

зів у бік позитивності, слід запустити системний моніторинг таких змін, що здатен з'ясувати ефективність різних відповідно заангажованих комунікаційних каналів, та ступінь впізнання України та її регіонів. Кінцева мета таких моніторинрів – виявити, наскільки імідж регіону та бренд України близький українцям і чи готові вони його прийняти. І допоки мешканець України не скаже, що він з Харкова, Одеси, Чернігова чи *Чернівців – найбільш багатокультурного, толерантного, співочого, поетичного, веселого, мудрого і багатого міста великої України*, яка сильна своїми самобутніми регіонами і через що в ній все є, варто коригувати «асоціативний ряд», іміджеву політику регіонів і програму національного брендингу України. Сучасне світове політичне поле – це боротьба конкурентоспроможних брендів країн за визнання та їх авторитету в світі. Якісні з часом визначають вектор світового розвитку, доля інших – інтегруватися, зберігаючи власні національні інтереси, чи навіть повністю нівелюватися, переслідуючи чужі національні інтереси. Ідеальною парадигмою розвитку держави та закріплення її бренду у світі є синкретичність стратегії розвитку її національних інтересів і конститутивний вплив на світові процеси сучасності. Актуалізація проблеми національного брендингу України зростає як у контексті її євроінтеграції, так і завдяки світовому процесу глокалізації. Внутрішні проблеми українських трансформацій роз'єднали країну територіально, ментально, економічно і політично, що постійно використовується політикумом України і стає небезпечним.

Таким чином, важливо закріпити в суспільній свідомості ідею про те, що територіальний брендинг – це не самоціль, він повинен слугувати інструментом для підвищення якості життя місцевих жителів, сприятиме зростанню виробничих та експортних здібностей регіону. Головна мета брендингу регіонів – налагодження взаєморозуміння і взаємодії між владою та громадянами, що живуть в одному інформаційному і географічному просторі, створення територіальної ідентичності. Опіраючись на сучасну наукову базу, використовуючи новітні технології брендингу, українські регіони здатні вийти на новий рівень у своєму економічному і

соціально-політичному розвитку і зробити вагомий внесок у розвиток іміджу України в цілому.

¹ Райс Эл. *Позиционирование. Битва за узнаваемость Positioning: The Battle for Your Mind* / Райс Эл, Траут Джек ; пер. с англ. Сергей Жильцов Издательство: Питер, 2004.

² Anholt Simon. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions* / Anholt Simon: Palgrave Macmillan. – 2007.

³ Котлер Ф. *Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге* / Филипп Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер; пер. с англ. Мария Аккая, Виталий Мишучков. – Питер, 2005. – С.51.

⁴ Kotler Philip. *Marketing and Brand Interest. Los mejores artículos de Marketing y Ventas* / Kotler Philip. – Expansión– 2006.

⁵ Голова А. *Вершина маркетинга. Часть 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL // http://omens.ru/2006/08/28/vershina_marketinga_chastmz_3/*.

⁶ Музыкант В. Л. *Реклама в действии: стратегии продвижения* / Музыкант Валерий Леонидович – М.: Эксмо. – 2007.

⁷ Райс Эл. *Позиционирование. Битва за узнаваемость Positioning: The Battle for Your Mind* / Райс Эл, Траут Джек ; пер. с англ. Сергей Жильцов Издательство: Питер, 2004.

⁸ Огилви Д. *Тайны рекламного двора. Советы старого рекламиста* / Дэвид Огилви – М.: Ассоциация работников рекламы. – 2000.

⁹ Anholt Simon. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions* / Anholt Simon: Palgrave Macmillan. – 2007. – С.127.

¹⁰ Попович Наталія. *Брендинг і комунікації як конкурентні переваги. – Режим доступа: URL // <http://placeid.com.ua/ukraine/brendynh-i-komunikatsiji-yak-konkurentni-perevahu#more-1486>*.

¹¹ Нагорняк Тетяна, *Бренди країн світу. Імідж українських регіонів у контексті розбудови бренду «Україна».* – Режим доступа: URL <http://www.social-science.com.ua/публікація/62>.

