

УДК 330.1:316.4

В.П. Звонар, к.е.н., с.н.с.

Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, м. Київ

ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СОЦІОЕКОНОМІЧНОГО ФЕНОМЕНУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ АНАЛІЗУ

Подальшого розвитку набув теоретико-методологічний підхід до соціоекономічного дослідження філософської за суттю та генезисом категорії соціальної відповідальності. Актуальність досліджуваної проблеми детермінована недостатністю теоретико-економічного обґрунтування соціальної відповідальності як комплексного соціоекономічного феномену, не обмеженого управлінськими, організаційними чи корпоративними аспектами. Стаття спирається на авторське тлумачення теоретико-економічного змісту вказаного феномену в контексті взаємодії широкого спектра економічних суб'єктів – індивідів та інституцій. На цій основі автором сформульовано і структуровано теоретичні принципи реалізації цього феномену в соціоекономічній дійсності. Обґрунтовано доцільність виокремлення двох груп зазначених принципів. Йдеться, по-перше, про принципи реалізації настанов соціально відповідальної економічної поведінки, а, по-друге, про принципи реалізації відповідальних соціально-економічних відносин.

Ключові слова: соціальна відповідальність; принцип; економічний суб'єкт; реалізація; поведінка; відносини.

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність (СВ) як складний суспільний феномен досить довго залишалася предметом виключно філософського академічного дискурсу. Її дослідження з позиції економічної науки в Україні та у світі сьогодні лише набуває належного масштабу. Так склалося, що «економізація» тематики СВ найбільше проявилася у сфері підприємництва та менеджменту організацій, де глобального поширення набула концепція корпоративної соціальної відповідальності. Водночас вказаний напрям економічного освоєння тематики СВ виявився неповністю здатним сформулювати і дослідити соціально-економічну комплексність СВ, допускаючи звуження («збіднення») або навіть фрагментацію економічного сприйняття СВ. Як цілісне і багатогранне соціоекономічне явище, не обмежене суто управлінськими аспектами та колом здебільшого корпоративних суб'єктів, СВ все ще знаходиться на стадії пошуку теоретичного підґрунтя. Таке підґрунтя є вкрай необхідним для цілковитої та різносторонньої інтеграції феномену СВ в економічну наукову традицію, а також для його реалізації у максимально широкому спектрі потреб соціально-економічного розвитку. Цілком очевидно, що формулювання основоположних теоретичних принципів цієї реалізації становить важливу частину глобального завдання наукової та практичної «економізації» феномену СВ.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні й прикладні аспекти проблематики СВ були та зостаються невід'ємною частиною предметної області багатьох моно- і міждисциплінарних досліджень. Цим аспектам присвятили свої праці численні вчені-соціофілософи, зокрема, А.Плахотний, К.Мітчем, Х.Ленк та ін. Безпосередньо економічну дискусію щодо феномену СВ започатковано зарубіжними класиками – дослідниками корпоративної соціальної відповідальності – Г.Боуеном і А.Керролом. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності є системним напрямом економічного аналізу СВ і в сучасних роботах. Наприклад, досягненнями у цьому напрямку відомі такі українські науковці, як Л.Грицина, П.Калита, В.Воробей та ін. Разом з тим, варто визнати, що в Україні вже покладено початок і комплексного економічного дослідження СВ з позиції багатосуб'єктності. У цьому зв'язку вагомим є доробок таких дослідників сучасності, як О.Гришнова, А.Колот, Е.Лібанова, О.Новікова та ін.

Попри безумовну наукову цінність та визнану авторитетність більшості класичних і сучасних наукових розробок, увага до фундаментальних аспектів економічного осмислення СВ сьогодні все ще залишається недостатньою. Крім того, намагаючись сформулювати принципові засади реалізації цього феномену в економічній реальності, економісти-теоретики найчастіше схильні послуговуватися методологічними підходами, звичними для етико-філософської наукової традиції. Проте, на нашу думку, теоретико-економічне обґрунтування комплексного феномену СВ має спиратися на власну методологію, у межах якої однією з пріоритетних цілей постає формулювання засадничих принципів реалізації цього феномену в широкому соціально-економічному контексті.

