

УДК 332.01
DOI: 10.26140/anic-2021-1002-0044



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ

© Автор(ы) 2021
ORCID: 0000-0003-2316-1125

МАМЕДЛИ Фидан Имран кызы, диссертант кафедры экономики

Бакинский государственный университет

(1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23, mammedly94@gmail.com)

Аннотация. В статье дается анализ базовых понятий относительно понимания социальной ответственности в сфере бизнеса. Проблема изложена в рамках имеющихся экономических теорий и моделей экономического развития. Определены составные элементы социальной ответственности современных малых и средних предприятий, что связано с характером и сферой их деятельности и налаженными связями с местным населением. Выявлены факторы, мешающие добровольной помощи предприятиям малого и среднего бизнеса в развитии окружающей среды и улучшению общественного благосостояния. Имеют значение социальные стереотипы и представления о ведении бизнеса, традиции и устоявшиеся сферы его деятельности, а также ограниченность ресурсов, причем как у потребителя, так и бизнесменов. Вопросы добровольной интеграции в свои бизнес-планы вопросов экологии и социального развития связаны с общей благоприятной общественной средой, в которой действуют организации бизнеса. Имеет значение и общественное мнение о руководстве бизнес-организаций и их деятельности в целом. Следует повысить внимание к данной проблеме СМИ и НПО.

Ключевые слова: бизнес, социальная ответственность, мелкий и средний бизнес в Азербайджане, парадигмы проблемы.

SCIENTIFIC AND THEORETICAL BASES OF THE PROBLEM OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS

© The Author(s) 2021

MAMMADLI Fidan Imran, Dissertation candidate at the Department of Economics

Baku State University

(1148, Azerbaijan, Baku, Z. Halilov str., 23, mammedly94@gmail.com)

Abstract. The article analyzes the basic concepts regarding the understanding of social responsibility in the field of business. The problem is stated within the framework of existing economic theories and models of economic development. The constituent elements of social responsibility of modern small and medium-sized enterprises have been identified, which is associated with the nature and scope of their activities and established ties with the local population. The factors that hinder voluntary assistance to small and medium-sized enterprises in the development of the environment and improvement of public welfare are identified. Social stereotypes and ideas about doing business, traditions and established spheres of its activity, as well as limited resources, both among consumers and businessmen, matter. The issues of voluntary integration of environmental and social development issues into their business plans are linked to the general favorable social environment in which business organizations operate. Public opinion about the management of business organizations and their activities in general is also important. It is necessary to increase attention to this problem by the media and NGOs.

Keywords: business, social responsibility, small and medium business in Azerbaijan, paradigms of the problem.

Введение. Понятие ответственности есть в каждой сфере жизнедеятельности, в том числе в сфере бизнеса. Прежде, чем определить содержание социальной ответственности в сфере бизнеса, уточним, что входит в понимание социальной ответственности. В целом ответственность означает согласен нести на себе определённые обязанности при выполнении какой-либо функции в некоторой сфере жизнедеятельности. Понятие ответственности носит как индивидуальный, так и коллективный характер. Индивидуальный характер носит в том случае, если человек выполняет определенные обязанности, связанные со своей личностью, здоровьем и в целом с судьбой. При этом здесь ответственность носит относительно индивидуальный характер, поскольку человек живет в обществе и быть свободным от общества не может. Это – известная истина. Вместе с тем мы можем выделить и указанный вид ответственности, то есть индивидуальную. У социальной ответственности намного больше и шире сфера деятельности, что связано с многообразием социальных форм жизни. В этом случае можно говорить об ответственности корпоративной, экономической, политической, нравственно-духовной, идеологической, этнической, и так далее.

Многообразие видов ответственности говорит о том, что различные сферы жизнедеятельности людей подразумевают различные функции, которые обуславливают обязанности и права людей, затем отражающихся в понятии ответственности.

Круг задач, выполняемых индивидами в процессе своей жизнедеятельности, определяет также и долю их ответственности. Известно, что чем шире круг обязанностей, тем выше ответственность. Вместе с тем в процессе управления на разных её ступенях формируется не

только ответственность, но и круг прав, которых также становится больше по мере восхождения на более высокую ступень. В итоге широкий объем прав предполагает также и широкий объем обязанностей, которые, в конечном счёте, обуславливают ответственность. Отсюда большая ответственность стоит перед руководителями различных ведомств, министерств, высших эшелонов власти.