УДК: 304.4:061.1ЄС

© *Ірина Бутирська*
(м. Чернівці)

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ, СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА ТА СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ДІЯЛЬНОСТІ ЄС

У статті досліджено розвиток соціальної політики, соціального партнерства та соціально-відповідального бізнесу в діяльності ЄС. Бізнесові кола починають реалізовувати у своїх внутрішніх корпоративних відносинах принципи соціальної відповідальності і партнерства, закладені в Євро-

пейській соціальній моделі, демонструють розуміння, що сучасна політика й економіка значно залежить від якості людських ресурсів, інтелектуального капіталу, здатного забезпечити розвиток сучасних суспільств. Певну роль тут відіграє громадянське суспільство, частиною якого є соціально-

відповідальний бізнес, демонструючи активність у розвитку держав.

Ключові слова: соціальна держава, соціальна політика, соціальне партнерство, соціально-відповідальний бізнес, Європейський Союз, Європейська Комісія, транснаціональні корпорації.

Ирина Бутырская. Роль социальной политики, социального партнерства и социально-ответственного бизнеса в деятельности ЕС. В статье исследовано развитие социальной политики, социального партнерства и социально-ответственного бизнеса в деятельности ЕС. Деловые круги начинают реализовывать в своих внутренних корпоративных отношениях принципы социальной ответственности и партнерства, заложенные в Европейской социальной модели, демонстрируют понимание, что современная политика и экономика значительно зависят от качества человеческих ресурсов, интеллектуального капитала, способного обеспечить развитие современных обществ. Определенную роль здесь играет гражданское общество, частью которого является социально-ответственный бизнес, демонстрируя активность в развитии государств.

Ключевые слова: социальное государство, социальная политика, социальное партнерство, социально-ответственный бизнес, Европейский Союз, Европейская Комиссия, транснациональные корпорации.

Iryna Butyrs'ka. Role of Social Policy, Social Partnership and Social-Responsible Business in the EU activity. In the article the role of social policy, social partnership and social-responsible business in the EU activity is researched. In the internal corporate relations business circles begin to realize the social responsibility and partnership principles laid in the European social model and demonstrate the understanding that the modern policy and economy significantly depend on the human resources quality, intellectual capital that is able to provide modern societies development. The civic society with social-responsible business as a part plays here a certain role demonstrating the activity in the development of states.

Key Words: social state, social policy, social partnership, social-responsible business, European Union, European commission, transnational corporations.

Постановка проблеми та актуальність теми. Європейський Союз має багатий досвід розвитку соціальної політики та використання соціального партнерства у різних формах і на різних рівнях: на підприємствах, у галузях господарства, державах і в межах ЄС. Соціальне партнерство – випробуваний інструмент соціальної політики, безпосередньо пов'язаної з соціальною структурою суспільства, адже в кожній державі всі верстви і групи населення в ході розвитку та вдосконалення спільноти, прагнуть забезпечити свої інтереси і добробут, а тому змушені взаємодіяти між собою.

Політику соціального партнерства ініціювали свого часу підприємці, а профспілки як їх опоненти, вимушено прийняли цю інновацію. Поступово соціальний діалог розвивався, вирішував і нівелював ті гострі соціальні конфлікти у трудових відносинах, які були раніше, а партнери позитивно оцінили можливості і переваги діалогу. Зазначимо, що представники капіталу та менеджменту зробили це швидше, ніж профспілки. Однак і останні, зрештою, навчилися отримувати від нього користь. З часом склалися відповідні шкала цінностей і баланс взаємних поступок. Незважаючи на очевидні успіхи європейської політики соціального партнерства, слід визнати, що протистояння соціальних партнерів не зникло, хоча набуло інших форм і проявляється по-іншому. Підприємці і профспілки рівною мірою зацікавлені в застосуванні взаємоприйнятних форм вирішення конфліктів і знятті соціальної напруги без шкоди для розвитку виробництва.

Винятковий інтерес у даному контексті представляє корпоративна соціальна політика. Адже на цьому тлі зливаються інтереси соціальних опонентів, які чітко визначилися ще раніше. В Європі, як і на інших континентах, соціальні потрясіння, лиха, породжуються невідповідністю багатьох сучасних ситуацій і старих соціальних порядків. Процеси, що визначають розвиток сучасного світу, а найперше глобалізація, привели до появи інновацій і нових технологій у багатьох сферах, зокрема і в соціальній.