Мета статті – розроблення й аналіз системи базових теоретичних принципів реалізації багато суб'єктного феномену СВ в найширшому спектрі соціально-економічних відносин і процесів.

Викладення основного матеріалу. Закономірна логіка аналізу комплексного економічного феномену СВ зобов'язує найперше з'ясувати власне суть (онтологію) цього феномену. Згідно з методологічною схемою економічного дослідження СВ, розробленою нами раніше на основі критичного переосмислення найбільш актуальних підходів, СВ є двоїстим соціально-економічним явищем [2]. У його структурі нами

виокремлено, по-перше, характерну поведінку економічних суб'єктів – *поведінку економічної взаємності*, яка, у свою чергу, означає пошук можливостей взаємовигідного обміну (обміну вигодами) і являється основним способом задоволення різноманітних потреб в умовах обмеженості ресурсів. Другою складовою бінарного феномену СВ є *система СВ* – особлива соціоекономічна система, в основі якої лежить конструктивна взаємодія економічних суб'єктів СВ. Із числа таких суб'єктів вирізняється суб'єкт-інстанція СВ, що володіє повноваженнями регулювати і скеровувати діяльність усіх інших суб'єктів. Додатково, спираючись на усталене в економічній літературі двоїсте розуміння економічної суб'єктності, суб'єктами в системі СВ можна вважати залучених у соціоекономічні відносини індивідів, а також надіндивідуальних колективних суб'єктів – економічних інститутів. Взаємодія між економічними суб'єктами СВ (між індивідами та інститутами, між суб'єктами СВ та інстанцією СВ) у системі СВ характеризується відносинами *еквівалентності*. Своєю чергою, еквівалентність означає, що превалювання інтересу будь-якого суб'єкта (чи групи суб'єктів) над інтересами інших суб'єктів, а також безумовний диктат будь-якої інстанції й одночасне применшення ролі будь-якого іншого суб'єкта – неприпустимі. Формування феномену СВ у такій змістовій інтерпретації підпорядковане певним *закономірностям*, які додатково розкривають економічну сутність феномену СВ. Комплекс таких закономірностей, описаний нами у попередніх працях, враховує двоїсту сутність феномену СВ та містить закономірності формування поведінки економічної взаємності й закономірності формування відносин еквівалентності в системі СВ. Закономірностями першої групи автором визначено характерні риси економічного суб'єкта СВ: 1) *раціональність* як осмислене прагнення суб'єкта максимізувати результат економічної діяльності, щоправда, обмежене інформаційними, когнітивними, темпоральними чинниками (обмежена раціональність); 2) *складний утилітаризм* як усвідомлення суб'єктом необхідності максимізувати результат лише за рахунок продуктивних дій та без шкоди для інших суб'єктів (візаві); 3) *емпатію* як осмислене прагнення суб'єкта стати на позицію візаві та зрозуміти його інтереси і мотиви. Кожна з них узгоджується з визначеною закономірністю другої групи: 1) зі *спеціалізацією* функцій суб'єктів у системі СВ; 2) із *меритократією* як орієнтованістю системи на винагородження індивідуальних здібностей та зусиль; 3) із *взаємозалежністю* суб'єктів та необхідністю координації їхніх зусиль у межах системи. Докладне обґрунтування структури цього комплексу закономірностей міститься в одній із авторських публікацій [1].

Економіка як орієнтована на практику наукова галузь, не може задовольнятися лише виявленням і описом сутнісних ознак будь-якого досліджуваного феномену, в т. ч. СВ. Тому економічний дискурс довкола СВ безумовно має містити також аналіз особливостей *процесу реалізації* сформованої економічної сутності СВ. Очевидно, реалізація СВ підпорядкована відповідним *принципам* як передумовам, що визначають потреби і вимоги цього процесу. За авторським баченням, принципи реалізації СВ зв'язано в єдиний комплекс власне *логікою закономірностей* формування змісту СВ. Закономірності формування СВ та принципи її реалізації співвідносяться у такій спосіб. Перші виявляють *буття і статичку* сформованого феномену СВ. Тоді як другі стосуються *динаміки* цього феномену. Закономірності формування СВ – це базові засади існування СВ, відображені в суті цього феномену. Робота з ними можлива виключно на гносеологічному рівні. Принципи реалізації феномену СВ – це передумови фактичного «освоєння» феномену СВ в соціоекономічній дійсності. Вони допускають і сприймають доцільний організаційний вплив. Оскільки феномен СВ уособлює єдність поведінки економічної взаємності та економічної системи СВ, зрозумілою і необхідною видається диференціація принципів реалізації СВ окремо щодо *реалізації такої поведінки* та щодо *реалізації специфічних відносин* (відносин еквівалентності) в системі СВ.

