

influence of labour migration phenomenon on the family institution, teenagers' socialization mechanism in distant families.

In the article the interrelation between the parents' (working migrants') absence and deviation in interpersonal relationships, the formation of certain social- psychological problems, and passive social attitude of the working migrants' children is concluded. A conclusion is made as to the labour migration being one of the reasons to ruin family relationships and to distort socialization mechanism as well as the factor to increase the emigration risk.

Key words: children of migrant workers, the institution of the family, labor migration, social and psychological health, socialization.

УДК 316.334.2

Станислав Катаев

Социальная ответственность как сфера практической социологии

В обществе ощущается дефицит в понимании функций прикладной социологии, что актуализирует рассмотрение возможности её использования в процессе реализации программ по социальной ответственности. Движение по направлению корпоративной социальной ответственности позволяет расширить сферу применения труда социологов и облегчить проблему их трудоустройства, то есть создаёт потенциальный рынок для услуг профессиональных социологов, которые должны активнее позиционировать себя как специалисты в сфере социального консалтинга, социального планирования, социальной защиты.

Ключевые слова: социальная ответственность, социология, практическая социология, социальный консалтинг, функция социолога в организации.

Постановка научной проблемы и её значение. Одним из болезненных мест практической социологии является её польза для общества, организации, предприятий, бизнеса. Дефицит понимания этой пользы, кроме всего прочего, усугубляет проблему трудоустройства социологов после окончания учёбы в вузе. Особенно остро эта проблема встала после упразднения обязательного курса социологии в вузах. Большинство учебных заведений отказались от преподавания социологии вообще. Остро стоит проблема выживания социологии как вида деятельности. Если академической социологии ничего не угрожает, поскольку существует масса неразрешенных теоретических вопросов, по поводу которых можно бесконечно теоретизировать, то для большинства специалистов, получивших социологическое образование, вопрос об их трудоустройстве по специальности становится практически неразрешимой задачей. И хотя есть еще область практической деятельности – опросы общественного мнения, но соответствующие компании не могут поглотить сотни (тысячи?) дипломированных социологов. Отсюда возникает проблема поиска новых видов деятельности и точек приложения знаний для практической социологии. Одним из относительно новых направлений социологической деятельности является участие в реализации программ по социальной ответственности.

Задача статьи – обсудить проблематику социальной ответственности в контексте практической социологии.

Анализ исследований этой проблемы. Обсуждение проблематики социальной ответственности в современной литературе охватывает широчайший круг аспектов. Наиболее часто речь идет о корпоративной социальной ответственности (КСО). Так, украинский специалист по менеджменту Ростислав Куринько подготовил совместно с журналом «Эксперт Украина» монографию «Осваиваем КСО: просто о сложном». В ней затрагиваются такие вопросы, как базовые принципы разработки и внедрения отчётности по КСО, роль и место компании в обществе, реализация скрытого инновационного потенциала, а также рекомендации по реализации успешной стратегии. Александр Михальчук обсуждает участие украинских компаний в движении и рейтингах по КСО. Активно исследует проблематику социальных инвестиций в бизнесе российский автор С. Туркин. Однако участие социологов в подготовке и реализации программ КСО упоминается крайне редко.

Изложение основного материала и обоснование полученных результатов исследования. В советские времена проблематика социальной ответственности на предприятиях воплощалась в

социальном планировании. На многих предприятиях существовали отделы социального планирования, где социолог чувствовал себя на своем месте и четко видел своё практическое предназначение. Социология обеспечивала исследованиями планирование социального развития. Проводился комплексный опрос по всем разделам плана социального развития, что обеспечивало информацией об общественном мнении трудового коллектива, его потребностях и интересах. Потом эта информация закладывалась как обоснование для социального планирования. Хотя и тогда эти мероприятия редко выполнялись и руководство предприятия мало обращало на них внимание, но это уже была другая проблема – проблема реализации плана социального развития. Предлагалось использовать социологов и на этапе реализации плана социального развития с тем, чтобы социолог отслеживал препятствия реализации различных предложений и реакцию коллектива на процесс реализации плана. Вся эта система рухнула вместе с Советским Союзом, социализмом и социальным планированием.

Но в последнее время интерес к социальному планированию начинает возвращаться, значит, у социологов может расшириться поле деятельности. Появились также новые области возможного практического использования социологии. Одной из таких областей является социальная ответственность организации или корпоративная социальная ответственность.

Концепция корпоративной социальной ответственности предложена К. Дэвисом. Она содержала следующие положения.