Значною мірою вони торкнулися й соціального партнерства. Особливе значення в розвитку економіки набула діяльність підприємств великого масштабу, що вийшла за національні межі. З'явилася потреба узгоджувати соціально-трудові відносини на міжнародному ринку праці. ТНК краще інших зуміли вловити значення інновацій, в т.ч. і соціальних, визначити потенціал соціального партнерства. Це не дивно – вони діють у глобальному вимірі, а тому більшою мірою володіють глобальним баченням проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки ЄС прийняв ряд документів, угод, були закріплені досягнуті домовленості у трудовому і соціальному праві ЄС, укладено багато колективних договорів та інших документів у країнах-членах, з'явилися соціальні кодекси підприємств¹, які представляють безперечний інтерес для дослідження проблеми. В останні роки до вивчення соціальних проблем звертається багато науковців, зокрема російських² та українських³. Вони прагнуть представити нове концептуальне осмислення цих проблем з позицій різних суспільних наук⁴. У політологічній літературі до соціальних проблем звертаються менше. Це праці А. Сіленко⁵, О. Скрипнюка⁶, Н. Хоми⁷ та інших. Але є певна невизначеність у трактуванні соціальних проблем, що вимагає її політичного аналізу та вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сфері соціального партнерства нового типу в ЄС досить активні ТНК, які використовують його для покращення роботи своїх підприємств. Вони прагнуть отримати статус т.зв. Європейських компаній і беруть на себе зобов'язання у сфері соціального партнерства, які закріплені в юридичних документах. ЄС узаконює продиктовані життям соціальні інновації. Саме в ТНК, де адміністрація успішно співпрацює з сильними профспілковими об'єднаннями, з'являються нові форми і новий рівень соціального партнерства, зокрема пов'язані з функціями контролю.

Зазначимо, що новий феномен приживається не скрізь і не відразу. Йому доводиться долати опір бізнесу, який не завжди готовий допускати організації трудящих до отримання інформації про діяльність підприємств, до управління і планування. Нерідко стримуючу роль відіграють національні традиції, які приходять у суперечність із загальноєвропейськими цілями.

Трансформуючись, відповідно до вимог часу, ЄС перейшов на стратегічне планування економічного розвитку і соціальної сфери. Нині він позиціонує себе як «мережева держава», вкладаючи в це поняття ідею управління і побудови за мережевим принципом організацій, покликаних вирішувати глобальні проблеми за участю всіх соціальних партнерів. Це уможлиблюють сучасні технічні й інформаційні засоби, а розвиток економіки, заснованої на знаннях, передбачає наявність кадрових ресурсів, здатних втілити ідею в життя. Так, створювалися локальні мережі, які забезпечили зв'язок профспілок з місцевою владою та спільну роботу. Без власних ресурсів, профспілки отримують доступ до муніципальних засобів і право контролю за їх витратами на благо локального співтовариства.

На іншому полюсі знаходяться міжнародні мережі, які складаються поза рамками традиційної системи національних держав. Вони ґрунтуються на взаємодії ТНК, наукових співтовариств, неурядових організацій, багато з яких за своїм характером є транснаціональними. Значимий розвиток такі мережі одержують завдяки Інтернету. Створена ним неофіційна світова система дуже сприяє впровадженню і всеохоплюючому партнерству. Багато західних експертів із задоволенням констатують у цьому зв'язку, що соціальні партнери пристосовують свої організації до умов нової економіки⁸.

Втім, у сучасних умовах слід підходити до соціального партнерства не лише як до способу захисту і забезпечення групових інтересів, а й як до можливості поєднати зусилля соціальних партнерів, сконцентрувати їх на завданнях, життєво необхідних суспільству. При цьому важливо чітко визначити ділянку роботи кожного і частку його соціальної відповідальності – не лише перед тими, кого він представляє, а й перед суспільством у цілому.

Соціальні партнери мають різні політичні і фінансові можливості. І всі прагнуть закріпити своє становище та отримати результати за допомогою законодавства. Доступ до нього отримати непросто. Для досягнення цієї мети потрібна причетність до політичної влади. Саме тому практично всі активні громадські сили прагнуть заручитися підтримкою суспільства та державних структур, особливо органів виконавчої влади. Звідси тенденція до посилення політичних і психологічних аспектів соціальної політики корпоративної, державної і потенціалу її дієвого інструменту – соціального партнерства.

Нова модель соціального партнерства ще далека від ідеалу. Соціальні групи прагнуть відстоювати свої інтереси. Втім, багато учасників цього процесу погоджуються, водночас, не забуваючи про свої інтереси, що потрібно об'єднувати зусилля, концентруючи їх на завданнях, життєво необхідних для подолання труднощів, з якими стикається суспільство. В цих умовах особливо цінується готовність партнерів до досягнення компромісів, їх здатність внести вклад у забезпечення стабільного соціального клімату⁹.

