

УДК 658

М.Ю. ВАХОВСКАЯ

Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия; e-mail: vakhovskaya@kafmen.ru

Л.Р. АБЛЯКИМОВА

Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия; e-mail: ablyakimova-lilya@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

RESEARCH OF THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Аннотация: в данном исследовании анализируется содержание дефиниции «корпоративная социальная ответственность», рассмотрены различные подходы авторов к определению данного понятия, а также определяется суть такого инструмента деятельности организации, как корпоративная социальная ответственность.

Abstract: this study analyzes the content of the definition of "corporate social responsibility", examines the various approaches of the authors to the definition of this concept, and also determines the essence of such a tool of the organization's activities as corporate social responsibility.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, организация, общество, заинтересованные стороны.

Keywords: corporate social responsibility, organization, society, stakeholders.

На современном этапе развития экономических отношений деятельность как больших компаний, так и малых коммерческих и промышленных структур оценивается не столько с точки зрения извлечения прибыли и увеличения стоимости собственных активов, сколько с позиций полезности для общества в целом и потребителя. Такой взгляд на ведение деятельности базируется на развитии ценностей, которые обращены в сторону сохранения здоровья людей, чистоты окружающей природной среды, а также на понимании того, что каждое дело, независимо от его размеров, в любом случае затрагивает не только непосредственных участников, но также интересы людей, которые в ней не задействованы [1].

Целью исследования является анализ различных подходов к трактовке термина «корпоративная социальная ответственность» (далее по тексту – КСО).

Изучение различных аспектов концепции КСО показало, что она тесно связана с различными науками, такими как философия, право, социология, этика, экономика и менеджмент. Причем каждая наука использует свой категориальный аппарат, угол зрения на проблематику КСО и, как следствие, свои собственные способы и методы исследований [2, с. 18].

В научном сообществе дискуссия о сущности и содержании КСО началась еще в середине XX века. В работах таких исследователей, как Г. Боуэн, Д. Вуд, К. Девис, М. Коултер, А. Кэрролл, П. Дракер, М. Портер, С. Сети, М. Фридман, Ю. Е. Благов, И. Ю. Беляева, О. В. Данилова, Н. А. Кричевский, Л. М. Никитина, С. П. Перегудов, А. А. Шулус, М. А. Эскиндаров и др. показаны различные подходы к КСО, изучена ее сущность, и тем не менее в настоящее время проблема трактовки этой дефиниции остается злободневной. Очевидно, что лишь комплексный подход к ее исследованию в различных аспектах дает возможность сформировать обоснованное суждение о КСО.

Классическим подходом к трактовке понятия КСО за рубежом считается подход А. Кэрролла. Этот ученый в 80-х годах XX в. предложил интерпретацию КСО, которая предусматривает соответствие деятельности организации «экономическим, правовым, этическим и филантропическим (филантропическим) ожиданиям общества, предъявляемым ей в течение определенного периода времени» [3]. А. Кэрролл придерживается мнения, что корпоративная социальная ответственность – это четырехуровневое явление, которое можно представить в форме пирамиды [2] (рисунок 1).



Рис. 1 – Понятие КСО в трактовке А. Кэрролла

Источник: составлено авторами по материалам [2].

Пирамида А. Кэрролла базируется на экономической ответственности, другими словами, на главной функции предприятия на рынке, состоящей в производстве продукции (предоставлении услуг), что позволяет удовлетворить нужды потребителей и извлечь выгоду.

На втором уровне пирамиды А. Кэрролла находится правовая ответственность. Она означает законопослушность в условиях рынка, соответствие функционирования предприятия ожиданиям, установленным на законодательном уровне.

Третий уровень пирамиды – этическая ответственность. Она подразумевает, что функционирование организации должно отвечать

ожиданиям общества, которые не предусмотрены законодательством, но базируются на общепризнанных нормах морали.

Наивысшим элементом пирамиды А. Кэрролла является филантропическая ответственность, которая означает действия организации, направленные на поддержку и развитие благосостояния общества путем разработки и добровольного осуществления социально ориентированных мероприятий.

Таким образом, согласно А. Кэрроллу, КСО – это «обязанность бизнеса делать добровольные вложения в развитие общества, включая различные сферы (экономическую, социальную и экологическую), принятые сверх того, что требуют законодательные акты и экономические условия» [4].