Если говорить об ответственности в сфере бизнеса, то следует учитывать, что здесь бизнес также развивается в разных масштабах и на разных уровнях. Известно, что бизнес бывает мелким, средним и крупным. Соответственно, и степень ответственности по мере расширения бизнеса становится больше. С чем это связано? Выполняемый круг задач связан, как правило, с исполнением потребительских запросов населения. Естественно, что этими запросами можно манипулировать. Хотя вопросы манипуляции не являются непосредственными предметом рассмотрения в данной статье, следует отметить, что идеология каждой организации, связанной с бизнесом, обуславливает понимание ими своей ответственности. При этом посредством различных технологий управления можно добиться необходимого авторитета и уважения среди потребителей, порой степень и уровень которых даже не имеет никакого основания.

Цель и задачи исследования. В данной статье на основе анализа и обобщения имеющихся научно-теоретических подходов к проблеме предполагается рассмотрение современного содержания социальной ответственности в сфере мелкого и среднего бизнеса в Азербайджане. К исследованию будут привлечены также и статистические данные, итоги исследования различных экспертов

по проблеме.

Основные методы и подходы. Концептуальный подход связан с современной парадигмой экономической науки, основанной на системном анализе и учете всех ее составных частей, а также с современными моделями макроэкономического развития, применяемых в ведущих странах мира, учетом влияния исторических традиций развития той или иной сферы экономики и социальных отношений в обществе.

Понятие социальной ответственности в социальных и гуманитарных науках. По мере развития социальных отношений ответственность становилась центральным звеном в поведении человека, связанным с исполнением определённых обязанностей перед обществом. Это нашла отражение уже в мифах и легендах древних времён. К примеру, в качестве высочайшей ответственности можно привести образец поведения Прометея, который принёс огонь людям, даже несмотря на наказание, которое он впоследствии за это получил [1]. То есть бескомпромиссность, поступок во имя высших целей, в рамках общечеловеческих нравственных критериев также есть проявление высочайшей ответственности в социальном плане. Именно так поступали ещё с древних времён пророки, политические лидеры, в целом люди, которые стремились всегда быть впереди своими поступками и делами во имя других людей. Жертвенные поступки характеризовали сильных личностей, которые могли переступить через свои личные интересы во имя интересов окружающих их людей. Есть многочисленные сказания, эпосы у разных народов, где главный герой как раз олицетворяет подобные качества и совершает поступки, которые благотворно сказываются в последующем на жизни и деятельности всех людей его окружения.

В реальной жизни, в историческом развитии мы также встречаем руководителей различных народных движений, как политических, так и религиозных, которые в конечном счёте завоевывают народную любовь именно благодаря своей бескорыстной деятельности во имя общего блага. К примеру, можно назвать имена Томаса Мюнцера в Западной Европе [2], Гачаг Наби или Кероглу на Востоке, в том числе в Азербайджане [3], и т.д. Таким людям достаточно лишь общественного признания и уважения. Именно это является для них высшей ценностью.

В хозяйственной деятельности людей также имеются многочисленные факты проявления социальной ответственности. Ещё примитивные формы хозяйственной деятельности уже предполагали совместное решение многих сложных проблем. До сих пор в сельской местности в Азербайджане есть обычай помогать друг другу в сельскохозяйственных работах, в строительстве и ремонте жилых помещений, других построек, в организации быта, свободного времени, а также при чрезвычайных обстоятельствах и событиях. Подобная форма взаимопомощи отражается и в художественной литературе, в качестве примера можно обратиться к книге австралийской писательницы Колин Маккалоу «Поющие в терновнике», где в условиях пыльной бури соседи скотоводы оказывают друг другу посильную и незамедлительную помощь [4]. Это и есть проявление социальной ответственности.