Серед тенденцій, що чітко проявляються в сучасний період, є зростання ролі держави в системі соціального партнерства. Це пояснюється тим, що держава володіє великим адміністративним ресурсом, бюджетними коштами, відповідним законодавством, має у своєму розпорядженні різноманітні структури виконавчої влади і може ефективно використовувати їх для досягнення соціальних компромісів, підтримки чи, навпаки, стримування активності окремих соціальних партнерів.

Більшість країн-членів ЄС визначаються як сучасні соціальні держави. Наголосимо, що ще з другої половини ХХ ст. вони запровадили практику соціального контракту, який передбачає взаємодію між основними соціальними партнерами. Соціальний контракт – це історично апробований акт, який демонструє свій потенціал на важких етапах суспільного розвитку. В обстановці світової фінансово-економічної кризи суспільство неминуче стикається з її негативними соціальними наслідками¹⁰. Саме в такі моменти вимальовується роль держави як провідного соціального партнера, покликаного внести вирішальний вклад у подолання не лише самої кризи, але й її болючих соціальних наслідків. У цьому зв'язку змінюються форми діяльності держави, її взаємовідносини з соціальними партнерами. Зростає необхідність зміцнення функцій держави щодо управління та регулювання, контролю над ринковою стихією.

Значного поширення набуло уявлення про соціальну державу як про благодійника, здатного надавати допомогу соціально вразливим групам суспільства. Тож соціальна політика розглядається виключно як захисна реакція суспільства на наслідки негативних процесів в політиці й економіці в цілому.

му. Втім, цей підхід грішить односторонністю при оцінці соціальних реалій.

Виклики XXI ст., посилені фінансово-економічною кризою, змінюючи детермінанти соціальних вимірів, спонукають до розширення сфери дії соціальної політики. Головне завдання соціальної держави – забезпечити стабільність розвитку держави і соціальний захист громадян у нових умовах. При цьому держава повинна проводити свою політику з урахуванням інтересів усіх без винятку соціальних верств і професійних груп, що формують сучасне суспільство. Держава змушена регулювати соціально-трудові відносини так, щоб досягти необхідний компроміс між соціальними і професійними групами; демонструвати здатність урівноважувати права та обов'язки різних частин суспільства; турботу держави повинні відчувати не лише бідні, але й більш заможні верстви, що, зрозуміло, досить складно.

Діяльність соціальної держави ґрунтується на соціальній справедливості, соціальній відповідальності та соціальному партнерстві. Запровадження вказаних напрямів діяльності та їх реалізація зазвичай залежать від ступеня соціальної відповідальності бізнесу, а також від наявності громадянського суспільства та рівня його організованості.

Глобалізація, яка проявляється, зокрема у посиленні конкуренції, змушує підприємців шукати шляхи для скорочення витрат виробництва. Один з цих шляхів – економія витрат на робочу силу. Але це викликає падіння платоспроможного попиту та порушує соціальну стабільність. Тож перед державою стоїть складне завдання: забезпечити ефективну взаємодію з приватним підприємництвом, що необхідно для стимулювання економіки, не допускаючи при цьому зниження рівня соціального захисту працівників.

У країнах ЄС багато хто вважає, що в період кризи держава повинна скорочувати фінансові витрати, в т.ч. і в соціальній сфері, перекладаючи їх, почасти, на підприємців. У порівняно невеликих країнах, як Швеція, Данія з їх особливою моделлю розвитку, у такий спосіб досягли позитивних результатів і полегшили тягар, що лежить на державі¹¹. Значно важче здійснити подібні перетворення в країнах з давніми державницькими традиціями і розгалуженими системами соціального захисту (Франція, Німеччина). Соціальні виступи у них спалахують регулярно, а позиції представників бізнесу, попри спроби держави спростити бюрократичні процедури, звітність і ряд податкових пільг, практично не змінюються. Вони не бажать брати на себе будь-які додаткові зобов'язання¹².

