

## ЭВОЛЮЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

**Хачатурян К.С.,**

доцент кафедры экономических теорий и  
военной экономики Военного университета,  
кандидат экономических наук, доцент

*В статье раскрываются особенности концепции социальной ответственности бизнеса как системы, закономерно обеспечивающей повышение эффективности общественного воспроизводства и конкурентоспособности национальной экономики на инновационной основе, базовым элементом которой являются инвестиции в человеческое развитие. Исследована эволюция представлений о социальной ответственности бизнеса в экономической науке, проанализирована сущность и функции реализации социальной ответственности бизнеса.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса; эффективность общественного воспроизводства; социальные инвестиции; человеческий капитал.

UDC 330.322.3

## THE EVOLUTION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

**Khachaturian K.S.,** reader of economic theories and  
military economy of Military University,  
candidate of Science (economic), docent

*This paper describes the peculiarities of the concept of corporate social responsibility as a system naturally to boost efficiency of social production and competitiveness of the national economy on the basis of innovation, the basic element of which is investment in human development. The evolution of the concept of corporate social responsibility in economic science, analyzed the nature and function of the implementation of social responsibility.*

**Keywords:** corporate social responsibility, the effectiveness of social reproduction, social investment, human capital.

Рыночная система хозяйства за многовековую историю своего существования прошла путь от классического капитализма с его стремлением к максимизации прибыли любой ценой, с имманентно присущим ему диалектическим противоречием между трудом и капиталом, к социально-ориентированной экономике,

когда прибыль создается работником, имеющим альтернативные источники дохода, а человеческий капитал превращается в важнейший интеллектуальный ресурс.

Возрастание роли ответственности бизнеса в обеспечении устойчивых конкурентных преимуществ национальной экономики связано с социальной ориентацией рыночного хозяйства на постиндустриальном этапе развития. Научно-технический прогресс и быстрое обновление знаний, которые лежат в основе информации о новых, более современных и производительных технологиях, ведут к интеллектуализации производства и требуют увеличения затрат общества на подготовку высококвалифицированной рабочей силы. Бизнес вынужден принять на себя значительную часть этих затрат, поскольку его собственное развитие находится в прямой зависимости от качества и инновационных возможностей человеческого капитала.

Интеллектуализация человеческого капитала привела к появлению совершенно новых форм социально-трудовых отношений между наемным работником и предпринимателем: собственник интеллектуального капитала, даже работая по найму, является уже не столько исполнителем, сколько партнером по бизнесу – часто имеет в нем долю и участвует в его управлении. Принципиально иное положение наемных работников по отношению к владельцам материальных факторов производства является объективной причиной распространения социальной ответственности бизнеса в условиях рыночной системы хозяйства.

Расширение и углубление рыночных отношений в условиях глобализации мировой экономики также заставляет бизнес быть социально ответственным. Глобализация рынков, увеличение числа игроков на них и рост конкуренции обусловили постоянный рост транзакционных издержек, минимизировать которые возможно на основе создания формальных институтов согласования интересов между всеми основными участниками рыночных отношений: бизнесом, государством, обществом. В этих условиях бизнес вынужден брать на себя ответственность за многие направления развития общества, напрямую никак не связанные с его хозяйственной деятельностью (экология, социальные программы в

области образования, здравоохранения, охраны труда, культуры, спорта).

В основе общественного развития лежит разрешение противоречия между формами собственности и развитием производительных сил. Фундаментальные основы модификации экономических систем заложены в характере общественного производства. Товарное производство, базирующееся на законах трудовой собственности и характеризующееся присвоением результатов частного труда, эволюционно превращается в капиталистическое производство. Последнее базируется на законах капиталистического присвоения и совершенствуется за счет распоряжения результатами обобществленного труда.

На определенном этапе товарное производство перестает быть эффективным, о чем свидетельствует практика развитых капиталистических стран на примерах, усиливающих всю глубину финансовых кризисов, и на обострении социальных противоречий. Капитал, испытывая сложности функционирования, начинает искать выход эмпирическим путем, и практика начинает подсказывать возможные пути решения проблемы. В системе вызревают новые структуры капитала, возможно с новыми деловыми характеристиками, выдвигая бизнес как наиболее перспективную структуру субъектов хозяйствования, обеспечивающую жизнеспособность системы.