Обґрунтована нами раніше структура закономірностей формування поведінки економічної взаємності справедливо враховує характеристики економічного суб'єкта як «носія» цієї поведінки. Доцільно продовжити цю логіку і покласти відповідні суб'єктні характеристики і в основу формулювання *принципів реалізації* зазначеної поведінки.

Отже, на думку автора, першим принципом реалізації поведінки економічної взаємності є *інтенціональність (цілеспрямованість)*, яка органічно доповнює *обмежену раціональність* як закономірність формування цього типу поведінки. Знаково, що ані у соціофілософському, ані в економічному науковому дискурсі немає однозначного розуміння інтенціональності як категорії. Окремі економічні джерела звертаються до інтенціональності для пояснення інституційних змін, проте не пропонують чіткого визначення та роз'яснення її змісту [8, с. 63–76]. Узагальнено і дещо спрощено інтенціональність можна представити як цільову спрямованість свідомості суб'єкта – спрямованість «внутрішнього світу» суб'єкта на об'єкти «зовнішнього світу» (поза його ментальністю). Аналіз фахових джерел засвідчив: як економічні, так і предметно ширші дослідження виявляють взаємопов'язаність інтенціональності (цілеспрямованості) й раціональності [11]. Зв'язок інтенціональності та раціональності видається продуктивним і у контексті реалізації поведінки економічної взаємності. За авторським баченням, раціональність означає усвідомлення суб'єктом СВ свого економічного інтересу та обумовленої ним певної цілі, тоді як інтенціональність узгоджує інтерес та ціль із предметністю соціоекономічного середовища, переводить інтерес і ціль зі сфери загального осмислення у сферу ситуативних оцінок і

пошуку відповідального способу їхньої реалізації. Іntenціональність трансформує ціль у намір. Іntenціональний суб'єкт володіє суб'єктивним наміром (інтенцією) діяти в конкретних умовах у соціально відповідальний спосіб: має осмислену причину й усвідомлює наслідки такої поведінки в просторі економічних трансакцій. Реалізація поведінки економічної взаємності ґрунтується на сприйнятті такої поведінки самим економічним суб'єктом як найбільш доцільного (справедливого, вигідного, несуперечливого тощо) способу досягнення економічних цілей (забезпечення інтересу) із множини таких способів. Тому автор стверджує, що поведінка економічної взаємності реалізується через функцію суб'єктивної очікуваної корисності. Ймовірність і стабільність прояву економічної взаємності безпосередньо залежить від отримуваної в результаті такої поведінки корисності для суб'єкта.

Наступний принцип реалізації поведінки економічної взаємності – це *порядність* як властивість економічного суб'єкта. Він впливає із другої закономірності формування цієї поведінки (тобто *складного утилітаризму* – як прагнення здобувати і максимізувати результат лише конструктивними діями). Найчастіше академічні міркування про порядність зближують її за змістом із чесністю. В економічних дослідженнях чесності, започаткованих ще на поч. ХХ ст., ця риса тлумачилася багатоглядково та розглядалася і як виконання обіцянок, і як повага до чужих прав, і як дотримання чинних формальних і неформальних правил (норм) [13, с. 402–420]. У сучасному ж економічному дискурсі сформувалася традиція дослідження антиподу чесності – опортунізму. Як відомо, опортунізм – це намагання економічного суб'єкта максимізувати свій вигравш шляхом підступних дій, які безпосередньо суперечать інтересам візаві. Опортунізм проявляється або як приховування учасниками економічної трансакції необхідної для візаві інформації (зловживання інформаційною асиметрією), або як пряме порушення узгоджених умов здійснення трансакції, а також як використання власних ексклюзивних ресурсів (специфічних активів) проти візаві [5]. Як видається, сучасні дослідники зовсім вилучають вроджену чесність із образу економічного суб'єкта. Зазвичай, суб'єкт апріорно позиціонується як безумовний корисливий опортуніст. Таку позицію можна частково виправдати занепокоєністю економістів щодо небезпеки опортунізму як вкрай деструктивної властивості суб'єкта. Адже за достатньої поширеності опортунізм ставить під сумнів взагалі існування економіки, викликає тенденцію до «згортання» ринку. Це красномовно продемонстровано у відомих працях, зокрема у [14].