ЄС, розбудовуючи свою діяльність у сфері соціальної інтеграції в нових умовах, надає особливого значення розвитку соціального партнерства та соціальної відповідальності бізнесу. При цьому, що особливо важливо, він у документах наголошує на

збереженні принципу субсидіарності та соціального згуртування в суспільстві¹³. Так, із закликом про соціальну відповідальність бізнесу виступили учасники Лісабонської зустрічі на вищому рівні (2000 р.). У межах Лісабонської стратегії була досягнута згода про те, щоб економічне зростання і створення робочих місць стали найвищим пріоритетом політики ЄС. У стратегії містилася настанова про необхідність обміну досвідом та практикою узгодження дій з організаціями працівників, їх рівноправної участі у розвитку виробництва та соціальної інтеграції, адресована не лише великим компаніям і, що не менш важливо, прийнята до відома не тільки ними¹⁴. Принцип соціальної відповідальності бізнесу впроваджується на різних підприємствах, включаючи середні і малі. Але саме великий бізнес знаходиться в центрі даного процесу. Це пов'язано із зростанням ролі ТНК, які отримали статус європейських.

У 2001 р. вийшла в світ «Зелена книга», згодом основні її положення були продовжені в «Білій книзі» (2003 р.), присвяченій проблемі соціальної відповідальності корпорацій на території ЄС¹⁵. У Великобританії в 2001 р. було створено Міністерство соціальної відповідальності у корпоративному секторі. Міністерство з соціальних питань Данії розробило спеціальний індекс оцінки ступеня соціальної відповідальності компаній. Спеціальні статті правових документів Франції регламентують вимоги до компаній з урахуванням екологічних і соціальних наслідків їх діяльності.

У «Соціальному порядку денному» (Agenda 2001-2006), прийнятому на саміті в Ніцці в 2000 р., особливо підкреслювалася роль корпоративної соціальної відповідальності¹⁶. Цю політику продовжили в «Соціальному порядку денному 2006-2010 рр.», схваленому в Лісабоні в 2005 р. Значно посилила свою діяльність у цьому напрямі Європейська комісія, яка розглядає підготовку до внесення в Європарламент і до Європейської ради пропозицій щодо вдосконалення соціальних стандартів і технічних правил встановлення критеріїв соціальної відповідальності інтегрованого управління в контексті глобалізації, як один з основних напрямків своєї роботи.

Мета стратегії корпоративної соціальної відповідальності – досягнення взаємодії з тими, з ким доводиться спільно працювати: з найманими працівниками, споживачами, неурядовими організаціями тощо. Взаємодіючи з різними групами населення, компанії «інвестують у майбутнє», прораховуючи ступінь можливих поступок і враховуючи необхідність вирішення не лише своїх проблем, а й партнерів. Соціальні інвестиції розглядаються не як додаткові і соціальні витрати, але як запорука подальших успіхів. У межах стратегії корпоративної соціальної відповідальності активізується включення представників трудящих у управління вироб-

ництвом, розширюється їх доступ до інформації щодо діяльності підприємства, тобто поглиблюється промислова демократія.

Розуміння необхідності і доцільності подібних дій сформувалось ще в 1989 р. у параграфі 17 Хартії основних соціальних прав трудящих Співтовариства і були конкретизовані у відповідній директиві¹⁷. Велике визнання одержало рішення Європейської комісії від 2006 р. про запуск проекту створення Європейського Альянсу в сфері соціальної відповідальності бізнесу. Основний принцип діяльності Альянсу – партнерство. Ця ініціатива викристалізувалася в дискусіях з соціальними партнерами, але, на думку керівництва ЄС, висування на перший план (про що свідчить і назва Альянсу) соціальної відповідальності бізнесу, не випадкове. Він значною мірою консолідує європейський спосіб життя, впливає на зростання економіки, її конкурентоспроможність та ефективність, зайнятість, умови і зміст праці, розвиток освіти, майбутнє суспільства.

Ініціатори проекту запропонували всім без винятку підприємствам підтримати його, заявивши, що мова йде не лише про великі, а про всі фірми. Проект передбачає добровільне включення в комерційну і виробничу діяльність підприємств, в їх відносини з партнерами, пропонує соціальні й економічні заходи, вироблені спільно з громадянським суспільством.

Дотримуючись положень Лісабонської стратегії, «Зеленої книги» про корпоративну соціальну відповідальність 2001 р., Спеціального Повідомлення Єврокомісії від 2002 р., рішення Європейської ради 2005 р. про надання підтримки підприємствам у розвитку їх соціальної відповідальності, багатосторонній Форум представників громадянського суспільства ЄС підтримав ідею створення Альянсу, оцінивши його як нову форму соціального партнерства. Передбачалося, що Альянс працюватиме на основі повної відкритості, що соціальний діалог як ефективний інструмент взаємодії допоможе обміну практичним досвідом. Результати роботи Альянсу повинні відчувати ті, хто працює на підприємствах, хто живе на територіях їх діяльності, споживачі, місцева влада, інвестори, молодь.

