

Т.И. АРТЕМОВА, д.э.н.,

ГУ "Институт экономики и прогнозирования НАН Украины", г. Киев

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И РЕАЛИИ УКРАИНЫ

Рыночная трансформация системы общественного хозяйства Украины в контексте евроинтеграции предполагает становление соответствующей современным требованиям совокупности институтов и достижение определенных социально-экономических стандартов. Одной из новых международных инициатив в области гармонизации функционирования современного гражданского общества является концепция социальной ответственности организации. Указанная концепция в форме стратегического проекта глобального сообщества конца XX – начала XXI вв. реализуется преимущественно посредством разработки национальных и международных стандартов поведения и отчетности бизнес-структур. На постсоветском пространстве различные аспекты социальной ответственности хозяйствующих субъектов исследуются в работах Д. Бауры [1], Е. Гришновой [2], А. Елесеева [3], С. Ивченко [4], Л. Конаревой [5], М. Либоракиной [4], В. Макеева [8], С. Мельник [9], Т. Сиваевой [4], Ю. Ольсевича [10], С. Хохлявина [13] и др. В то же время фундаментальные исследования в русле указанной проблематики только набирают силу, в связи с этим идея социальной ответственности организации до сих пор не получила институциональной идентификации, отсутствует также нормативно-правовая база для ее эффективной реализации. Между тем адаптация института социальной ответственности организации к реалиям современной рыночной среды в Украине могло бы стать действенной предпосылкой преодоления кризисного состояния экономики посредством восстановления отношений доверия между субъектами всех уровней хозяйствования. Прояснение концепции социальной ответственности организации в контексте институционального толкования последней является целью настоящей статьи.

Понятие "социальная ответственность организации" в современном экономико-правовом лексиконе отождествляется преимущественно с социальной ответственностью бизнеса. В то же время в самом широком смысле понятие "организация" отображает динамические закономерности функционирования, поведения, взаимодействия элементов биологи-

ческих, социальных, технических объектов и соотносится с понятием структуры, системы, управления. Действительно, организация (франц. *organisation*, от позднелат. *organizo* – сообщаю стройный вид, устраиваю) есть:

1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие относительно дифференцированных и автономных частей целого, обусловленные его строением;

2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого;

3) объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных правил и процедур.

В русле отечественной политико-экономической традиции организация трактовалась, прежде всего, как организация производства – форма, порядок соединения вещественного и личного элементов процесса производства в целях обеспечения выпуска высококачественной продукции, повышения производительности труда, эффективности использования ресурсов. Организационно-экономическая структура производительных сил, включающая общественное разделение труда, специализацию, кооперирование, комбинирование, отображала "макроэкономическое" видение процессов общественного производства в условиях индустриального общества. С переходом стран традиционного социализма к рыночному реформированию своих народнохозяйственных комплексов актуализировалась проблема организационного обустройства и поведения субъектов микроэкономического уровня. Их исследованием активно занималось неоклассическое направление в экономической науке, однако, в традициях указанного подхода, фирмы и домохозяйства (впрочем, так же, как и государство) позиционировались преимущественно как некие монолитные субъекты-акторы рыночных взаимодействий. Кроме того, с конца 1980-х гг. индустриальные страны в своем развитии претерпели значительные изменения: в ходе информационной и технологической революций здесь сформировалась сер-

© Т.И. Артемова, 2009

висная экономика, что обусловило существенную трансформацию всех сфер общественной жизнедеятельности и актуализировало необходимость “институционального взгляда на мир.” Такой “взгляд” сконцентрировался на организационных структурах субъектов различных уровней общественного хозяйствования, однако такая “концентрация” не исчерпала всех проблем в современном понимании организации.

Несмотря на то, что понятие “институт” достаточно широко используется в научном и деловом лексиконе, в трактовке его содержания до сих пор сохраняются существенные разногласия. По мнению специалистов, главный водораздел проходит между пониманием институтов как устойчивых норм и правил, определяющих поведение людей и их объединений, и как организаций, к числу которых относятся фирмы, домохозяйства, государство, партии, профсоюзы и т.д. По существу две данные позиции, как можно предположить, не противоположны, а дополняют друг друга. Такая точка зрения находит отображение в современной литературе: “нормы и правила можно рассматривать как простые институты по отношению к организациям – сложным институтам” [10, с.51], – пишут, в частности, Ю. Ольсевич и В. Мазарчук. Организации, следовательно, базируются на комплексной системе норм и правил и реализуются на мега-, макро-, мезо-, микро- и иных уровнях хозяйствования.