Проте навіть масштаб небезпеки, яку становить опортунізм, на наше переконання, не є підставою для заперечення або применшення потенціалу чесності економічного суб'єкта. Уявлення про суб'єкта як про безумовного опортуніста – одностороннє. Воно штучно звужує можливості впливу на поведінку суб'єкта зовнішніми обмеженнями, демотиваторами, близькими за змістом до примусу або ідентичними йому. Тому автор переконаний, що суб'єкт може однаково виявляти психологічну схильність і до опортунізму, і до чесності. Ця позиція актуалізує широкі можливості впливу на поведінку суб'єкта, враховуючи самодетермінований «авто вплив». Опортунізм ґрунтується на прямому запереченні інтересів візаві й несумісний із СВ. Тому відповідальний суб'єкт проявляє чесність і відмовляється від опортунізму. Чесність інтегрує складний утилітаризм, онтологічно даний у свідомості суб'єкта, в його функцію корисності. За такого впливу ця функція реалізується як неструктивна відносно корисності візаві.

Попри це, для потреб формування чергового принципу реалізації поведінки взаємності чесність виявляється частковою категорією. Адже вона орієнтує суб'єкта на виконання зобов'язань відповідно до певних актуальних норм і не враховує етап «проекування» цих зобов'язань та норм чи етап «післявиконання» (коли зобов'язання втрачають або послаблюють свою чинність). Тому для позначення принципу реалізації поведінки економічної взаємності, співвідносного зі складним утилітаризмом, автор вважає за доцільне звернутися до іншого терміну та риси суб'єкта, а саме – *порядності*. Порядність вимагає чесності, проте не обмежується нею. Вона виявляє ширший масштаб реалізації економічної взаємності. Під її впливом складний утилітаризм, відображений у свідомості суб'єкта, проектується у вчинках завжди і всюди (не лише в ситуаціях, що зумовлюють зобов'язання). Тому відповідальний економічний суб'єкт завжди є не лише чесним, а й порядним.

Третім принципом реалізації поведінки економічної взаємності, який співвідноситься із третьою закономірністю формування цієї поведінки (тобто, емпатією) автор визначає *лояльність* як властивість суб'єкта. Як правило, лояльність в економічних дослідженнях використовується як маркетинговий термін і означає прихильність (приятельство) споживачів до конкретного бренду, продукції, продавця тощо [10]. Вона тісно пов'язана з попереднім досвідом, звичкою, смаковим уподобанням споживача і спонукає його надавати перевагу тому чи іншому чинникові обміну. Часто цим терміном послуговуються й дослідження з економіки праці, окреслюючи так прихильність працівників до організації-працедавця (організаційна лояльність) [15].

Вочевидь, традиційне економічне розуміння лояльності фіксує лише прихильність одного суб'єкта до іншого (одностороннє – вірність споживача брендові, працівника – працедавцеві і т. д.). У контексті реалізації економічної взаємності автор пропонує дещо відмінне економічне тлумачення лояльності, де остання позиціонується як універсальна властивість будь-якого суб'єкта та стосується однаково і поціновувачів бренду, і його розробників, а також суб'єктів з обох боків асиметрії трудових відносин. Лояльність втілює

емпатію у відповідну поведінкову установку, готовність діяти відповідально стосовно візаві. Тоді як емпатія закріплює здатність суб'єкта оцінювати візаві в різноманітності соціоекономічних обставин.

Таким чином, принципами реалізації поведінки економічної взаємності є: інтенціональність, порядність (як протилежність опортунізму) та лояльність. Вони обумовлені відповідними закономірностями формування поведінки економічної взаємності та взаємопов'язані внутрішньою логікою цих закономірностей. Подальший дискурс щодо принципів реалізації СВ як соціоекономічного феномену вимагає формулювання і впорядкування *принципів реалізації відносин еквівалентності*, узгоджених із логікою закономірностей формування цих відносин і співвіднесених із принципами реалізації поведінки економічної взаємності.