1. Социальная ответственность продуцируется самой общественной властью. При этом органы власти должны создавать условия и быть примером социальной ответственности.
2. Субъекты предпринимательства должны, с одной стороны, иметь рыночные мотивы деятельности, а с другой – быть открытыми в своих операциях для общественности.
3. Социальные затраты должны быть тщательно рассчитаны и скрупулёзно рассмотрены с точки зрения правомерности их отнесения на себестоимость изготовления продуктов или предоставления услуг.
4. Социальные затраты, даже через распределение по каждому продукту, услуге, виду деятельности, в конечном итоге оплачиваются потребителем.
5. Учреждения и организации, как и граждане, привлекаются к ответственности за решение текущих социальных проблем, в том числе и находящихся за пределами обычных сфер их деятельности.

Анализируя работу многих корпораций, К. Дэвис и другие исследователи пришли к выводу, что социальная ответственность способствует развитию и повышению стоимости компаний и, наоборот, уклонение от социальной ответственности сужает экономические возможности предприятий [1].

Социальная роль бизнеса стимулируется в международном масштабе, благодаря инициативе ООН в рамках так называемого «Глобального договора». Сегодня «Глобальный договор» – крупнейшая международная площадка социальной ответственности бизнеса в мире, охватывающая более 6 тыс. компаний и организаций в 130 странах мира. Уже более 140 украинских компаний присоединились к «Глобальному договору» ООН, который объединяет их в социально ответственной деятельности. Практически все лидеры рынка в своей отрасли внедряют программы корпоративной социальной ответственности [2].

По результатам социологического опроса, проведённого Центром социальных экспертиз Института социологии НАН Украины и благотворительным фондом «Интеллектуальная перспектива», в котором приняли участие 811 предприятий различных размеров, форм собственности и сфер деятельности, бизнес-структуры позиционируют свое отношение к аспектам социальной ответственности следующим образом [3]:

- в реализации социальных проектов 60 % респондентов относятся положительно и считают её полезной для общества в целом; четверть опрошенных продемонстрировала «нейтралитет», 5 % респондентов зафиксировали негативное отношение, оценив такую деятельность как «бесполезную трату времени и ресурсов»;
- в оценках возможностей своего участия в реализации социальных проектов 4 % респондентов отметили отсутствие каких-либо возможностей в бизнес-структур для реализации социальных проектов; треть считает, что эта возможность существует в отношении всех бизнес-

організацій; половина опитаних переконані, що така можливість є, але лише в окремих компаніях;

– в визначенні сфер, що потребують соціальних проєктів – допомога дітям-інвалідам (69 %), допомога інвалідам, літнім людям, бездомним (60 %), здоров'я (58 %); освіта (50 %), екологія (39 %); наука (30 %); культура, мистецтво (22 %) [3].

Наразі з цим більше третина комерційних організацій не приймає безпосереднього участя в підтримці соціального розвитку. Це може означати значущу різницю між готовністю до різних форм соціального інвестування, бажанням бути соціально відповідальними і реальною практикою господарювання. Така тенденція пов'язана, очевидно, з тим, що сектор бізнесу сам потребує значущої інституційної підтримки, оскільки є ще не дуже розвинутим. Більшість підприємств і підприємців відчувають правову незахищеність і намагаються накопичувати капітал для власного розвитку, відкладаючи потреби суспільства і громади на другий план [3].

В Україні діє некомерційна організація «Центр корпоративної соціальної відповідальності», яка реалізує проєкт «Розвиток соціальної корпоративної відповідальності в Україні». По ньому, наприклад, проведені заходи в Львівському регіоні [4]:

1. Опитування «Соціальна відповідальність бізнесу».
2. Організація публічної презентації результатів опитування в формі прес-конференції.
3. Два форуми для місцевого бізнесу «Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу».
4. Тренінг по ефективному співробітництву з бізнесом для представників некомерційних організацій.
5. Круглий стіл по питаннях прозорості.
6. Круглий стіл по питаннях соціального підприємництва.

В межах проєкту діє тренінг «Як покращити соціальну відповідальність компанії?».

Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСО) реалізує освітню програму «Академія по корпоративній соціальній відповідальності» (CSR Academy), яка направлена на підвищення знань, компетенцій і навичок по корпоративній соціальній відповідальності серед представників компаній [4]. В усіх цих заходах повністю можливо участя соціологів.

Соціальна відповідальність бізнесу поширюється і на працівників підприємств.