До недавнего времени наиболее активно категория “социальная организация” использовалась в социологической науке и системе менеджмента. В социологии под организацией понимается: во-первых, объединение институционального характера (организация как явление: институт с определенным статусом, автономный объект); во-вторых, внутренняя упорядоченность, согласованность взаимодействий отдельных элементов внутри целого (организация как состояние); в-третьих упорядочение, согласование, приведение в систему (организация как процесс) [14, с.493-494]. При этом социальная организация функционирует не обособленно, а в определенном социальном окружении, во взаимосвязи с ним. В соответствии с выполняемыми функциями, Т. Парсонс, например, вычленяет производственные, регулятивные (политические), социальные, интегративные типы организаций. Ч. Барнард различает типы организации в зависимости от масштаба (социальные и локальные) и вида

управленческих структур (скалярные и латеральное /бесструктурные). С учетом способов социального регулирования, А.Этциони выделяет добровольные (политические партии, церкви, клубы, университеты); принудительные (начальная школа, армия и пр.); утилитарные (предприятия и др.) организации.

Одной из форм социальной организации является трудовая организация; известно, что еще ранние цивилизации оставили после себя материальные памятники, создание которых было бы невозможным вне формализации высоко развитых организационных структур. В социологии трудовую социальную организацию, как правило, идентифицируют посредством выполняемых ею трудовых функций (производственных, управленческих, распределительных, учебных, лечебных и пр.), социальной основы – трудового коллектива, организационных форм (предприятие и учреждение). Основное внимание при анализе трудовой организации уделяется аспектам ее эффективного социального функционирования: сплоченности (конфликтности), стабильности (нестабильности) трудового коллектива; уровню квалификации и сознательности, трудовой и общественной активности, дисциплинированности работников и пр. Однако указанные аспекты односторонне отображают содержание трудовой организации как предприятия или учреждения, не затрагивают сущности его первичной – экономической – природы.

Неоклассическая экономическая теория достаточно полно исследовала суть и функции фирмы (предприятия) как субъекта экономических отношений, но из поля ее зрения ускользала социальная составляющая указанного субъекта. И лишь со второй половины XX в. институциональное направление в науке “раздвинуло” рамки фирмы как объекта - точки рыночного пространства в глазах неоклассического подхода и сформировало представление о фирме как планирующей системе, организуемой технократией (Дж. Гелбрейт), организационной системе контрактных отношений (О.Уильямсон), организации, минимизирующей транзакционные издержки (Р. Коуз), организации – средоточии социально-экономической информации (К. Менар) и др. Институциональный подход в науке, таким образом, объединил доселе разрозненные социальную и экономическую стороны фирмы, трансформировал ее в социально-экономическую организацию.

Аналогичным образом подверглись ви-

доизменению и другие субъекты рынка – домохозяйства и государство. Так как организационно-правовые формы фирм предполагают значительный субъектный диапазон предпринимательской деятельности: от одного человека до многих десятков тысяч (также и домохозяйства, которые институционально берут начало от одного субъекта), то они оказываются равносоставимыми рыночными игроками не только друг с другом, но в сравнении с огромным государством, а экономический мир в контексте институциональной его интерпретации предстает многомерным – наполняется социально-экономическими организациями различной степени сложности. В идеале каждая такая организация представляет собой социум в миниатюре; она обладает четкими границами, социальным расслоением, является носителем целого спектра социальных ролей и статусов, отличается характером выполняемых социально-экономических функций, опирается на собственные органы власти и формирует систему социально-экономических отношений между внутренними субъектами и во внешней среде. Так как фирма во всем многообразии ее организационно-правовых форм по-прежнему остается первичным системообразующим звеном современной рыночной экономики, то именно она становится инициатором реализации новой концепции социальной ответственности организации. Наиболее распространенной организационно-правовой формой бизнес-деятельности сегодня является корпорация, поэтому в развитых странах концепция социальной ответственности организации реализуется преимущественно в форме “социальной ответственности корпорации” (Corporate Social Responsibility – CSR), которая предполагает учет корпорацией интересов общества посредством взятия на себя ответственности за результаты своей деятельности, оказывающие воздействие на потребителей, поставщиков, собственных работников и акционеров, местных жителей, а также на состояние окружающей среды. Указанная концепция, однако, применима к любой частной компании, занимающейся бизнесом; если последняя имеет корпоративную форму, уместно говорить о корпоративной социальной ответственности, обобщенно подразумевается социальная ответственность бизнеса, в более широком контексте имеется в виду социальная ответственность любого рыночного института (сложной социально-экономической организации), в том числе, бесприбыльных организаций, предостав-

ляющих некоммерческие услуги, а также административных органов власти [см. 5, с.78].