Экономисты же пришли к целостному осмыслению данного определения лишь в конце 90-х годов, когда КСО стала не только внутренним корпоративным аспектом деятельности предприятия, но и просто вопросом их взаимоотношений с благотворительными организациями, профсоюзами.

Что касается исследований в обозначенной сфере в РФ, то согласно мнению российского автора Ю. Е. Благова, высказанного в ходе исследования эволюции концепции КСО в [2], сама сущность КСО неоднократно менялась в результате трансформации миссии бизнеса и самого понятия.

Проведем обзор дефиниций корпоративной социальной ответственности, сформулированных различными авторами [5].

На основании результатов анализа определений можно заключить, что существуют разночтения в определении понятия «социальная ответственность», и обнаружить различие подходов к трактовке этого явления.

Первый подход (авторы О. А. Затейщикова [6], Е. Озерова, В. Мамонова [7], Ю. И. и Г. Н. Пилипенко [8] и др.) базируется на том, что социальная ответственность воспринимается как способность предприятия к адаптации в изменяющихся условиях, к повышению уровня конкурентоспособности и получению дополнительных доходов. Данные определения имеют скорее узкий характер, так как учитывают, в первую очередь, совершенствование деятельности предприятия. Однако социальная ответственность — это составное, сложное понятие, которое должно включать различные стороны деятельности предприятия.

Взаимная зависимость социальной деятельности и кооперации с государственными структурами – суть второго подхода к определению социальной ответственности (авторы Т. Н. Гнатьева [9], И. Н. Царик [10] и др.). Недостаток данного подхода состоит в том, что кроме сотрудничества с органами государственной власти, нужно учитывать также взаимоотношения с прочими стейкхолдерами.

Суть третьего подхода к пониманию КСО состоит в удовлетворении потребностей общества (авторы Е. Кошелева, О. Воробьева [11], Н. М. Хома, О. П. Мишковская [12], О. А. Гришнова [13] и др.). Интерес исследователей-сторонников данного подхода сконцентрирован на развитии общества, но ведь

социальная ответственность предприятия может распространяться и на другие области, в частности, на сохранение окружающей природной среды.

Четвертый и наиболее широкий подход к установлению сущности понятия «социальная ответственность» охватывает круг интересов персонала предприятия, стейкхолдеров и экологическую компоненту (авторы Ю. С. Братишко [14], Ш. М. Валитов, В. А. Мальгин [15], Е. Бриндзя [16] и др).

Разнообразие определений и существование различных подходов к трактовке понятия «социальная ответственность предприятия» доказывает актуальность дискуссии для современной науки и практики ведения бизнеса, внимание к данному вопросу. Однако можно выделить основные аспекты, которые отражают сущность КСО:

- юридическая и социальная ответственность организации по отношению к стейкхолдерам;
- социальные аспекты взаимоотношений с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- развитие организации, что подразумевает реструктуризацию и проведение организационных изменений с вовлечением руководства, персонала и общественных организаций;
- ответственная политика по отношению к сотрудникам, внимание к различным сторонам развития персонала;
- экологическая ответственность, разработка и осуществление экологической политики, экономичное применение природных ресурсов;
- взаимодействие с некоммерческими организациями, местными властями и государственными структурами для решения возникающих социальных вопросов.

На наш взгляд, наиболее точно сущность понятия «корпоративная социальная ответственность» отражена в комплексном подходе, поэтому целесообразным представляется уточнить содержания данного понятия через призму именно этого подхода. Корпоративная социальная ответственность – это деятельность, направленная на совершенствование результатов функционирования предприятия путем соблюдения этических норм и правил, удовлетворения потребностей общества, сотрудников, тесного сотрудничества с заинтересованными сторонами, взаимодействия с государственными структурами, минимизации отрицательного влияния на окружающую среду.

Настоящий этап развития общества привел к осмыслению ценности и уникальности окружающей природной среды, исчерпаемости и невозможности возобновления ресурсов, необходимости сохранения здоровья населения. Такое осознание вынуждает общество, как одну из основных заинтересованных сторон, выдвигать все более серьезные требования к компаниям в области экологичности, эффективности и экономичности при производстве их продукции и предоставлении услуг. Государственные органы со своей стороны и под давлением общественности в различных странах мира не могут оставаться равнодушными к проблематике КСО, и на уровне законодательства

устанавливают необходимые требования в области качества, тем самым оберегая интересы потребителей и благополучие общества.

