

УДК 316.42.42: 338.24

**СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА БІЗНЕСУ: СУТНІСТЬ
ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ**

*Г. М. Пилипенко., д. е. н., професор, ДВНЗ «Національний гірничий університет»,
Ю. І. Пилипенко, д. е. н., професор, ДВНЗ «Національний гірничий університет»,
pelepenkoyi@mail.ru*

Розглядається сутність соціальної відповідальності бізнесу, наголошується на необхідності державного забезпечення законодавчих засад та організаційних механізмів впровадження соціальної відповідальності у економічну практику. Розглядаються тенденції та суперечності становлення інститутів громадянського суспільства в нашій країні. Доводиться, що ефективність взаємодії влади, бізнесу та громадянського суспільства в Україні залежить від якості інституційних реформ та здатності суспільства до зміни стереотипів поведінки господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу та держави, мотивація бізнесу до соціально-відповідальної поведінки, участь держави у формуванні соціально-відповідальної поведінки, громадянське суспільство у забезпеченні соціальної відповідальності, інституційно-анальні реформи.

Постановка проблеми. Соціально-економічні суперечності, які болісно переживає сьогодні Україна, багато у чому зумовлені напрочуд низькою результативністю тих реформ, які здійснювалися в нашому суспільстві протягом більш ніж двох десятиліть. Можна констатувати, що основне завдання щодо формування у нашій країні засад сучасної соціально-орієнтованої ринкової господарської системи все ще не вирішено, а сформована модель соціально-

економічного устрою українського суспільства та механізму її управління є в цілому неефективною, несприйнятливою до інноваційних змін, занадто бюрократизованою та залежною від впливу олігархічних структур.

Зрозуміло, що подібне становище вимагає проведення рішучих та навіть радикальних реформ, спрямованих на подолання неефективного тренду еволюції нашої країни та формування в ній дієвих механізмів сталого розвитку в поточній та довгостроко-

вій перспективі. Причому реалізація цього завдання потребує не лише реформування системи державного управління економічною системою, але й якісних змін у механізмах взаємодії всіх економічних суб'єктів національної економіки задля досягнення гармонійних умов співіснування влади, бізнесу та громадян. В кінцевому рахунку ми повинні отримати в Україні стабільність у всіх її проявах, завдяки якій вітчизняна економічна система та суспільство в цілому можуть розвиватися на нових якісних принципах.

Як свідчить історичний досвід, саме стабільність на основі гармонійності у погодженні приватних і суспільних інтересів була основою соціально-економічного розвитку країн і впливала на їх кількісні та якісні показники. Так, ринкові системи, що склалися в більшості європейських країн у XVII – XVIII ст., будувалися на загальному природному балансі індивідуальної та суспільної вигоди, який блискуче описав А. Сміт у «Дослідженні про причини багатства народів» (1776): «Задовольняючи власні потреби індивід часто більш дієво слугує інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається цього досягти» [1, с.277].

Дана теза тривалий період не викликала жодних сумнівів, оскільки конкурентні сили унеможлилювали масштабне розгортання опортуністичної поведінки підприємницьких структур, а держава (хоча теоретично ліберального крила й заперечували її необхідність) на практиці через законодавчу та судову системи жорстко обмежувала негативні для суспільства прояви прагнення бізнесу до реалізації корисливих цілей. Сам А. Сміт, власне, ніколи не ідеалізував ринкову систему. У «Теорії моральних почуттів» вчений вказував на величезну роль законів, що мають стояти «на сторожі справедливості» і порушення яких безумовно повинно засуджуватися та відповідним чином каратися [2, с.99].

З 30-х рр. XX ст., коли бізнес отримав небувалу владу над ринком і суттєво послабив конкуренцію, саме на державу стали покладатися основні функції примусу підприємців до соціально прийнятної поведінки. Однак, далеко не завжди цей інститут володів достатньою силою виконувати дану мі-

сію. На практиці виявилось, що бізнес задовольняє свої інтереси не тільки за допомогою економічної діяльності, але й використовує для цього тиск на державу – механізм лобювання, різні форми політичного впливу упритул до проникнення у владні структури. За таких умов виникає цілий ряд проблем, які унеможливають ефективний розвиток і потребують вирішення питання про соціальну відповідальність влади і бізнесу перед суспільством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загострення суперечностей у взаємодії економічних суб'єктів в Україні зумовило активізацію наукових досліджень вітчизняних вчених, у результаті чого з'явилося досить багато наукових праць з проблематики соціально-відповідальної діяльності бізнесу та держави. Так, насамперед, потрібно виділити монографію колективу вчених Інституту економіки промисловості НАН України [3], в якій дано узагальнену експертну оцінку стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні. В даній роботі виділено фактори, причини, мотиви та наслідки соціальної відповідальності, запропоновано ієрархічну модель формування соціальної відповідальності бізнесу [3, с.201].