Консультативная группа специалистов при Международной организации по стандартизации определяет стратегию социальной ответственности как “сбалансированный подход, в рамках которого организации решают экономические, экологические и социальные вопросы таким образом, чтобы приносить пользу людям, жителям местных сообществ и обществу в целом” [17, с.27]. При этом объектом социальной ответственности является так называемый стейкхолдер (stakeholder) – “заинтересованная сторона” – “лицо или группа лиц, имеющих определенный интерес в любых действиях организации” [16]. Как правило, к числу объектов социально ориентированного бизнеса относят собственный персонал компании, потребителей продукции и услуг, представителей смежных организаций, жителей прилегающих территорий, граждан, требующих специального внимания со стороны общества (дети, инвалиды, сироты, пенсионеры, беременные женщины, студенты и др.), социальную инфраструктуру и др.

Как отмечают специалисты, концепция социальной ответственности бизнеса выходит за рамки обязательств организации соответствовать в своей деятельности установленному законодательству определенной страны и предусматривает добровольные действия фирмы по улучшению качества жизни своих работников и членов их семей, равно как и жителей местной территории и общества в целом. Существует достаточно примеров добровольного взятия на себя известными западными фирмами бремени социальной ответственности, причем указанное “бремя” оборачивается для них неоспоримыми конкурентными преимуществами вследствие уменьшения количества возбуждаемых судебных исков и разбирательств, укрепления имиджа торговой марки, уменьшения текучести кадров, сохранения лояльных работников, расширения рынков сбыта, увеличения числа инвесторов и партнеров.

Вместе с тем в начале XXI века в отношениях рыночных субъектов в ходе реализации концепции “социальной ответственности бизнеса” наметились противоречивые тенденции. Так, выяснилось, что проблема социальной ответственности бизнеса неоднозначно воспринимается в обществе. Государство, в частности, выделяет для себя такие приоритеты в отношении ответственности предприятий, как укрепление налоговой дисциплины, стаби-

лизация социально-экономической ситуации в регионах, подготовка рабочих кадров и обеспечение занятости, создание и поддержание объектов инфраструктуры. Сами граждане, как свидетельствуют социологические опросы, связывают социальную ответственность фирмы с обеспечением достойных условий труда и отдыха для сотрудников, отсутствием обмана в деятельности, предложением высококачественных товаров и услуг, осуществлением социальных программ.

Бизнес также занял противоречивую позицию. С одной стороны, корпорации прилагают усилия посредством связей с общественностью сформировать привлекательный имидж в обществе; с этой целью отделами менеджмента разрабатываются “Коды этического поведения”, “Правила этики”, пересматриваются уставы фирм, иницируются социально ориентированные программы. Международные корпорации в пределах концепта “ответственный гражданин в странах пребывания” выпускают ежегодные отчеты о соответствии их деятельности нормам международных стандартов. С другой стороны, громкие корпоративные скандалы конца XX – начала XXI вв, завершившиеся разгулом стихии на финансовых рынках, в значительной мере ослабили отношения доверия к бизнес-структурам на всех уровнях хозяйствования. В результате основной современной тенденцией стало усиление давления на корпорации с целью повышения их социальной ответственности посредством новых общественных инициатив, законов и нормативных документов.

Одним из первых стал стандарт SA – 800 (SA – social accountability), вступивший в силу в конце 1990-х годов. Он базируется на конвенциях Всемирной организации труда, ООН, Всемирной декларации ООН по правам человека и требует создания унифицированной основы для проведения социального аудита и отчетности, а также содержит нормативы, касающиеся условий организации, безопасности и охраны труда на предприятиях, свободы объединений, системы управления, регламентирует режим работы и вознаграждение за труд. В Украине внедрение предприятиями стандарта SA – 8000 – дело будущего, а потому уделом наемных работников здесь остается низкая заработная плата, задолженность по ее выплате, отсутствие программ социальной защиты и социальных пакетов, высокий удельный вес неквалифицированного труда, низкий уровень финансирования систем в области техники

безопасности. Так, доля оплаты труда в структуре ВВП Украины в 2000 – 2006 гг. составляла 42 – 44% и была на 8 – 10% меньше в сравнении с показателями высокоразвитых стран [11, с. 43-44], задолженность по заработной плате на начало 2008 г. исчислялась 668, 7 млн. грн. [12, с.51], в то же время, по расчетам Э. Либановой, в структуре занятых за период с 1999 по 2007 гг. сократился удельный вес таких профессиональных групп, как специалисты, технические служащие, квалифицированные аграрии, инструментальщики, операторы и наладчики оборудования и машин при одновременном увеличении доли управленцев, работников сферы торговли и услуг, представителей простейших профессий [7, с. 10].