Зазначимо, що діяльність Альянсу (з 2006 р.) оцінена як один з інструментів реалізації Європейської соціальної моделі. На цьому ініціатори проекту не зупинились, а йдуть далі, плануючи розгорнути діяльність на міжнародному рівні, спираючись на Глобальну угоду про корпоративну соціальну відповідальність бізнесу, запропоновану ООН, і співпрацюючи з МОП, ОБСЄ й іншими міжнародними організаціями.

У 2006 р. Єврокомісія, Європарламент, Європейська рада й Економіко-соціальний комітет опублікували Звернення «Поставити партнерство на службу економічному зростанню та вирішенню

проблеми зайнятості, зробити з Європи зразок у сфері соціальної відповідальності підприємств», в якому наголосили, що «Альянс має намір шукати і підтримувати новаторські методи обміну досвідом і поширення успішної практики, враховувати інтереси фахівців, політиків, широких мас населення на всіх рівнях в Європі та поза її межами». Отже, інституції ЄС декларують необхідність опори на комплексні наукові дослідження, використання новітніх досягнень науки і техніки, розвиток освіти. При цьому особливо вказується, що для успішної роботи Альянсу потрібні взаємна довіра і соціальний діалог.

Можна по-різному оцінювати ці плани ЄС і надії, які він покладає на європейський бізнес, але очевидно, що проблеми соціального партнерства і позиції соціально-відповідального бізнесу взаємопов'язані. Без їх взаємодії сучасне суспільство і його економіка зіткнуться з безліччю проблем.

Тож у цій сфері є ще чимало роботи. Очевидно, що профспілки залишатимуться захисниками інтересів трудящих, будуть вести боротьбу за робочі місця і зайнятість, адекватну оплату і нормальні умови праці, за гідну якість життя. Поки існує економічна і соціальна нерівність їх захисна функція буде затребуваною. Водночас є об'єктивна потреба активної участі профспілок у справах підвищення ефективності виробництва, вдосконалення планування, управління на всіх рівнях. Тобто, соціальне партнерство повинно піднятися на вищий рівень і проявлятися в нових формах. Втім, для цього необхідно зламати усталені стереотипи.

Вважаємо, що певну роль у цій справі можуть відіграти, зокрема Європейські поради з праці (ЄПП), які створено з ініціативи профспілок при підтримці керівних інституцій ЄС на підприємствах загальноєвропейського масштабу. Вони були впроваджені ще в 1994 р.¹⁸ і неодноразово доповнювалися, розширюючи і деталізуючи можливості доступу членів трудових колективів до інформації про діяльність підприємств та участі в управлінні виробництвом.

17 грудня 2008 р. вийшла нова Директива Єврокомісії про збільшення ролі ЄПП. У ній йшлося про зміну законодавства, щодо ЄПП, з тим, щоб максимально пристосувати їх діяльність до змін ситуації. Крім того, Директива передбачала організацію навчання представників робітників у цих радах та забезпечення режиму сприяння їх діяльності¹⁹. Тоді (2008) кількість компаній, на яких діяли такі Поради, досягла 820. На них вже було зайнято 14,5 млн. працівників. Спеціальна директива про «статус європейської компанії» визначила критерії, яким повинні відповідати претенденти на отримання цього статусу, в т.ч. – ступінь соціальної відповідальності бізнесу. У 1999 р. доповіді про свою соціальну політику і соціальні зобов'язання оприлюднили 35%

ТНК, які діяли в Європі. Потім їх частка зросла до 45%.