Соціолог сам є ініціатором акцій по соціальній відповідальності, і вся його діяльність також є частиною політики по соціальній відповідальності на підприємстві. Це відображається в функціях заводського соціолога.

Функції соціолога на підприємстві можуть бути класифіковані по трьох групах: дослідницькі функції, організаційні, консалтингові. Дослідницькі функції можуть бути самого різного роду і не тільки соціологічного характеру. Наприклад, один із заводських соціологів з досадою відзначає, що керівництво доручає йому вивчати навіть такі питання, як потреба в робочих рукавицях на заводі. Тут багато залежить від того, в якій мірі соціологу вдалося позиціонувати себе як спеціаліста по соціальному консалтингу.

Не виключено, що при певних обставинах соціолог може виконувати і функції соціального працівника. Якщо до нього як до спеціаліста по соціальним питанням можуть звернутися люди з проханням допомогти в розв'язанні якихось соціальних проблем, наприклад сприяти перейти на роботу в інший цех, то тут працівник в соціолога може бачити посередника між рядовими працівниками і керівництвом. Дуже багато рядові працівники можуть боятися керівника, не знати, як і коли можна звернутися з проханнями особистого характеру, тому вони потребують в комусь, хто б виступив як посередник. І тут в соціолога, який прийшов на робоче місце з опитуванням, працівник може бачити свого помічника в розв'язанні своїх проблем.

Соціолог на підприємстві може забезпечувати консультування керівництва по програмах соціальної відповідальності.

В більшій перспективі соціологи можуть організовувати фірми по соціальному консалтингу, де для підприємства є можливість отримувати кваліфіковану допомогу в підготовці і реалізації програм КСО. Справа за ініціативою соціологів, потенційний запит практики вже існує.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, движение по социальной ответственности создаёт потенциальный рынок для услуг социологов. Пока КСО в основном обеспечивают специалисты по менеджменту, но знания и компетенции социологов в большей мере соответствуют смыслу корпоративной социальной ответственности. Проблема практического использования социологов может разрешаться только при отчётливом понимании запросов общества на их специфические знания и умения и активное инициирование использования социологии на рынке социального консалтинга.

Источники и литература

1. Благоев Ю. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Благоев // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Серия 8. – Вып. 2. – 2006. – С. 3–24.
2. Українська мережа Глобального договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalcompact.org.ua/ua/how2join/participants?page=5>.
3. Акімова І. Соціальна відповідальність українського бізнесу. Результати опитування / І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна – К., 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csrub05.pdf
4. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : csr-ukraine.org/

Катаєв Станіслав. Соціальна відповідальність як сфера практичної соціології. У суспільстві відчувається дефіцит у розумінні функцій прикладної соціології, що актуалізує розгляд можливості її використання в процесі здійснення програм із корпоративної соціальної відповідальності. Соціологи повинні активніше позиціонувати себе як фахівців у галузі соціального консалтингу, планування, захисту, що розширить сферу застосування праці соціологів і полегшить проблему їх працевлаштування, тобто створить потенційний ринок для послуг професійних соціологів.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціологія, практична соціологія, соціальний консалтинг, функція соціолога в організації.

Kataev Stanislav. Social Responsibility as the Scope of Practice of Sociology. There is an urgent problem of knowledge and skills in the practice of sociologists of social life and production. One of the areas of use of sociology is social responsibility. Task Goal of the article is to discuss problems of social responsibility in the context of practical sociology.

Corporate Social Responsibility is an important focus of the business today. In this connection there is a need for social consultancy, providing services which can be used by sociologists of knowledge and skills. Knowledge of social scientists should be actively involved in social planning, social security and the performance of research, organizational and advisory function of applied sociology in industry.

Key words: social responsibility, sociology, applied sociology, social consulting, sociologist function in the organization.

УДК 316.354

Віктор Савка

Супервізія в управлінні недержавними організаціями соціальної сфери: інституційний аналіз

У роботі здійснено інституційний аналіз супервізії – однієї з технологій управління недержавними соціальними службами. Супервізія як управлінська технологія якісно відрізняється від традиційних підходів до управління, оскільки ґрунтується на принципах партнерства та взаємодопомоги. Це дає змогу максимально використовувати її можливості в громадських соціальних службах й обмежує застосування в державних, які є організаціями бюрократичного типу та, відповідно, ґрунтуються на принципах централізації й підпорядкування.

Ключові слова: супервізія, соціальний інститут, інституційний аналіз, технологія управління, недержавні організації.