Важно, однако, отметить, что современная концепция социальной ответственности бизнеса не исчерпывается стандартом SA – 8000, который регламентирует нормы ответственности компании перед собственными сотрудниками. Так как в рыночной экономике любая организация является “открытой системой”, она несет ответственность перед всеми заинтересованными лицами, является общественно ответственной (social responsibility). Действительно, компания может быть “ответственной” перед собственным персоналом одновременно выпускать некачественную и даже опасную в употреблении продукцию. С 1983 г. в США, например, действует федеральный стандарт “О распространении информации об опасных веществах” (Hazard Communication Standard), принятый Администрацией по охране здоровья и безопасности труда. Первоначально, пишет Л. Конарева, область его действия ограничивалась “производственным сектором”, однако после ряда судебных исков и разбирательств стандарт подвергся доработке, и сегодня сфера его действия значительно расширилась. Так, в соответствии с требованиями стандарта, бизнес обязан:

информировать местные органы по чрезвычайным ситуациям и службы безопасности о количестве и характере опасных веществ, хранящихся на соответствующих складах;

немедленно сообщать представителям местных органов власти обо всех произошедших утечках опасных веществ с указанием названия вещества, места, количества, способа и срока давности утечки, известной степени риска для местных жителей, необходимых медицинских мерах и условиях предосторожности; своевременно передавать местным коми-

тетам по планированию чрезвычайных ситуаций и органам противопожарной охраны журналы с записями о принятых мерах безопасности и списки имеющихся на предприятии потенциально опасных веществ;

доводить до сведения местных органов власти информацию о количестве, способе и назначении отправки опасных веществ для их ликвидации;

содействовать властям в разработке и реализации планов действий в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

Важной особенностью является то, что вся информация, передаваемая организациями в местные органы власти, является доступной и для жителей близлежащих территорий, независимо от того, что она может рассматриваться бизнесом как конфиденциальная. Соблюдение требований стандарта контролируется Агентством по охране окружающей среды; попытки несоблюдения фирмами установленных норм караются штрафами [6, с.123-124].

Нормативы по охране окружающей среды в системе управления компаний содержит международный стандарт ИСО – 14000, действующий с 1997 года. В начале XXI века национальные организации по стандартизации Австрии, Франции, Великобритании, Канады, Мексики, Бразилии, Таиланда, Израиля, Австралии, других стран разработали стандарты по социальной ответственности бизнес структур. Указанные стандарты отображают подход к корпоративной социальной ответственности как к системе менеджмента, по своему характеру они являются не обязательными, а добровольными; корпорации внедряют их для того, чтобы интегрировать социальную и экологическую деятельность в существующие коммерческие операции и обеспечить взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами, выходящее за рамки собственных юридических обязанностей.

Национальные стандарты положены в основу разрабатываемого в настоящее время Международной организацией по стандартизации документа ISO – 26000 – “Руководство по социальной ответственности”, предназначенного для организаций любого размера во всех странах, вне зависимости от уровня их экономического развития. Окончательное принятие стандарта предполагается в 2010 г., однако уже сегодня он представляет значительную ценность для координации деятельности государственных и предпринимательских структур, для устойчивого развития национальной эко-

номики в целом. По мнению специалистов-аналитиков, современная концепция корпоративной социальной ответственности зиждется на нормативах, которые обуславливают защиту гражданских прав человека, обеспечивают надлежащие условия труда персонала и эффективное управление в организации, пресекают нечестные приемы ведения бизнеса, стимулируют деятельность фирмы по защите окружающей среды, улучшению условий сбыта и потребления, привлекают жителей местных сообществ к разрешению проблем социального развития.