Грунтовний аналіз існуючих теоретичних моделей соціальної відповідальності бізнесу та критичний погляд на її світову та вітчизняну практику міститься в колективній монографії вчених Київського національного економічного університету [4]. Окремі аспекти соціальної поведінки бізнес-структур розглядаються в роботах З. Галушки [5], І. Гончарової [6], О. Степанової [7], В. Шаповал [8] та інших. Разом з тим, зважаючи на існуючі суперечності в реалізації принципів соціально-відповідальної поведінки бізнес-структур в Україні важливим є аналіз причин таких суперечностей та з'ясування необхідних умов для поліпшення ситуації в цій сфері.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є дослідження сутності соціально-відповідальної діяльності бізнесу та аналіз умов можливості реалізації такої діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно зауважити, що сьогодні

не існує усталеного визначення сутності категорії «соціальна відповідальність бізнесу». Так, якщо взяти позицію щодо даної проблематики з боку міжнародних організацій, то під соціальною відповідальністю розуміється «інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі» (Зелена книга Європейського Союзу), «сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу» (Міжнародний форум лідерів бізнесу), «зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя» (Всесвітня ділова рада із сталого розвитку) [9, с.6] тощо.

Ще більша різноманітність характерна для досліджень проблем соціальної відповідальності бізнесу серед представників економічної науки. З часу появи у 1953 році першої фундаментальної роботи «Соціальна відповідальність бізнесмена» Хоуарда Р. Боуена серед науковців не вщухала полеміка щодо сутності, форм прояву та механізмів реалізації соціально-відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів, соціальної позиції держави та громадян тощо [10, с.45].

Якщо узагальнити результати даної полеміки, то завдяки, насамперед, роботам найбільш відомих дослідників проблеми соціальної відповідальності бізнесу К. Девіса [11], А. Керролла [12], М. Шварца [13] та інших на сьогодні сформувалася система достатньо обґрунтованих характеристик сутності, рівнів та форм прояву даного феномену. Так, в економічній науці утвердилося розуміння, що соціальна відповідальність має багаторівневий характер, і що це зумовлено специфікою функціонування підприємств, їхніми економічними можливостями та різним розумінням відповідальності перед суспільством. Перший рівень – базовий, який формує початкові обов'язкові передумови для подальшого формування соці-

ально-відповідальної поведінки. На цьому етапі головним принципом є повне виконання компанією усіх вимог, сформульованих діючим в країні законодавством: договірних зобов'язань перед партнерами, своєчасної оплати податків, виплати заробітної плати тощо.

Другий рівень соціальної відповідальності у якості головного пріоритету передбачає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки для роботи, але й для життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Третій рівень включає зовнішні аспекти діяльності підприємства і передбачає, насамперед, реалізацію благодійницьких програм.

Зважаючи на це, в останні десятиліття в межах теорії соціальної відповідальності бізнесу все більше досліджень спрямовуються в практичну площину – на пошук ефективних механізмів взаємодії всіх зацікавлених сторін у соціально-відповідальній поведінці господарюючих структур. На думку відомого вітчизняного дослідника А. Колота, в царині дослідження даної проблематики представниками світової економічної науки спостерігається «по-перше, стійкий прогрес (поява нового категоріального апарату, наповнення новим змістом базових, вихідних понять, розширення теоретичних меж дослідження), по-друге, багатоманітність підходів, альтернативність щодо вирішення завдань соціально відповідального розвитку, по-третє, зниження рівня «нормативності», перенесення акценту з загальнофілософських, моральних аспектів до управлінських..., по-четверте, формування ... нової парадигми досліджень, складниками якої є «принципи–процеси–результати», а отже, розвиток методологічних і прикладних засад прагматизму» [14, С. 25–26].