Отсюда, понятие социальной ответственности, взятое в общесоциальном смысле, фактически можно отождествить с понятием общественного долга. Его осознание и исполнение и есть реализация ответственности. Реализация же ответственности имеет тонкую грань между тем, что можно и должно делать, отсюда проблема свободы воли, свободы совести и нравственного выбора. Как видно, в данной нравственной категории переплетаются такие стороны человеческой жизни, как нравственное сознание, моральные и правовые нормы человеческого общежития, материальные и духовные потребности, уклад и образ жизни. Воспринимать от-

ветственность как веление время удастся не каждому. Есть уход от ответственности, связанный с боязнью последствий и обязанностей, есть боязнь ответственности, что говорит о характере и условиях жизнедеятельности группы, человека или всего общества, причем эти качества могут быть умело скрыты под фальшивыми вывесками различных идеологических, патриотических, деловых высказываний. Технологии обработки сознания масс достигли с формированием огромного массива ИКТ невероятного масштаба и гибкости.

В особенности такие призывы часто слышатся в период предвыборных кампаний, связанных с политическими процессами или какими-либо новыми экономическими проектами, связанными со строительством новых предприятий, где остро стоят вопросы экологической безопасности и охраны окружающей среды. Научный интерес к данной проблематике все время растёт, поскольку есть необходимость обоснования тех или иных позиций в социально-экономическом моделировании и планировании, реализации проектов экономического развития.

Среди многочисленных направлений в изучении проблем ответственности в духовно-нравственном, педагогически-психологическом, социально-политическом и правовом аспектах, по которым имеется достаточно обширная литература как в Восточной, так и Западной Европе, следует отдельным блоком выделить исследования по социальной ответственности в сфере экономики. Следует отметить, что на общее состояние социальной ответственности в обществе влияет и современный виток развития цивилизации, когда потребности в общественной ответственности не ассоциируются с духовно-нравственным потенциалом личности, у которой на первый план выходят, прежде всего, свое осознание личной свободы, своих широких демократических прав, и на второй план отходят критерии и потребности общественного развития, в условиях растущей взаимозависимости и единства [5; 6].

Немалое место в теоретических разработках занимают исследования по вопросам экономической ответственности [7; 8]. В экономической теории еще со времен Адама Смита считалось, что государство должно минимальным образом вмешиваться в экономику. Рыночное самоуправление должно формироваться на основе свободных цен, складывающихся в зависимости от спроса и предложения под влиянием конкуренции. Монетаризм, протекционизм, физиократы, марксизм, маржинализм – все эти теории носили в основном микроэкономический характер, проблемы экономики рассматривались в рамках конкретных окружающих условий, связанных с торговлей, сельским хозяйством, золотым запасом, и так далее. С началом деятельности Джона Кейнса сформировалась идея о том, что развитие экономики должно учитывать все подходы и социальные факторы, связанные с этим процессом. Учет возможностей всего народного хозяйства в целом получил название макроэкономический подход, или же кейнсианство. Между тем, по мере развития мировой экономической системы и конкретных направлений в каждой отдельно взятой стране становятся очевидными отрицательные черты маржинализма, когда основные черты развития экономики связывались с абстрактными рассуждениями, административными методами управления, что, в конечном счёте, выявило несоциальный характер данной экономической модели.

Стало понятно, что характер экономического развития определяет вся совокупность экономических институтов страны или мира в целом. Предметом экономической науки становится производство, обмен, распределение и потребление материальных благ, связанных с бесконечными потребностями людей. Отсюда, на первый план выдвигается идея социально-экономической ответственности, поскольку невозможно строить производство лишь на удовлетворении запросов произ-

водителя. То есть важным стимулом и двигателем экономического развития является не нажива, а удовлетворение социально-экономических потребностей с учётом структуры потребления граждан и их экономического поведения. Три ветви классической экономической науки – неоклассицизм, неолиберализм и монетаризм, – представляют взаимосвязь экономики и общества на уровне невмешательства государства в дела бизнеса и производства, где развитие поставлено в прямую зависимость от законов рынка и конкуренции.

