

РОЗДІЛ 4

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ І СУЧАСНА ЦИВІЛІЗАЦІЯ

*Артемова Т.И.
г. Киев, Украина*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ: ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рыночная трансформация системы общественного хозяйства Украины в контексте евроинтеграции предполагает становление соответствующей современным требованиям совокупности институтов и достижение определенных социально-экономических стандартов. Одной из важнейших 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. В Украине различные аспекты социальной ответственности хозяйствующих субъектов исследуются в работах Д. Баюры, П. Буряк, Е. Гришновой, А. Колота, С. Лукина, И. Малик, С. Мельник, М. Мурашко, Н. Супрун, Ю. Уманцева, Г. Чередниченко и других авторов. В то же время фундаментальные научные исследования в русле указанной проблематики только набирают силу. Их актуальность обуславливается тем, что адаптация института социальной ответственности организации к реалиям современной рыночной среды в Украине могла бы стать действенной предпосылкой восстановления отношений доверия между субъектами всех уровней хозяйствования. Прояснение истоков идеи социальной ответственности организации, ее институционального содержания составляет цель 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 биологических, социальных, технических объектов и соотносится с понятиями структуры, системы, управления. Действительно, *организация*

(франц. *organisation*, от позднелат. *organizo* – сообщаю стройный вид, устраиваю) есть, во-первых, внутренняя упорядоченность, взаимодействие относительно дифференцированных и автономных частей целого; во-вторых, совокупность процессов (действий), ведущих к согласованности между частями целого; в-третьих, объединение хозяйствующих субъектов, совместно реализующих некоторую программу (цель) на основе установленных 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. В ходе рыночного реформирования хозяйственного комплекса 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, в 1980-е – 1990-е гг. индустриальные страны в ходе информационной и технологической революций претерпели существенную трансформацию всех сфер общественной жизнедеятельности, что актуализировало значимость «институционального взгляда на мир». Такой «взгляд» сконцентрировался на организационных структурах хозяйствующих субъектов.

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» [1, с. 51], пишут, в частности, Ю. Ольсевич и В. Мазарчук. Организации

как хозяйствующие субъекты, следовательно, базируются на комплексной системе норм и правил.

До недавнего времени категория «социальная организация» наиболее активно использовалась в социологической науке и системе менеджмента. Одной из ее разновидностей социальной организации является трудовая организация. В социологии трудовую социальную организацию, как правило, идентифицируют посредством выполняемых ею трудовых функций, социальной основы – трудового коллектива, организационных форм (предприятие и учреждение). Основное внимание при анализе трудовой организации уделяется аспектам ее эффективного социального функционирования: сплоченности, стабильности, трудовой и общественной активности, дисциплинированного взаимодействия работников и пр. Однако указанные аспекты односторонне отображают содержание трудовой организации как предприятия или учреждения, не затрагивая сущности ее 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 трансакционные 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 видоизменению и другие субъекты рынка – домохозяйства и государство. Таким образом, экономический мир в контексте институциональной его интерпретации предстает многомерным пространством – 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 остается первичным системообразующим звеном современной рыночной экономики, то именно она становится инициатором реализации концепции социальной ответственности организации. Наиболее распространенной организационно-правовой формой бизнес-деятельности сегодня является корпорация, поэтому инициатива социальной ответственности организации реализуется преимущественно в форме «социальной ответственности корпорации» (Corporate Social Responsibility – CSR), которая, учитывая интересы общества, берет ответственность за результаты своей деятельности по отношению к потребителям, партнерам, собственным работникам и акционерам, местным жителям, обществу в целом. Концепция социальной ответственности применима, однако, к любой частной компании, занимающейся бизнесом, а в более широком контексте – к деятельности любого рыночного института (сложной социально-экономической организации), в том числе, к бесприбыльным организациям, предоставляющим некоммерческие услуги, а также административным органам власти [2, 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» [3, с. 27]. При этом объектом социальной ответственности является так называемый стейкхолдер (stakeholder) – «заинтересованная сторона» – лицо или группа лиц, имеющих определенный интерес в действиях организации. 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 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 фирмами бремени социальной ответственности, причем указанное «бремя» обрачивается для них неоспоримыми конкурентными преимуществами вследствие уменьшения количества возбуждаемых судебных исков и разбирательств, укрепления имиджа торговой марки, уменьшения теку-