В соответствии с нормативами стандарта, институт социальной ответственности охватывает практически всю систему хозяйственной жизнедеятельности организации: производство продукции и оказание услуг, упаковку и этикетирование, маркетинг и рекламу, практику сбыта и торговли, ценообразование, каналы распределения товаров и услуг. Хотя не принято публично разглашать сведения о доходах высших менеджеров, тем не менее общепринятые нормы в этой сфере известны общественности в развитых странах. Так, деловой журнал “Бизнес цикл” ежегодно ранжирует американские корпорации по степени их социальной открытости и публикует результаты под названием “Худшие и лучшие советы директоров в американских корпорациях”. В социально ответственных организациях, выступающих своей деятельностью “с учетом всех заинтересованных сторон”, особую важность приобретают такие ценности, как партнерство, стратегия, построенная на том, что “выигрывает каждый”. Указанные ценности, как отмечает Л. Конарева, становятся элементами внутренней культуры организации, ее климата, назначения, миссии, политики, когда для будущего успеха требуется не просто деловое сотрудничество, а дружеское единение с партнерами для содействия эффективному, рентабельному, экологически приемлемому и гуманистически ориентированному развитию [6, с. 127].

Что касается Украины, то здесь, как отмечалось ранее, концепция социально ответственной организации не получила широкой известности, а добровольная социально ответственная деятельность бизнеса находится в зачаточном состоянии. Известна благотворительная деятельность Фонда В. Пинчука, внедрены программы социальных пакетов в “Индустриальном союзе Донбасса”, “Систем капитал менеджмент,” украинских филиалах транс-

национальных корпораций, некоторых других фирмах, но это – капля в море, учитывая общее количество отечественных предприятий (по состоянию на 2007 г. их насчитывалось 1 161 308 единиц). Кроме того, значительная часть украинских бизнес-структур едва сводит концы с концами; на начало 2009 г. только в промышленности, по данным Госкомстата, 50,2% предприятий являются убыточными, и такое состояние дел в народном хозяйстве наблюдается не один десяток лет; современный финансово-экономический кризис лишь усугубил существующие в этой сфере проблемы.

Отсутствует понимание роли социально ответственного бизнеса в системе современной хозяйственной жизнедеятельности и на государственном уровне, и в программных документах ведущих политических партий Украины. Так, ни в одной из ныне представленных стратегий социально-экономического развития страны не нашли отображения положения о реализации стандартов социально ответственной организации. На правительственном уровне также до сих пор не разработано стратегического программного документа привлечения предпринимателей к реализации активной внутрифирменной и внешней социальной политики. В контексте мирового опыта важнейшими направлениями адаптации института социально ответственной организации к социально-экономическим условиям современной Украины могли бы стать разработка соответствующих нормативно-методических материалов, включая национальный реестр добропорядочных предприятий; поэтапное внедрение в отечественных компаниях стандартов SA – 800, ISO – 2600 и других. Уже сегодня возможна координация деятельности субъектов различных хозяйственных подразделений со стороны организаций общественных инициатив в направлении последовательного распространения и реализации в обществе идеи социальной ответственности бизнеса посредством высветления опыта ведущих компаний в этом направлении, проведения семинаров и круглых столов, конференций. На общегосударственном уровне ориентирами реализации института социальной ответственности организации в Украине являются меры по обеспечению гарантий прав собственности и условий безопасного ведения бизнеса, укрепления оснований независимой судебной системы, законодательное формирование прозрачных условий для социальной деятельности, вычленение стратегических и тактических приоритетов социаль-

ной ответственности организаций, внедрение в практику компаний стандартов социальной отчетности, принятых в Европейских странах.

С общеметодологической точки зрения и с позиции психологии бизнеса в Украине значительный интерес представляет норма добровольности принятия на себя бремени социальной и экологической ответственности со стороны субъектов предпринимательской деятельности. Почему корпоративные структуры “облачаются” в своеобразный “кодекс чести”? – в глобальном измерении этот вопрос остается открытым. Однако он очень важен для понимания в контексте прояснения путей восстановления доверия в современном обществе: в условиях “неявного” кризиса традиционных общественных институтов и “явной” финансово-экономической депрессии. Как известно, хозяйственная деятельность предприятий в бывшем СССР регламентировалась административными методами, социальная функция “задавалась” им свыше государством как субъектам общенародной собственности, а не являлась предметом принципиального обсуждения. В условиях рыночной экономики, как учит экономическая теория, господствующими принципами действий хозяйствующих субъектов является свобода экономического выбора, проистекающая из частной собственности на ресурсы, а также максимизация выгоды (для фирмы – прибыли). Что же движет предпринимателями, которые в своих поступках руководствуются мотивами, противоречащими основным законам рынка (точнее, капитализма)? И эти мотивы сегодня, как видно, являются не случайными, единичными актами, а иницируются стратегически.