Знания и информация становятся основными стратегическими ресурсами экономической деятельности, а конкурентоспособность бизнеса напрямую зависит от способностей, образования, навыков и здоровья работников. Осознавая значимость интеллекта, бизнес вынужден принимать меры к его сохранению, поскольку именно интеллект дает бизнесу перспективу развития. Социальная ответственность бизнеса не может подразумевать только определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы организации и достижение коммерческого успеха путями, основанными на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде, тем более носить принудительный характер. В последнее время экономическая наука все больше склоняется к мнению, что осознание того факта, что прибыль не является единственной и, может быть, главной целью организаций, приводит к росту социально-ответственных

инвестиций, одной из главных целей которых, помимо получения прибыли, является максимально полный учет интересов третьих сторон [1].

Социально ответственный бизнес можно определить как экономическую деятельность, ориентированную на получение не только прибыли (дохода), сколько на достижение экономического и социального эффекта от этой деятельности. Она характеризует новую философию бизнеса как системы принципиально новых экономических отношений социума.

Целью социально ответственного бизнеса является развитие человеческого капитала с точки зрения качества его базы знаний как единственного условия развития технoемких и информационных производств.

Сущность и функции социально ответственного бизнеса логично рассматривать, исходя из структуры социально ответственного бизнеса и эффективности его реализации. Выполнение функций социальной ответственности любого уровня (микро-, отраслевого, макро-, мегауровней) осуществляется на основе создания структуры, отражающей производственную и инвестиционную стратегию бизнеса.

Следует подчеркнуть, что сущность экономической категории проявляется через ее функции. При этом каждая функция выражает одну из сторон сущности, а реализация функций в полном объеме возможна при «вызревании» материальных, социально-политических и юридических основ.

Функции по формированию «экономического поля» социально ответственного бизнеса складываются на всех уровнях общественного воспроизводства. Изначально исходными можно считать функции социально ответственного бизнеса *на микроуровне*:

- создание условий стабильного роста денежных потоков;
- сохранение права собственности на качественный трудовой ресурс;
- рост эффективности производства (снижение затрат на единицу выпущенной продукции).

Получение прибыли является результирующим показателем перечисленных функций. Кроме того, уже на уровне фирмы функционально социальная от-

ветственность бизнеса начинает формировать среду успешного общества, имеющего уверенность в собственных силах и возможности самореализации.

*На отраслевом уровне* социально ответственный бизнес выполняет функции:

- анализа внешней среды с позиции ее социальных характеристик;
- создания партнерских форм бизнес-ответственности;
- формирования рыночного равновесия факторов производства.

*На макроуровне* – это функции:

- осуществление бизнес-структурами миссии успешного общественного развития (реализация экономической идеологии социально ответственного бизнеса);
- формирование гражданской ответственности всех членов общества.

*На мегауровне* основные функции социально ответственного бизнеса связаны:

- с обеспечением конкурентоспособности национальной экономики в мировом сообществе;
- созданием условий вызревания партнерского сотрудничества в использовании мировых ресурсов и межнациональных ресурсов планеты.

Все перечисленные функции отражают степень зрелости социальной ответственности бизнеса и всегда будут иметь варианты оптимистического или пессимистического развития. Перечисленные функции находят свое отражение в структуре социально ответственного бизнеса.

С позиции закономерности тенденций развития социально ответственного бизнеса можно предвидеть его глобальную роль – через развивающиеся направления социального инвестирования, которое может превратиться в фундамент мирного сосуществования мирового сообщества. «Примерно в 2040 – 2050-е гг. большая часть мира сольется в единую конфедерацию: его политическая карта и структура будут отчасти напоминать Европейский Союз или Соединенные Штаты Америки. Благодаря этому остроту кризисов удастся серьезно уменьшить. Мир будет управляться децентрализованно, что позволит, с одной стороны, при-

нимать максимально оперативные и взвешенные решения, а с другой – снизит остроту многих конфликтов и позволит отдельным культурам развиваться свободно» [2].

Следует различать экономическую и управленческую природу социально ответственного бизнеса при несомненном понимании их диалектической взаимосвязи. Экономическая природа социально ответственного бизнеса определяется сутью бизнеса как такового: получение экономического и социального эффекта от любой социально ответственной деятельности предпринимателя. Управленческая сторона социально ответственного бизнеса характеризует его содержание с точки зрения объективного требования участия бизнеса в общественно-экономическом развитии в целях сохранения права собственности на капитал.