В заключение отметим, что распространение концепции КСО в современном мире и осознание необходимости ее реализации всеми участниками бизнес-процессов положительно влияет на взаимодействие бизнеса и общества. Это мотивирует все большее число предприятий производить качественный товар или оказывать услуги, которые будут не только отвечать обязательным требованиям и стандартам, но и учитывать интересы ближнего окружения, общества в целом, планировать деятельность на долгосрочную перспективу, укрепляя свой положительный имидж и претворяя гуманистические принципы в жизнь.

На основании проведенного анализа можно заключить, что проблематика терминологии КСО, эволюция этого понятия и особенности ее воплощения в жизнь в различных организациях является острым вопросом современных рыночных отношений. Актуальность исследований и внимания к КСО связана с происходящим изменением парадигмы, а именно мнения общества о смысле функционирования бизнеса. На фоне этого, не только крупные компании, но и небольшие структуры начинают рассматривать свою миссию в более широком масштабе.

Таким образом, можно утверждать, что развитие концепции КСО, изучение различных форм ее проявления в современных условиях и эффективных инструментов реализации является динамичной сферой и представляет интерес для исследований в дальнейшем.

Список использованной литературы:

1. Кузьмичева С.Ю. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности / С. Ю. Кузьмичева // Молодой ученый. – 2019. – № 10 (248). – С. 115-118. – URL: <https://moluch.ru/archive/248/57056/>
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции : монография / Ю. Е. Благов. – 3-е изд. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2015. – 272 с.
3. Carrol A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct BUSINESS & SOCIETY // A.B. Carroll. – 1999. – Vol. 38. – No3.
4. Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления // Искусство управления. – 2011. – № 4. – С. 45-55.
5. Бахтурина Ю.И. Понятие корпоративной социальной ответственности в различных аспектах исследования / Ю.И. Бахтурина // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 10. – С. 52-62. – URL: <https://meps.econ.vsu.ru/meps/article/view/457/1114>
6. Затейщикова О.А. Этапы формирования стратегии социальной ответственности бизнеса / О. А. Затейщикова // Бизнес Информ. – 2014. – № 2. – С. 200-205.
7. Мамонова В. Механизмы совершенствования социальной ответственности бизнеса в Украине / В. Мамонова, Е. Озерова // Публичное

управление: теория и практика : сб. науч. тр. -Харьков : ДокНаучнГосУпр, 2010. – Вып. 2. – С. 120-124.

8. Пилипенко Ю.И. Социально-ответственное поведение бизнеса: сущность и условия формирования в Украине / Ю.И. Пилипенко, Г.Н. Пилипенко // Экономический вестник Национального горного университета. – 2014. – № 4. – С. 28-35.

9. Гнатъева Т.Н. Социальная ответственность бизнеса как инструмент эффективности корпоративной стратегии / Т.Н. Гнатъева // Вестник Черниговского государственного технологического университета. Серия «Экономические науки». – 2014. – № 2. – С. 35-44.

10. Царик И.Н. Инструменты и принципы государственного регулирования социальной ответственности бизнеса / И.Н. Царик // Экономическое пространство : сб. науч. тр. - Днепропетровск : Изд-во ПДАБА, 2012. – Вып. 68. – С. 120-126.

11. Кошелева Е. Социальная ответственность бизнеса: опыт внедрения, характерные черты и особенности / Е. Кошелева, О. Воробьева // Вестник экономической науки Украины. – 2010. – № 1. – С. 51-56.

12. Хома Н.М. Социальная ответственность бизнеса как форма взаимодействия / Н.М. Хома, О.П. Мишковская // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. – 2013. – № 12. – С. 214-217.

13. Социальная ответственность: теория и практика развития. – Киев : Изд-во КНЭУ 2012. – 501 с.

14. Братишко Ю.С. Исследование сущности и уровней социальной ответственности фармацевтического бизнеса / Ю.С. Братишко // Молодой ученый. – 2014. – № 1 (04). – С. 147-150.

15. Валитов Ш. М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин. – М. : Экономика, 2009. – 207 с.

16. Бриндзя Е. Основные аспекты формирования корпоративной социальной ответственности предприятий / Е. Бриндзя // Галицкий экономический вестник. – 2014. – Т. 44. – № 1. – С. 77-81.