По мнению специалистов, возможно двоякое объяснение указанной проблемы: с позиций эгоизма и альтруизма. Так, П. Друкер отыскивает истоки социальной ответственности в начале XIX века в деятельности двух известных американских бизнесменов – Э. Карнеги и Дж. Розенвальда [15]. Э. Карнеги, исходя из принципа “Мы становимся богатыми, чтобы творить добро”, был филантропом; он стоял у истоков создания такого общественного института, как благотворительный фонд. Его примеру последовали другие американские бизнесмены (Л. Стэнфорд, Г. Хантингтон, Дж. Морган, Г. Фрик, Э. Мэллон, Рокфеллеры, Г. Форд), которые создавали “культурные памятники самим себе” в виде музеев, концертных залов, оперных театров, университетов и пр.; основанные ими фонды существуют и по-

ныне, часть их средств расходуется, в том числе, и на социальные нужды.

У Дж. Розенвальда было иное кредо: “Вы должны быть способными делать добро, чтобы стать обеспеченными”; направляя средства на повышение жизненного уровня местных жителей, этот предприниматель расширял емкость рынка для сбыта собственных товаров. Так, купив находившуюся на грани банкротства компанию, занимавшуюся розничной торговлей товаров по почте, Розенвальд одновременно стал вкладывать средства в научные исследования в области агрономии и в обучение фермеров культуре земледелия. Купленная компания через десять лет превратилась в процветающую, ибо у нее появились обеспеченные потребители. В лице Э. Карнеги П. Друкер опознал собственника - бизнесмена, считавшего социальной ответственностью атрибутом богатства как такового, в лице Дж. Розенвальда – умелого менеджера.

Но можно ли сегодня, когда экономический мир становится многомерным, предстает как единство взаимодействий между “сложными институтами - организациями” объяснить ответственную социальную мотивацию бизнеса исключительно принципами альтруизма и эгоизма? На наш взгляд, вопрос этот остается открытым и требует новых подходов к пониманию социально-экономического института. От его разрешения зависит очень многое, в том числе, в хозяйственной жизнедеятельности современной Украины: преодоление кризисных явлений и восстановление отношений доверия в экономике как предпосылка для равновесного функционирования и устойчивого социально-экономического развития общества на длительную перспективу.

Литература

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21-25.
2. Грیشнова О.А., Сокурченко С.П. Управління конкурентоспроможністю організації на ринку інтелектуальної праці // Демографія та соціальна економіка. – 2008. – № 2. – С. 63-69.
3. Елесеєв А.А. Социологическое содержание соотношения стандартов, права и морали // Вестник Московского Университета. – Серия 18. – Социология и политология. – 2005. – № 3.
4. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. – М.: Фонд “Институт экономики города”, 2003.
5. Конарева Л.А. Социальная ответственность организации: мировой опыт // США – Канада: ЭПК. – 2008. – № 12. – С. 77-84.
6. Конарева Л.А. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI веке // США – Канада: ЭПК. – 2009. – № 2. – С. 117-127.
7. Лібанова Е.М. Соціальні проблеми і соціальні важелі конкурентоспроможності української економіки // Демографія та соціальна економіка. – 2008. – № 2. – С. 5-19.
8. Макеев В.А. Основные социальные признаки трудовой организации // Труд и социальные отношения. – 2009. – № 1. – С. 58-62.
9. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32-36.
10. Ольсевич Ю., Мазарчук В. О специфике экономических институтов социальной сферы // Вопросы экономики. – 2005. – № 5. – С. 50-64.
11. Ушенко Н. Умови та фактори підвищення продуктивності використання людського капіталу України // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 37-45.
12. Холод Н. Світовий досвід застосування мінімальної заробітної плати для регулювання доходів населення // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 7. – С. 46-51.
13. Хохлявин С.А. Корпоративная социальная ответственность: зарубежные национальные стандарты – предшественники ISO 26000 // Мир стандартов. – 2007. – № 7. – С. 43-47.
14. Энциклопедический социологический словарь / Под ред. Г.В. Осипова. – М.: ИСПИ РАН, 1995.
15. Drucker P. The New Meaning of Corporate Social Responsibility // California Management Review. – Vol. XXVI. – № 2. – 1984. – Pp. 53-63.
16. Freeman R. Strategic Management : A Stakeholder Approach. – Boston, 1984.
17. Leonard D., McAdam R. Corporate Social Responsibility // Quality Progress. – 2003. – October.

Статья поступила в редакцию 09.07.2009