чести 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. Выяснилось, что проблема социальной ответственности по-разному воспринимается в обществе государством, гражданами, самими корпорациями. Ряд громких корпоративных скандалов конца XX – начала XXI вв, в значительной мере ослабил отношения доверия в обществе. Ответом на глобальную тенденцию дестабилизации финансово-экономической сферы стало усиление давления на корпорации в развитых странах с целью повышения их социальной ответственности посредством новых общественных инициатив, законов и нормативных документов (стандартов SA – 800, ISO – 2600 и других).

В контексте мирового опыта важнейшими направлениями адаптации института социально ответственной организации к социально-экономическим условиям современной Украины могли бы стать 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 социальной ответственности организаций, внедрение в практику компаний стандартов социальной отчетности, принятых в Европейских странах.

С общеметодологической точки зрения значительный интерес представляет норма добровольности принятия бизнесом бремени социальной и экологической ответственности. Почему корпоративные структуры «облачаются» в своеобразный Кодекс чести? – в глобальном измерении этот вопрос сегодня остается открытым. Известно, что в условиях рыночной экономики господствующими принципами хозяйствования являются свобода экономического выбора, проистекающая из частной собственности на ресурсы, и максимизация выгоды (для фирмы – прибыли). Что движет предпринимателями, которые руководствуются мотивами, противоречащими основным законам рынка (капитализма)? 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 [4]. Э. Карнеги, будучи; 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»; основанные

ими фонды существуют и поныне, часть их средств расходуется, в том числе, и на социальные нужды. У Дж. Розенвальд, напротив, направляя средства на повышение жизненного уровня местных жителей, расширил емкость рынка для сбыта собственных товаров.

Но сегодня, когда экономический мир становится многомерным, объяснить ответственную социальную мотивацию бизнеса исключительно принципами альтруизма и эгоизма становится весьма затруднительным. На наш взгляд, разрешение указанной проблемы требует новых подходов к пониманию социально-экономического института, которые позволят обосновать условия устойчивого развития социально-экономической системы в условиях нарастания глобальных вызовов, а вместе с тем и восстановить отношения доверия в обществе на длительную перспективу.

Список литературы: 1. Ольсевич Ю.О специфике экономических институтов социальной сферы / Ю. Ольсевич, В. Мазарчук В. // Вопросы экономики. – 2005. – № 5. – С. 50–64. 2. Конарева Л.А. Социальная ответственность организации: мировой опыт / Л.А. Конарева // США – Канада: ЭПК. – 2008. – № 12. – С. 77–84. 3. Leonard D. Corporate Social Responsibility / D. Leonard, R. McAdam // Quality Progress. – 2003. – October. 4. Drucker P. The New Meaning of Corporate Social Responsibility / P. Drucker // California Management Review. – Vol. XXVI. – № 2. – 1984. – Pp. 53–63.

*Архиереев С.И.
г. Харьков, Украина*

ДВОЙСТВЕННЫЙ ХАРАКТЕР СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Социальная ответственность с одной стороны представляет собой феномен, характеризующий индивида, а с другой – общество. Поэтому социальная ответственность характеризуется, как человеческим, так и социальным капиталом, в чем уже проявляется определенная *двойственность* этого явления. Однако проведенные исследования показывают, что двойственность кроется и в самом социальном капитале, которая раскрывается не только через его наличие, но и как отсутствие асоциального капитала [1].

Таким образом, при анализе социальной ответственности ее *истинная двойственность* проявляется в наибольшей степени в дихотомии асоциального и социального капитала. Категории социального и асоциального капитала описывают капитал, при функционировании ко-