Подібний напрям наукових пошуків є, безумовно, позитивним моментом та свідчить про важливість соціально-відповідальної поведінки економічних суб'єктів для сучасної економічної практики. Разом з тим, неоднозначність у визначенні механізмів соціальної відповідальності позначається на виборі дієвих заходів її забезпечення.

Аналіз існуючих підходів до визна-

чення соціальної відповідальності дозволив зробити висновок, що переважна більшість авторів єдина в тому, що дана категорія є широким поняттям, яке виходить за межі власне економічних інтересів бізнесу. Мова йде про зобов'язання перед суспільством, які не знаходяться у сфері інтересу до максимізації прибутку і носять добровільний характер (найбільшого розповсюдження в економічній теорії набули уявлення про соціальну відповідальність як благодійність, меценатство, схильність бізнесу діяти на етичних засадах, свідоме ставлення особи до вимог суспільної необхідності, обов'язок бізнесменів приймати ті рішення, які доцільні з точки зору цілей і цінностей суспільства).

Якщо звернутися до аналітичного звіту «Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку», підготовленого Центром КСВ за результатами опитування 600 компаній в Україні, то можна зробити висновок, що діяльність вітчизняного бізнесу є у своїй переважній більшості соціально відповідальною, оскільки є добровільною і мотивованою суспільною корисністю. Так, серед основних чинників, які спонукають компанії впроваджувати соціально відповідальні заходи, респонденти на перший план поставили свої внутрішні переконання: моральні міркування та внутрішнє спонукання (61,3% та 52,1% відповідно) [15, с.23]. Проте реалії господарської діяльності свідчать про досить низьку відповідальність бізнесу перед своїми працівниками та суспільством і вказують на їх переважно опортуністичну, а не соціально-орієнтовану поведінку.

Така суперечність вказує на те, що теоретичні підходи, які утвердилися в економічній науці, не є вичерпними. На нашу думку, вихідним положенням визначення соціальної відповідальності має бути теза про головний мотив підприємницької діяльності, який полягає в максимізації прибутку. Достатньо згадати, що в економічній науці здійснювалися неодноразові спроби увести моральні імпульси у коло переваг підприємця і розглянути його діяльність через призму моралі. Однак, жодна із них не була успішною.

Вперше економісти зіткнулися з над-

звичайними труднощами роботи з соціальними категоріями при формулюванні теорії суспільного добробуту та вирішенні питання про максимізацію суспільної корисності з урахуванням можливих технологічних і ресурсних обмежень. Як стверджував Дж. К. Ерроу, «... ринковий механізм не можна використовувати як функцію суспільного добробуту, оскільки цей механізм не може враховувати альтруїстичні мотиви, які повинні бути присутніми заради збереження консенсусу як основи соціальної дії. Ще гірші справи, якщо консенсус, про який йдеться, належить до моральних імперативів, оскільки ринок може, звичайно, висловлювати тільки прагматичний імператив» [16, с.130].

Все це вимагало розробки методології, що дозволяє оцінити моральні установки і переконання людей інструментально. Вирішуючи цю проблему, неокласична теорія пішла шляхом розгляду моралі як засобу задоволення певних переваг і уведення схильності до дотримання моральних норм у коло переваг економічних суб'єктів. Однак, як випливає з детального аналізу подібних спроб, здійснених Д. М. Хаусманном і М. С. Макферсоном, економістам так і не вдалося повною мірою узгодити весь спектр моральних явищ з теорією граничної корисності [17, с.130]. Найскладнішим виявилось питання суміщення процесу слідування моральним нормам з індивідуальною раціональністю.

Зауважимо, що й вся трьохсотрічна історія розвитку ринкової економіки не дає жодних фактів для спростування твердження про визначальний мотив підприємництва, який полягає у максимізації прибутку. У фірм могли бути різні цілі, однак, вони завжди були підпорядковані домінуючій меті, яка була пов'язана з вигодою. Досить часто у прагненні досягти максимізації прибутку фірми і, особливо корпорації, вимушені були приховувати свої корисливі мотиви, апелюючи до ідей про соціальну відповідальність компаній перед суспільством. Однак, при більш глибокому аналізі виявляється, що витрачаючись на соціальні та філантропічні програми, корпорація зменшує поточний прибуток, створюючи тим самим сприятливе соціальне оточення, яке сприяє отриманню стійких прибутків у майбутньому.