Однако со временем формирование идей Д. Кейнса и его последователей становится ясным, что развитие экономических институтов связано, прежде всего, с техническим прогрессом, спросом, циклическими колебаниями в экономическом развитии и необходимостью установления здесь динамического равновесия. Предполагалось не просто отстранение государства от вопросов развития экономики, а необходимость управления государством этим процессом путем создания конкретных программ государственного регулирования экономики [12]. Это означало, что на первый план выдвигаются уже интересы потребителей, и вопрос спроса и предложения регулируется, прежде всего, в направлении спроса. Регулирование экономики ещё ближе продвинулась посредством третьего направления современной экономической теории, которое называется институционально-социологическим. Представители данной теории считают, что к субъектам экономических отношений следует относить не только экономические, но и внеэкономические институты. В рамках экономических институтов представители этой теории выделяют государство, профсоюзы, национальные традиции, юридические нормы, семейный уклад, и так далее. В рамках этого подхода разрабатывается теория прав человека (Р. Коуз) [9], теория общественного выбора (Д. Бьюкенен) [10], теория человеческого капитала (Б. Беккер) [11]. Авторы подходов стремятся обосновать идею о том, что в системе экономических отношений человеческий фактор всё более выходит на первый план и впоследствии, в конечном счёте, общество будет ориентировано на всестороннее развитие личности. А это и есть формирование социальной ответственности, как у представителей экономических кругов, так и у тех, кто управляет государством и отдельными сферами общественной жизни.

Бизнес как сфера социальной ответственности. Вопросы экономической ответственности тесно связаны с правовыми условиями функционирования экономической организации или экономического предприятия. В этом плане структура управления экономикой построена прежде всего на правовых актах и документах. Кроме того, значительную часть содержания экономической социальной ответственности составляет ограниченность ресурсов и необходимость при этом выбора. В условиях растущей взаимозависимости и глобализации в целом вопросы социальной ответственности занимают все более значимое место в идеологии отдельных корпораций и компаний. Это также затрагивает и сферы малого и среднего бизнеса, которые, формируясь, составляют значительную основу для функционирования экономических связей и отношений.

В Азербайджане деятельность малых и средних организаций по бизнесу имеет под собой солидную историческую основу в виде традиций ведения этих форм бизнеса. Поскольку связь бизнесменов с социальной средой здесь более непосредственная, то вопросы ответственности за свою деятельность имеют реальное выражение в следующем: производство и реализации производимой продукции более тесно связаны с потребительскими интересами населения и более точно учитывают их; баланс между спросом и предложением отражается здесь на ценовой политике, то есть он более гибкий и учитывает потребительское поведение населения; решаются вопросы обеспеченности рабочими местами, оказывается определенная благотворительная помощь, и проч.

Факторы расширения социальной ответственности в бизнесе. Вопросы развития социальной ответственности в бизнесе в Азербайджане на сегодняшний день решаются во многих направлениях. К примеру, на экономических факультетах вузов читаются курсы корпоративной социальной ответственности, во многих крупных и средних компаниях и фирмах эта проблема отражена в организационной культуре на уровне идейных принципов развития и т.д. Так, «Gilan Holding создал рабочую среду, которая привлекает высококвалифицированных специалистов, повышает их мотивацию и непрерывно развивается. Производственная среда компании регулируется механизмом, который стимулирует права работников, здоровье и безопасность, возможности карьерного роста, высокие этические стандарты и профессионализм, сформированные благодаря неконфликтной политике. Это, конечно, показывает, что корпоративная социальная ответственность находится на правильном пути» [14]. То есть сам процесс функционирования организации в рамках соответствующего законодательства и уставных документов уже есть выражение социальной ответственности.

Одним из направлений формирования социальной ответственности в бизнесе является помощь неправительственным организациям в их развитии. Считается, что в этом направлении важно принять необходимую законодательную базу и предпринять ряд шагов для поощрения (например: поручить налоговому органу выделять определенный процент налогов, уплачиваемых частным сектором, неправительственной или гуманитарной организации и т.д.). Для регулирования отношений в этой сфере в Азербайджане сначала должен быть принят закон о корпоративной социальной ответственности. В целом, НПО также должны играть решающую роль в формировании и развитии корпоративной социальной ответственности. Исследования и анализ показывают, что существует серьезная потребность в повышении осведомленности как среди бизнеса, так и среди НПО в области корпоративной социальной ответственности в Азербайджане [13].

