувано 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 здебільш славити або мовчати. Справедливою, на наш погляд, є постановка таких запитань: Чи не з вини науковців соціум і на початку нового тисячоліття не спромігся глибоко усвідомити діалектику економічного і соціального розвитку? Чи не з вини науковців та їхньої безвідповідально спостережливої позиції поширюються економоцентризм, ліберальна концепція, невідпрацьована модель «людини соціальної» і «людини відповідальної»? Чи не за позиції не супротиву з боку науковців триває масштабний процес формування і поширення асоціальних моделей суспільного устрою?

Основною передумовою забезпечення стійкої соціальної динаміки є гармонізація всієї системи суспільних відносин, розбудова в Україні моделі реального соціально-економічного прогресу. Вважаємо, що формування такої моделі — чи не основне завдання наукової спільноти.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2013