За авторським баченням, принцип реалізації відносин еквівалентності у системі СВ – категорія більш смна, ніж принцип реалізації поведінки економічної взаємності. Принципи реалізації відносин еквівалентності відображають *характеристики системи СВ* і становлять елементи системного «фону» для реалізації поведінки взаємності. Без деталізації внутрішньої компонентної структури будь-який принцип реалізації відносин еквівалентності буде надмірною теоретичною абстракцією. Поза такою деталізацією судження про реалізованість відносин еквівалентності з наукової точки зору є неповноцінними. Тому дослідження вказаних принципів автор супроводжує обґрунтованою *сисловою декомпозицією* кожного з них.

Отже, першим принципом реалізації еквівалентних відносин, на думку автора, постає *свобода*. Вона впливає із першої закономірності формування цих відносин (тобто функціональної спеціалізації суб'єктів СВ з огляду на ризик). Адже спеціалізація спонукає до вільного вибору суб'єктом своєї функціональної ролі. Свобода втілює також один із елементів системного «фону» для прояву інтенціональності суб'єктів. При цьому мається на увазі соціальна свобода. Аналіз фахових джерел підтверджує, що в науковому дискурсі така свобода традиційно відмежована від індивідуальної свободи [12]. Проте різниця між соціальною й індивідуальною свободою багатоаспектна і полягає не лише в масштабах прояву. Індивідуальна свобода – це свобода суб'єкта за природою, «ураженою» обмеженою раціональністю. Тому ця свобода передбачає вузький спектр індивідуальних намірів і дій. Вона до певної міри протистоїть СВ і загальною недалекоглядністю становить небезпеку для реалізації СВ. Соціальна свобода ж – це свобода суб'єкта з огляду на реалізацію множини соціоекономічних ролей і узгодження функцій різних суб'єктів. Така свобода доповнює раціональні очікування та можливості кожного суб'єкта знаннями й можливостями функціонування соціоекономічного середовища. Вона неминує враховує і використовує контекст цього функціонування. Тому соціальну свободу варто сприймати як інструмент подолання природних обмежень раціональності суб'єктів (обмежень індивідуальної свободи) та розширення спектра індивідуальних намірів і дій. У такому тлумаченні соціальна свобода допускає вільний вибір кожним суб'єктом функціональної ролі, самостійне визначення ним доцільного способу своєї участі в транзакціях, але вимагає визнання ним своєї соціальної причетності.

Соціальну свободу як принцип реалізації відносин еквівалентності у системі СВ автор пропонує розглядати з огляду на таку компонентну структуру: 1) громадянська свобода; 2) власне економічна свобода; 3) свобода людського розвитку. Громадянська свобода втілює свободу суб'єкта як члена соціуму від обмежень і насильства з боку інших таких членів, в т. ч. від свавілля інстанції. Така свобода передбачає можливості зворотного впливу суб'єкта СВ на інстанцію, вимагає від інстанції відкритості, публічності та чітких і досяжних нормативних критеріїв поведінки. Без громадянської свободи втілення економічної свободи здійснюється непрозора та ризикує стати нелегітимним в очах соціуму і через те – нетривалим.

Власне економічна свобода відображає право суб'єкта розпоряджатися своєю працею та майном, вільно обирати форми і сфери застосування своїх ресурсів, методи розподілу доходу, споживання благ. Із наукових джерел відомо, що економічна свобода є безпосереднім чинником реалізації обміну в межах торгових транзакцій, транзакцій найму [4, с. 198–214], в конкурентних відносинах [6, с. 111] і відносинах економічних суб'єктів з державою [7, с. 119–126]. Автор уточнює, що економічну свободу варто розуміти широко – як *свободу економічного різноманіття* (суб'єктів, інтересів, способів дії тощо), а не лише як свободу обміну.