Впродовж років під егідою ЄК проходять весняні Форуми соціальної політики, за участі зацікавлених соціальних партнерів і їх позитивний вплив на затвердження стратегії корпоративної соціальної відповідальності не викликає сумнівів. Частина підприємців та їх організацій протидіють цьому руху. Так, Паризька торгово-промислова палата різко негативно оцінила політику інформування і консультацій трудящих у межах соціального діалогу, яку ініціює ЄК. Французькі підприємці визнали її посяганням на принцип субсидіарності, заявили, що самі в змозі визначити потребу і ступінь залучення робітників до управління виробництвом. Їх підтримала асоціація «Єврокомерс» (представляє інтереси європейських оптовиків і зовнішньоторговельних компаній), заявивши, що рішення про те, яку інформацію і в якому обсязі надати трудящим – прерогатива підприємців, які спираються на сформовану практику і традиції. Асоціація виступила також проти зусиль ЄС, спрямованих на гармонізацію норм і правил інформування трудящих на рівні ЄС. Підприємці з Business Europe і представники Центру працівників держпідприємств (СЕЕР) у квітні 2008 р. навіть звернулися з листом до комісара ЄК з питань зайнятості, соціальної політики і рівних можливостей В. Шпідли по допомогу і підтримку в організації переговорів з Європейською конфедерацією профспілок (ЄКП). ЄКП відмовилася від переговорів про перегляд прав, закріплених за Єврорадами по праці спеціальною директивою, а сама звернулася до ЄК із закликом неухильно слідувати прийнятим документам і протистояти зазіханням підприємців на права трудящих, за що отримала підтримку керівництва ЄС.

Висновки. Вже чимало компаній і асоціацій починають реалізовувати у своїх внутрішніх корпоративних відносинах принципи соціальної відповідальності та партнерства, закладені в Європейській соціальній моделі, демонструючи цим розуміння того, що сучасна економіка все більшою мірою залежить від якості людських ресурсів, інтелектуального капіталу, здатного забезпечити високотехнічне виробництво, інновації, конкурентну здатність підприємств, що така робоча сила вимагає особливого ставлення, а економія на соціальних витратах веде не до додаткових доходів підприємців, а до зростання соціальної напруги і зниження конкурентоспроможності фірм.

Важливість ролі бізнесу в політичному та соціально-економічному розвитку будь-якої держави не підлягає сумніву. Однак і громадянське суспільство, частиною якого є соціально-відповідальний бізнес, все більш явно демонструє свою активність у розвитку держав. Очевидний також намір профспілок та інших неурядових організацій не лише виступати на захист інтересів груп, які вони предста-

вляють, але й тримати під громадським контролем діяльність своїх партнерів. Відповідь на питання: чи зуміє (і як швидко) Європейський Союз сформулювати добре організовану „Європу громадян”, вимагає тривалого часу і обережності.

¹ Амстердамський договір // Європейський Союз: прошле, настояще, будуще. – М.: Право, 1999. – 192 с.; Договір о створенні Європейського Союзу (Маастрихтський договір) // Сб. міжнародних правових документів, регулюючих питання міграції / Міжнарод. орг. по міграції. – М.: МОМ, 1994. – С. 147-151; Конституційні акти Європейського Союзу (в редакції Лісабонського договору) / пер. Геннадія Друзенка та Світлани Друзенко, за заг. ред. Геннадія Друзенка. – К.: К.І.С., 2010. – 536 с.; Agenda 2000: for a Stronger and Wider Union: Document Drawn Up on the Basis of COM (97) 2000 final / EU, EC. – Luxembourg: EUR-OP, 1997. – 149 р.; Договір о Європейському Союзі (в первонаочальном варіанте от 7 февраля 1992 года) / Т.К. Хартли // Основы права Европейского Сообщества / Т.К. Хартли. – М.: Закон и право: ЮНИТИ, 1998. – С. 623-633.; Доповідь щодо поступу країн Європейської політики сусідства у 2010 році – Україна (26/05/2011) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/all_news/news/2011/2011_05_26_01_uk.htm; Копійка В.В. Європейський Союз: історія і засади функціонування: навч. посіб. / В.В. Копійка, Т.І. Шинкаренко; за ред. Л.В. Губерського. – К.: Знання, 2009. – 751 с.

² Горшков М.К. Социальная ситуация в России в фокусе общественного мнения / М. Горшков // Социологические исследования. – 2006. – № 12. – С. 3-8; Тихонова Н.Е. Оптимальная модель социальной политики в массовых представлениях / Н. Тихонова // Социологические исследования. – 2006. – № 12. – С. 9-10; Римский В. Социальная политика как метод решения социальных проблем / В. Римский // Общественные науки и современность. – 2006. – № 5. – С. 92-96; Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. Под ред. Литовченко С.Е., Корсакова М.И. – М.: Ассоциация менеджеров, 2006.