Так, вкладаючи в кошти в освіту та здоров'я працівників, створюючи безпечні умови праці фірми отримують у своє розпорядження більш кваліфіковану робочу силу, відкриваючи дошкільні заклади – вивільняють робочу силу для участі у виробництві, уводячи різні системи соціального захисту своїх працівників – утримують кваліфіковану робочу силу у межах власної підприємницької структури, випускаючи якісну продукцію та приймаючи участь у благодійних акціях – формують позитивний імідж своєї компанії тощо. Цілком зрозуміло, що все це – запорука більш високої конкурентоспроможності та більшої прибутковості в перспективі.

Тому, на наш погляд, соціальну відповідальність у найбільш широкому сенсі слід розуміти як діяльність, яка у межах реалізації економічного інтересу до максимізації прибутку породжує суспільний соціально-економічний ефект. Мається на увазі те, яким чином бізнес, слідує власним корисливим інтересам, сприяє суспільній корисності.

Як вже зазначалося, в епоху вільної конкуренції фірми вимушені були вести чесну конкурентну боротьбу, оскільки у протилежному випадку вони втрачали прибутки. Інституціональне середовище у ті часи було сформоване історичними традиціями і нормами, які утверджували емпатію, виконання взятих на себе зобов'язань, чесність та порядність, законслухняність. Цьому сприяла як релігійна мораль, так і дії держави, яка здійснювала примус до виконання правил.

Однак, разом з посиленням монополістичних тенденцій поступово втрачалися вказані стимули, а основи системи усталеного соціального порядку поступово розмивалися. Все це призвело до більш широкої і масштабної участі держави в регулюванні монополізму та прагнення підприємців отримати прибутки будь-якою ціною.

Зважаючи ж на те, що в нашій країні механізми саморегулювання є неефективними, то, цілком логічно, що саме держава має поставити бізнес у режим правової й економічної відповідальності завдяки підтримці конкурентного середовища і примусу до виконання правил. За таких умов мак-

симізація прибутку без соціальної відповідальності буде просто неможливою.

Однак, з цього приводу ми маємо зауважити, що для виконання цієї функції держава повинна володіти відповідними політичними ресурсами. Аналіз умов економічної практики в Україні свідчить про вкрай низький рівень виконання законів та високу ступінь монополізації економіки, які не сприяють соціально відповідальній поведінці бізнесу.

Як стверджує М. Зверяков, «український капіталізм – на відміну від свого старшого брата в інших розвинутих країнах – стадію вільної конкуренції не проходив і відразу склався як капіталізм переважно небагатих концернів у кожній з ключових галузей промисловості, тоді як малий і середній бізнес займає в національній економіці непропорційно вузький сектор. Така модель, для якої є характерним панування кількох великих компаній, що контролюють ринок, ділять його між собою і встановлюють на ньому ціни, мовою економічної теорії називається «капіталізм олігополій», а в нашій пострадянській термінології – «олігархічний капіталізм» [18, с.13]. За таких умов національна економіка розпалася на численні територіальні та галузеві сегменти із сильними елементами адміністративного контролю. Така сегментація вітчизняного ринку супроводжується різким зниженням його ефективності та високим рівнем трансакційних витрат. Тому відсутність чесної конкурентної боротьби й домінування інтересів олігополій примушує середній і малий бізнес виходити за межі закону, використовуючи для реалізації своїх економічних інтересів механізми «відходу в тінь», хабарництва, так званих «відкатів» тощо.

Сама ж держава в умовах вітчизняної практики виявилась неспроможною забезпечити конкурентний режим економіки і встановити верховенство закону. Тому можна стверджувати, що умови для соціально відповідальної поведінки господарюючих суб'єктів в Україні не створені.