В економічно вільних суспільствах економічну свободу підтримує інстанція-держава, яка не допускає свого надмірного втручання в економічну сферу. Разом з тим, і безконтрольне втручання держави, і необмежена свобода ринкових відносин загрожує системі узурпацією і монополізацією можливостей розвитку. З цих міркувань, до компонентної структури соціальної свободи автор враховує свободу людського розвитку. Відсутність і нерівність можливостей цього розвитку зумовлює соціальне відторгнення, під яким традиційно розуміють вилучення індивідів і соціальних груп із суспільних процесів, їх дискримінацію, безпосередньо необумовлену ні їхніми індивідуальними рисами, ні характером їхньої діяльності (продуктивна чи паразитична і т. д.). Вочевидь, соціальне відторгнення блокує реалізацію економічних інтересів і заперечує природну спеціалізацію суб'єктів як вагому закономірність формування СВ.

Другим принципом реалізації відносин еквівалентності у системі СВ, який впливає із другої закономірності формування таких відносин (тобто меритократії), за авторським баченням, є *довіра*. Вона

ж являється системним «фоном» для реалізації принципу порядності суб'єктів СВ. Відносини довіри означають, що суб'єкти, які взаємодіють, за жодних обставин не ризикують отримати шкоду від візаві в ході чи в результаті взаємодії. Із фахових джерел відомо про об'єктивний зв'язок довіри і порядності, адже саме недовіра є першопричиною асиметричності інформації у міжсуб'єктних відносинах [9]. Автор наголошує, що довіра і порядність забезпечують у системі СВ підстави для глобального (поза досвідом конкретного суб'єкта) очікування і гарантії того, що переваги меритократії як лідерства освічених та ефективних суб'єктів не монополізує жоден суб'єкт.

На думку автора, декомпозиція соціальної довіри як принципу відносин еквівалентності виявляє таку її внутрішню структуру: 1) генералізована довіра, 2) власне економічна довіра, 3) довіра до норм. Перша компонента є узагальнюючим індикатором готовності соціальної системи до користування соціальними практиками довіри (довірчий потенціал системи). Вона існує як загальне «відчуття довіри» у системі СВ. Економічну довіру можна визначити як ступінь засвоєння і продуктивного використання генералізованої довіри, як міжсуб'єктну довіру. Така довіра однаковою мірою поширюється на індивідуальних і колективних суб'єктів. Вона постає персоніфікованою (щодо конкретного суб'єкта-візаві, наприклад, щодо певного працедавця) або агрегованою (щодо цілої категорії суб'єктів, наприклад, працедавців чи бізнесу в цілому).

Довіра до норм засвідчує реалізацію у міжсуб'єктних відносинах обґрунтованого очікування ефективної здатності соціальних норм організувати та забезпечувати економічну взаємодію. При цьому така довіра актуалізується для кожного виду норм в їхній ієрархії: і для загальних – вищого рівня (наприклад, законів), і для локальних – нижчого рівня (наприклад, цивільно-правової угоди). Довіра також однаково важлива для формалізованих («записаних») і для неформалізованих норм. Важливо, щоб між загальними і локальними, а також між формалізованими і неформалізованими нормами не було взаємної суперечності, яка не сприяє утвердженню довіри до норм загалом.

Третім принципом реалізації відносин еквівалентності в системі СВ автором визначено *солідарність*. Цей принцип впливає із взаємозалежності як третьої закономірності формування таких відносин. Солідарність виявляється елементом системного «фону» для лояльності як принципу реалізації поведінки економічної взаємності. Лояльність суб'єкта уособлює його готовність до взаємодії з іншими суб'єктами, солідарність же означає власне саму взаємодію зацікавлених один в одному суб'єктів. З одного боку, лояльність обумовлює солідарність у системі СВ. З другого – солідарність уможливує прояв лояльності та окреслює її як необхідну рису суб'єкта СВ. Об'єктивно взаємозалежні суб'єкти сприймають взаємодію доцільною: солідарність узгоджує й інтенсифікує реалізацію суб'єктних економічних інтересів. У такий спосіб солідарність пропонує конструктивне використання стану взаємозалежності, яка з потенційної проблеми (обмеження) перетворюється на ресурс (можливість). Тому солідарність втілює для залучених суб'єктів певний *спільний економічний інтерес*, який забезпечує *розрізнені суб'єктні інтереси*. У відносинах солідарності інтенціональний і порядний суб'єкт відчуває сенс прояву лояльності в умовах взаємозалежності. Поза такими відносинами нескоординована реалізація економічних інтересів ризикуює стати фрагментарною, якщо не конфронтаційною і в цілому деструктивною.