Другим направлением функционирования предприятий и организаций малого и среднего бизнеса является налаживание социальных связей с внешней средой через Паблик Рилейшн, то есть связи с общественностью. При этом налаживаются связи с местными органами власти, оказывается посильная помощь в самых разных направлениях, то есть формирование здоровой экологической среды, ремонт школ и детских садов силами организации, направление на учебу по профессиям, необходимым для функционирования организации в свои и зарубежные вузы, работа с пожилыми и одинокими, работа по определенным направлениям социальной работы, и т.д.

Вместе с тем в данном направлении еще предстоит сделать немало. В частности, должна быть обеспечена здоровая конкуренция между предприятиями и организациями бизнеса, правильное распределение и использование различных ресурсов, в том числе природных. Начать необходимо с правовой грамотности бизнесменов, исполнения всех необходимых указов относительно своей деятельности. Именно это и является ведущим направлением социальной ответственности, то есть отказ от мошенничества в работе с потребителями, партнерами, это исключение из деятельности бюрократии, взяточничества, злоупотребления служебным положением, а также преступной деятельности. Здесь большое значение имеет деятельность контролирующих органов (прокуратура, полиция, местные органы власти, неправительственные организации) и самого населения. Все зависит от открытости, прозрачности деятельности бизнес-организаций, что обеспечивается также вниманием органов СМИ, социальных сетей, НПО и т.д.

Выводы. Вопросы обеспечения социальной ответственности в сфере бизнеса связаны с исторически сло-

жившимися условиями деятельности бизнес-организаций, а также политико-правовой базой общества, также обеспечивающей эту деятельность. Общественное сознание также должно быть готово к социальным ожиданиям, связанным со статусом бизнеса, как сферы деятельности. Формирование гражданского общества и правового государства создает необходимые предпосылки для роста социальной ответственности в сфере бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рене Менар. Мифы древней Греции в искусстве // <http://zaumnik.ru/mifologija/mify-o-prometee.html>
2. Томас Мюнцер // <https://www.thomasmuentzer.de/ru>
3. Кёроглу. Азербайджанский народный эпос. — Баку: Изд-во АН Азербайджанской ССР, 1959. — 388 с.
4. Колин Маккалоу. Полющие в терновнике. М.: Акт, 2006. 608 с.
5. Пашина О.Е. Социальная ответственность личности в современном обществе. Автореф. дис. канд. филос. наук. Нижний Новгород: 2007. — 32 с.
6. Карпухин С.В. Социальная ответственность как философская проблема. Автореферат докт.дисс. на соискание уч.степени доктора филос.наук. М.: 2001. 48 с.
7. Муртазин Р.А. Феномен экономической ответственности в современном российском обществе // Реформирование образовательной среды. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 185-летию потребительской кооперации России. Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. 2016, с.61-65
8. Савина Т.Н. Становление и развитие корпоративной социально-экономической ответственности с позиций требований времени и институциональной среды // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2012, № 34 (175), с.55-64
9. Coase, R. H. (1960). "The Problem of Social Cost". // *Journal of Law and Economics*. 3 (1): 1-44
10. Buchanan, James. "Politics Without Romance" *The Collected Works of James M. Buchanan*, vol. 1, *The Logical Foundations of Constitutional Liberty*, 45-59. Indianapolis, IN: Liberty Fund
11. Teixeira, P.N. Gary Becker's early work on human capital – collaborations and distinctiveness. *IZA J Labor Econ* 3, 12 (2014).
12. Абасов Ф. Проблемы мировой экономики в истории экономической мысли // «Вектор науки» Тольяттинского Государственного университета, серия «Экономика и управление», № 3, 2010, с.5-8
13. Корпоративная социальная ответственность и НПО // <https://m.modern.az/az/news>
14. Концепции корпоративной социальной ответственности и социального маркетинга являются неотъемлемой частью деятельности Gilan Holding. // <https://gilanholding.com/company/social-responsibility>

Статья поступила в редакцию 11.01.2021

Статья принята к публикации 27.05.2021