Як відомо, для того, щоб виконувати свої політичні й економічні функції, спрямовані на задоволення суспільних інтересів, держава має бути сильною. Тільки тоді вона буде володіти реальними можливостями

ставити бізнес у режим соціально-відповідальної діяльності. Українські ж реалії свідчать про слабкість держави, оскільки наприкінці 90-х рр. XX ст. процес розбудови економічної моделі в Україні завершився формуванням її сімейно-кланового варіанта і системи олігархічної влади, яка фактично взяла на себе функції державного управління. На сьогодні, як відзначають багато вітчизняних дослідників і міжнародних експертів, інтереси української олігархії дуже глибоко інтегровано в процес прийняття політичних рішень. Національна економіка перетворилася на своєрідне акціонерне товариство, у якому свої інтереси можуть лобювати тільки «великі акціонери» – кілька фінансово-промислових груп, для яких соціальна відповідальність не є пріоритетною метою.

Поряд із зростанням політичного та економічного потенціалу вітчизняних ФПГ, збільшується їх автономність, незалежність від суспільства, а отже, й неможливість професійної репрезентації суспільних інтересів. Як наслідок, з'являється залежне судочинство, корумповані податкові служби, міліція, а також монополія на ідеологію через майже на 100 % приватні ЗМІ. Останні за відсутності дієвої загальнодержавної ідеології пропагують аморальні й асоціальні цінності, стандарти демонстративного споживання і, тим самим, намагаються сприяти духовно-культурному схваленню появи й розвитку олігархії.

Постанова питання у такому контексті вимагає відповіді на питання, які ж, власне, сили в суспільстві можуть гармонізувати його розвиток з огляду на слабкий потенціал державної влади як виразника суспільних інтересів? Світова практика доводить, що це мають бути сили громадянського суспільства, які мають встановлювати опосередковані відносини між індивідом та державою, а у разі потреби – захищати свободу індивіда від зазіхань влади та сприяти формуванню умов для розвитку соціальної відповідальності всіх суб'єктів економічних відносин. За слабкої держави та неефективного інституціонального середовища поставити бізнес в умови, коли максимізація прибутків буде неможливою без соціальної відповідальності може тільки політична воля гро-

мадян, які несуть втрати від недобросовісної поведінки бізнесу і бюрократів.

В сучасній Україні, незважаючи на певну активізацію, інститути громадянського суспільства є ще відносно слабкими для того, щоб перетворитися на реальну силу впливу на владу і бізнес. Це пов'язано з відсутністю у суспільстві середнього класу в повному розумінні даного терміна, суттєвою втратою населенням у радянські часи політичної культури та громадянських традицій, домінуванням патерналістської свідомості серед більшості українців, великою дистанцією між владною елітою та суспільством, браком правових, політичних та економічних знань, правовим нігілізмом.

Сьогодні громадянське суспільство в Україні є виключно силою, яка вступає у протидію з владою і не бачить в ній партнера. Як наслідок, середовище, в якому поширюється цинічне ставлення до влади та відбувається систематичне порушення закону в ході «боротьби за справедливість», не сприяє гармонізації інтересів суспільства. У ситуації, коли громадяни, як правило, вважають всю владу і бізнес корумпованими, багато людей скептично сприймає ідею, що громадянське суспільство може стати тим простором, де люди, об'єднані спільною ідеєю, можуть переслідувати суспільний інтерес [19].

Висновки. Відтак, багато у чому ефективність взаємодії влади, бізнесу та громадянського суспільства в Україні у вирішенні соціальних проблем залежить від якості подальших інституційних змін, від здатності суспільства сформувавши внутрішні ціннісні орієнтації діяльності широкого загалу суспільства, зміни способів суспільного та індивідуального мислення та поведінки. Такі реформи повинні, в першу чергу, спрямовуватися на підвищення якості освіти та виховання в людині потреби в саморозвитку ті постійному підвищенні культурного та інтелектуального рівнів, ідеологічно налаштувати на соціальну взаємодію і добровільну згуртованість навколо соціальних цілей. Як свідчить світовий досвід, окремі народи виходили за межі власних архетипів за рахунок нових лідерів і нових стереотипів, долаючи при цьому економічну відсталість і розвиваючи нові демократичні суспільства.

Про це, власне, і говорив М. Олсон, який в передмові до російського видання «Величі і занепаду народів» зазначив: «Майбутнє пострадянського суспільства не залежить фатально від його історії або від чогось іншого. Якщо люди в новому демократичному суспільстві досить добре усвідомлюють ситуацію, в якій вони опинилися, «економічне диво» може статися також і в їх країні» [20, с.11]. Однак, слід усвідомлювати, що це стає можливим тільки на основі взаємодії інтересів влади, бізнесу та громадянського суспільства, які досягають компромісу між прагненням до отримання вигоди та досягненням суспільної корисності.