Эту сторону корпоративной социальной ответственности (КСО) еще в 1953 г. отметил Г. Боуэн в работе «Социальная ответственность бизнесмена». По его мнению, социальная ответственность бизнесмена состоит в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества» [3].

Позже К. Дэвис привел убедительные доводы необходимости исследования проблемы социальной ответственности бизнеса в управленческом аспекте. Он подчеркивал, что эта ответственность имеет отношение к тем «решениям и действиям бизнесменов, которые осуществляются по причинам, по крайней мере, частично выходящим за пределы прямого экономического или технического интереса фирм. Причем некоторые социально ответственные решения в бизнесе могут быть в ходе длительного, сложного процесса анализа объяснены как предоставляющие хороший шанс для получения фирмой долгосрочного экономического эффекта» [4]. В 1975 г. К. Дэвис и Р. Бломстром определяют КСО как «обязанность лиц, принимающих решения, предпринимать такие действия, которые будут направлены не только на удовлетворение их собственных интересов, но также на защиту и приумножение общественного богатства» [5].

Содержание явления КСО было уточнено Дж. Мак Гуиром: «Корпорация имеет не только экономические и правовые обязательства, но несет и некую от-

ветственность перед обществом, выходящую за их пределы» [6]. В свою очередь, С. Сети, пытаясь согласовать экономическую и социальную ответственность бизнеса, указывал, что КСО «предполагает выведение корпоративного поведения на уровень, соответствующий превалирующим социальным нормам, ценностям и ожиданиям» [7].

Главной задачей высшего менеджмента компании будет всегда разрешение различных и отчасти противоречивых интересов. С одной стороны, желание избежать лишних трат, не направленных на снижение себестоимости выпускаемой продукции (в том числе затрат, связанных с образованием, повышением квалификации, охраной труда работников), с другой – получение прибыли от нематериального актива – интеллектуальной деятельности высокообразованных, квалифицированных работников, способных быстро принимать правильные решения. Поскольку особенно рассчитывать на привилегированный доступ к рынкам капитала в ближайшие годы большинству компаний не приходится, главной задачей высшего менеджмента будет сохранение и усиление конкурентоспособности компаний через упрочение профессионализма персонала и качества коллективного знания. Социальная ответственность бизнеса превращается в жизненно важный фактор конкуренции в экономике развитых стран мира.

Таким образом, возникнув как единичное событие (на микроуровне) в виде индивидуальных социальных программ, социальная ответственность бизнеса на рубеже XX – XXI в. превратилась в массовое явление, обязательное условие эффективного развития общественного воспроизводства.

Социально ответственный бизнес отражает объективно существующую, прочную, глубинную, непрерывно повторяющуюся связь модификации социально экономических систем в результате поступательного развития производительных сил. Тем самым создаются возможности для эффективного развития производства – основы стабильности взаимодействия бизнеса и общества, в первую очередь за счет интеллектуализации человеческого капитала.

Бизнес, создавая новые механизмы и инструменты ответственности за ресурсы, и в первую очередь за человека, становится системой отношений по пово-

ду их эффективного использования, формирования интеллектуального человеческого капитала.

## Литература

1. *Шляев А.* Венчурный капитал, социально ответственные инвестиции и феномен технологий. *Философия хозяйства // Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова.* 2004. № 5(35). Октябрь-ноябрь 2004. С. 76-89.
2. *Technology's Promise. Expert Knowledge on the Transformation of Business and Society.* [Электронный ресурс]. – [2009]. – Режим доступа: <http://www.palgrave.com>.
3. *Bowen H.R.* *Social Responsibilities of the Businessman.* – N.Y.: Harper & Row, 1953. – P. 6.
4. *Davis K.* Can business afford to ignore social responsibilities? // *California Management Review*, 1960. – № 2(3). – P. 70.
5. *Davis K., Blomstrom R.* *Business and Society: Environment and Responsibility.* – N.Y. : McGraw Hill, 1975. – P. 176.
6. *McGuire J.W.* *Business and Society.* – N.Y.: McGraw Hill, 1963. – P. 144.
7. *Sethi S.P.* Dimensions of corporate social performance: An analytical framework // *California Management Review*, 1975. – № 17. – P. 62.