Здійснена автором смислова декомпозиція солідарності як принципу відносин еквівалентності у системі СВ ґрунтується на диференціації розуміння солідарності в трьох різних соціологічних (і такою ж мірою соціоекономічних) концепціях: традиційній, інтеракційній і конфліктологічній [3]. Перша тлумачить солідарність як соціальний стан, який фіксує органічну єдність об'єктивно відмінних між собою суб'єктів. Друга підкреслює вагомість процесної (комунікативної) природи солідарності. Третя постулює солідарність як результат протистояння: «солідарність проти». З огляду на таку диференціацію, автор окреслює такі аспекти теоретичного аналізу солідарності в контексті реалізації СВ: 1) солідарність як соціальний стан – характеристика соціальних зв'язків, яка відображає єдність суб'єктного і системного; 2) солідарність як процес досягнення цього стану через міжсуб'єктну взаємодію (комінукацію); 3) солідарність як єднання за ознакою протиставлення. Перший аспект відображає ступінь реалізованості в системі СВ спільного економічного інтересу. Солідарність як процесне явище виявляє тенденції конструювання чи, навпаки, ерозії цього інтересу. Конфронтаційна солідарність – дещо суперечливий аспект із точки зору пріоритетів системи СВ. Класично він передбачає згуртування однієї категорії суб'єктів проти іншої (наприклад, класова солідарність). За авторським баченням, у системі СВ конфронтаційна солідарність може набувати нового змісту – як об'єднання суб'єктів за ознакою нетолерантності до системних вад (корупції, неефективних норм, проявів дискримінації тощо).

Висновки. Таким чином, соціоекономічний феномен СВ – це онтологічний комплекс у складі особливої поведінки – поведінки економічної взаємності, з одного боку, й економічної системи СВ – з другого. Економічна система СВ функціонує завдяки специфічним відносинам між економічними суб'єктами – відносинам еквівалентності. З урахуванням такої змістової інтерпретації СВ автором сформульовано і впорядковано принципи реалізації СВ як засадничі передумови «освоєння» СВ в економічній дійсності. Розроблена автором система зазначених принципів враховує двоїсту сутність феномену СВ та містить принципи реалізації поведінки економічної взаємності і принципи реалізації

відносин еквівалентності в економічній системі СВ. **Подальші дослідження** доцільно присвятити практичному аналізу прояву принципів реалізації СВ в соціоекономічних умовах України.

Список використаної літератури:

1. Звонар В.П. Закономірності формування соціальної відповідальності як соціоекономічного феномену / В.П. Звонар // Ефективна економіка. – 2016. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4911>.
2. Звонар В.П. Логіка дослідження соціальної відповідальності як соціоекономічного феномену / В.П. Звонар // Економіка України. – 2015. – № 5. – С. 4–16.
3. Козлова Т.З. Проблема солідарності в трьох соціологічних традиціях / Т.З. Козлова // Соціологіческие исследования. – 1997. – № 5. – С. 116–119.
4. Линдблом Ч. Рыночная система. Что это такое, как она работает и что с ней делать / Ч.Линдблом. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010. – 320 с.
5. Мартюкова Е.Г. Место оппортунистического поведения в системе исследований новой институциональной экономической теории / Е.Г. Мартюкова // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5 (28). – С. 332–338.
6. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Найт. – М. : Дело, 2003. – 360 с.
7. Невидимая рука рынка / Под ред. Дж.Итуэлла. – М. : Изд дом ГУ-ВШЭ, 2008. – 408 с.
8. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений / Д.Норт. – М. : ГУ-ВШЭ, 2010. – 256 с.
9. Павлов Р.Н. Институты социальной ответственности бизнеса : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Р.Н. Павлов. – М., 2003. – 216 с.
10. Петриченко П.А. Лояльність клієнтів на споживчому ринку: основні поняття і тенденції розвитку / П.А. Петриченко, О.В. Рудінська, С.А. Яроміч // Бізнесінформ. – 2012. – №. 5. – С. 255–257.
11. Сёрль Дж. Рациональность в действии / Дж.Сёрль ; пер. с англ. А.Колодия, Е.Румянцевой. – М. : Прогресс-Традиция, 2004. – 336 с.
12. Слободянюк Л.М. Свобода людини: індивідуальний та соціальний виміри : автореф. дис. ... канд. філософ. Наук : 09.00.13 / Л.М. Слободянюк. – Львів – 2007. – 22 с.
13. Янжул И.И. Экономическое значение честности (забытый фактор производства) / И.И. Янжул // Избранные труды ; под ред. П.Г. Подкидченко. – М. : Наука, 2005. – 436 с.
14. Akerlof G.A. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism / G.A. Akerlof // The Quarterly Journal of Economics. – 1970. – Vol. 84. – Pp. 488–500.
15. Buchanan B. Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations / B.Buchanan // Administrative Science Quarterly. – 1974. – Vol. 19. – Pp. 533–546.