³ Карвацький А. Андерклас і культура бідності в осередках колишніх державних сільських господарств у контексті теоретичних та інтерпретаційних дискусій / А. Карвацький, Д. Антонович // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – №1. – С. 36-65; Коваліско Н.В. Стратифікаційні порядки суспільства: концептуальні уявлення та досвід вивчення / Н.В. Коваліско. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. – 240 с.; Колганова Н.П., Гнатенко Ю.Г. Бідність в Україні як соціальний феномен / Н.П. Колганова, Ю.Г. Гнатенко // Реформа соціально-кредитної системи перехідної економіки України. Зб. наук. праць. – К., 2000. – С.139 -151.

⁴ Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации / И.Г. Ясавеев. – Казань: изд-во Казан. ун-та, 2004. – 199 с.; Концептуализация социальной проблемы // Социальная политика и социальная работа в изменяющейся России / Под ред. Е.И. Ярской-Смирновой, П.В. Романова. – М., 2002. – С. 28-37.

⁵ Сіленко А. Від держави загального добробуту до держави можливостей / А. Сіленко // Людина і політика. – 2002. – № 3. – С. 120-128; Сіленко А. Деякі тенденції розвитку соціальної держави / А. Сіленко // Право України. – 2005. – № 8. – С. 106-110; Сіленко А. Соціальна держава: територія перемін / А.О. Сіленко. – Одеса: ВЦ УДАЗ, 2000. – 278 с.

⁶ Скрипнюк О.В. Соціальна, правова держава в Україні: проблеми теорії і практики: До 10-річчя незалежності України / О.В. Скрипнюк. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАНУ; ІМВ КНУТШ, 2000. – 600 с.; Скрипнюк О.В. Соціальні функції конституції та їх забезпечення в Україні / О. Скрипнюк. – 2005. – № 4. – С. 68-79; Скрипнюк О.В. Проблема реалізації прав людини при здійсненні державного управління соціальною та економічною сферами України / О. Скрипнюк. – 2006. – № 4. – С. 22-34.

⁷ Хома Н.М. Соціальні проблеми глобалізації (в контексті реформування соціальної держави) / Н.М. Хома // Порівняльно-правові дослідження. – 2012. – № 1-2. – С. 303-309; Хома Н.М. Соціальні процеси в країнах п'ятої хвилі євроінтеграції в контексті розбудови соціальної держави та відповідності соціальним стандартам ЄС (на прикладі Естонії, Литви, Латвії) / Н.М. Хома // Держава і право. – К., 2011. – Вип. 52. – С. 588-594; Хома Н.М. Моделі соціальної держави: світовий та український досвід: монографія. – К.: Видавництво „Юридична думка”, 2012. – 592 с.

⁸ Crepaz M., Damron R. Constructing Tolerance: How the Welfare State Shapes Attitudes About Immigrants / M. Crepaz, R. Damron // Comparative Political Studies. – 2008. – Vol. 40. – № 3. – P. 67.

⁹ Там само. – С. 66.

¹⁰ Храмов А.Ф. Перспективы социального государства: Европа и Россия / А.Ф. Храмов // Социально-гуманитарные знания. – 2007. – № 3. – С. 133.

¹¹ Сафронов А.П. Внутренние противоречия шведской модели „благополучия” / А.П. Сафронов // Научный эксперт. – 2008. – Вып. 11. – С. 73-74.

¹² Намчук В.А. Розвиток соціальної держави в країнах ЄС / В.А. Намчук // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ „Магістр”, 2011. – № 2 (40). – С. 445.

¹³ Панченко Т.В. Ідея загального блага як ціннісна основа доктрини субсидіарності / Т.В. Панченко // Вісник СевНТУ, 2010. – Вип. 112. – С. 139.

¹⁴ Європейська регіональна політика: натхнення для країн, що не входять до ЄС? Застосування принципів та обмін досвідом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/international/external_uk.pdf

¹⁵ Green Paper Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility (presented by the Commission). – Brussels: Commission of the European Communities, 2001. – P. 8.

¹⁶ Ferrera M. Open Coordination Against Poverty : the New EU «Social Inclusion Process» / M. Ferrera, M. Matsaganis, S. Sacchi // Journal of European Social Policy. – 2002. – Vol. 12. – № 3. – P. 4.

¹⁷ Community Charter of the Fundamental Social Rights of Workers. – Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1990. – P. 2.

¹⁸ Commission Regulation (EC) No 2332/94 of 29 September 1994 // Official Journal of the European Communities. – 1994. – № 1. – P. 254-255.

¹⁹ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions : A Digital Agenda for Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:EN:PDF>.