Література

1. Сміт А. Дослідження про природу та причини добробуту націй : пер. з англ. О. Васильєвої, М. Межевкіної, А. Малівського / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001. – 594 с.
2. Сміт А. Теория нравственных чувств: пер. с англ. / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 351 с.
3. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки промсті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
4. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: моногр. / за ред. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
5. Галушка З. І. Інституціоналізація соціальної відповідальності бізнесу: механізм становлення / З. І. Галушка // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2014. – № 1. – С. 90–98.
6. Гончарова І. Соціальна відповідальність як основа конструктивного діалогу суб'єктів соціального партнерства / І. Гончарова // Вісник ТНЕУ. – 2012. – № 2. – С. 57–63.
7. Степанова О. В. Соціально відповідальне управління промисловими підприємствами: проблеми формування та напрямки реалізації / О. В. Степанова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2007. – № 6–7 (26–27). – С. 404–414.
8. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: [Моногр.] / В. М. Шаповал. – Дніпропетровськ : ДВНЗ

«НГУ», 2011. – 357 с.

9. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – К. : Видавнича компанія «KIT», 2005. – 45 с.
10. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman / Bowen H. R. – New York : Harper & Row: 1953. – 167 p.
11. Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society / K. Davis // Business Horizons. – 1967. – Vol. 10 (4). – P. 40–64.
12. Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A. B. Carroll // Academy of Management Review. – 1979. – Vol. 4 (4). – P. 498–526.
13. Schwartz M. Corporate social responsibility: a three-domain approach / M. Schwartz, A. Carroll // Business Ethics Quarterly. – 2003. – Vol. 13 (4). – P. 503–530.
14. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. – Київ, 2013. – № 4. – С. 5–26.
15. Зінченко А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку. / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
16. Дж. К. Ерроу. Колективний вибір і індивідуальні цінності. / Эрроу Дж. К. – М. : Видавничий дім ГУ ВШЕ, 2004. – 204 с.
17. Хаусманн Д. М. Серьезное отношение к этике: экономическая теория и современная моральная философия // Истоки: социокультурная среда экономической деятельности / Д. М. Хаусманн, М. С. Макферсон. – М. : Издательский дом ГУ ВШЕ, 2004. – 204 с.
18. Зверяков М. Ліберальна ідея і модернізація економіки України / М. Зверяков // Економіка України. – 2010. – № 7. – С. 11–21.
19. Демократизация глобальной экономики. Роль гражданского общества // Доклад центра изучения глобализации и регионализации университета г. Варвик: перевод на русский язык Л. Проскураковой, 2003. – 128 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://warwick.ac.uk/fac/csgr/projects/russianreport.pdf>. – Загл. с экрана.
20. Олсон М. Возвышение и упадок народов. Экономический рост, стагфляция, социальный [склероз] / М. Олсон. – Новосибирск : ЭКОР, 1998. – 397 с.

Рассматривается сущность социальной ответственности бизнеса, указывается на необходимость государственного обеспечения законодательных основ и организационных механизмов внедрения социальной ответственности в экономическую практику. Рассматриваются тенденции и противоречия становления институтов гражданского общества в нашей стране. Доказывается, что эффективность взаимодействия власти, бизнеса и гражданского общества в Украине зависит от качества институциональных реформ и способности общества к изменению стереотипов поведения хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса и государства, мотивация бизнеса к социально-ответственному поведению, участие государства в формировании социально-

ответственного поведения, гражданское общество в обеспечении социальной ответственности, институциональные реформы.

The essence of business social responsibility is considered. The need of governmental enforcement of legislative bases and institutional mechanisms of the implementation of social responsibility in the economic practice is pointed out. The tendencies and contradictions of the formation of civil society in our country are considered. It is proved that the efficiency of interaction between government, business and civil society in Ukraine depends on the quality of institutional reforms and society's ability to change the stereotypes of behavior of economic agents.

Keywords: social responsibility of business and government, business motivation for socially responsible behavior, the state's participation in the formation of socially responsible behavior, civil society in ensuring of social responsibility, institutional reforms.

Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Шаповал В. М.

Надійшла до редакції 12.10.14.