References:

1. Zvonar, V.P. (2016), “Zakonomirnosti formuvannja social'noi' vidpovidal'nosti jak socioekonomichnogo fenomenu”, *Efektivna ekonomika*, No. 4, available at: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4911 (accessed 12.07.2016).
2. Zvonar, V.P. (2015), “Logika doslidzhennja social'noi' vidpovidal'nosti jak socioekonomichnogo fenomenu”, *Ekonomika Ukrainy*, No. 5, pp. 4–16.
3. Kozlova, T.Z. (1997), “Problema solidarnosti v treh sociologicheskikh tradicijah”, *Sociologicheskie issledovanija*, No. 5, pp. 116–119.
4. Lindblom, Ch. (2010), *Rynoch'naja sistema: Chto jeto takoe, kak ona rabotaet i chto s nej delat* [The Market System: What is It, How It Works, & What to Make of It], translated by Shestakov, D., HSE Publ., Moscow, 320 p.
5. Martyukova, E.G. (2012), “Mesto opporunisticheskogo povedeniya v sisteme issledovanii novoi institutsional'noi ekonomicheskoi teorii”, *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, No. 5 (28), pp. 332–338.
6. Knight, F. (2003), *Risk, neopredelennost' i pribyl* [Risk, Uncertainty and Profit], translated by Kazhdan, M., Delo Publ., Moscow, 360 p.
7. Eatwell, J., Murray, M. and Newman, P. (2008), *Nevidimaja ruka rynka* [The Invisible Hand], in Ituell, J. (Ed.), translated by Makashev, N., GU-VShE Publ., Moscow, 408 p.
8. Nort, D. (2010), *Ponimanie processa jekonomicheskikh izmenenij* [Understanding the Process of Economic Change], translated by Martynov, K., GU-VShE Publ., Moscow, 256 p.
9. Pavlov, R.N. (2003), *Instituty social'noj otvetstvennosti biznesa: dissertation*, Moscow, 216 p.
10. Petrychenko, P.A., Rudins'ka, O.V. and Yaromich, S.A. (2012), “Loyal'nist' klientiv na spozhyvchomu rynku: osnovni ponyattja i tendentsii rozvytku”, *Businessinform*, No. 5, pp. 255–257.

11. Searle, J. (2004), *Racional'nost' v dejstvii* [Rationality in Action], translated by Kolodij, A. and Rumjanceva, E., Progress-Tradicija, Moscow, 336 p.
12. Slobodjanjuk, L.M. (2007), *Svoboda ljudyny: individual'nyj ta social'nyj vymiry: Author's abstract*, L'viv, 22 p.
13. Janzhul, I.I. (2005), *Ekonomicheskoe znachenie chestnosti (zabytyj faktor proizvodstva)*, in Podkidchenko, P.G. (Ed.), Nauka Publ., Moscow, 436 p.
14. Akerlof, G.A. (1970), "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, pp. 488–500.
15. Buchanan, B. (1970), "Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 19, pp. 533–546.

ЗВОНАР Віктор Павлович – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, Київ.

Наукові інтереси:

– соціальна економіка.

Тел.: (066) 737–03–28.

E-mail: viktorzvonar@yahoo.com.

Стаття надійшла до редакції 28.07.2016.