

УДК 316.48

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР
ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

Манусов Н.А

бакалавр,

Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС,

Санкт-Петербург, Россия

Круглова М. А.

доцент, кандидат психологических наук,

Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС,

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация.

В статье рассматривается понятие социальной ответственности бизнеса как фактора предотвращения экономических конфликтов, а также наиболее эффективные механизмы предотвращения экономических конфликтов. Изучены различные механизмы и подходы к предотвращению конфликтов в рамках различных концепций социальной ответственности бизнеса. Представлены выводы о наиболее эффективных механизмах предотвращения экономических конфликтов с помощью социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: конфликт, экономический конфликт, социальная ответственность бизнеса, стейкхолдер, экономические системы.

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS A FACTOR IN PREVENTING
CONFLICTS IN THE ECONOMIC SPHERE**

Manusov N.A.

bachelor,

University at the EurAsEC Interparliamentary Assembly,

St. Petersburg, Russia

Kruglova M. A.

Associate Professor, Candidate of Psychological Sciences,

University at the EurAsEC Interparliamentary Assembly,

St. Petersburg, Russia

Abstract

The article considers the concept of social responsibility of business as a factor in preventing economic conflicts, as well as the most effective mechanisms for preventing economic conflicts. Various mechanisms and approaches to conflict prevention within the framework of different concepts of social responsibility of business are studied. The conclusions about the most effective mechanisms of prevention of economic conflicts with the help of social responsibility of business are presented.

Keywords: conflict, economic conflict, social responsibility of business, stakeholder, economic systems.

Введение.

В настоящее время конфликты переросли односложную структуру и прибрели многосоставной и многогранный характер, теперь влияние конфликта в одной сфере социальной структуры неминуемо ведет к столкновениям в других сферах. В связи с этим в экономической отрасли все больше набирает популярность понятие “социальная ответственность бизнеса” (СОБ) которое ввел в научный оборот американский экономист Г. Боуэн «Социальная ответственность бизнесмена» в 1953 году. [8] В настоящее время социальная ответственность бизнеса является одним из ключевых элементов экономической системы и ее связи с другими. Взаимодействие компаний с различными

контрагентами — от работников и потребителей до местных сообществ и государственных органов — требует не только следования законодательству, но и активного участия в решении социальных, экологических и экономических проблем. Следовательно, СОБ выступает как этический регулятор во взаимодействии между обществом и экономическими структурами, а также участниками рынка. Актуальность данного исследования связана с тем, что в условиях глобализации, усиления неравенства и экологических проблем, наблюдается рост социальной напряженности, выражаящийся в экономических конфликтах, а также в увеличении недовольства потребителей. Компании, являясь активными участниками экономической деятельности, все чаще становятся объектами и участниками этих конфликтов.

Таким образом, следует изучить природу появления социальной ответственности бизнеса, и рассмотреть его как фактор разрешения и предотвращение конфликтов в экономической сфере жизни.

Цель исследования: проанализировать социальную ответственность бизнеса как фактор предотвращения конфликтов в экономической сфере.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что на основании анализа научной литературы возможно выделить механизмы, благодаря которым социальная ответственность бизнеса предотвращает конфликты в экономической среде.

Методология исследования

Стратегия обзора теоретических материалов заключалась в поиске и анализе научных работ по вопросам социальной ответственности бизнеса. К анализу привлекались статьи, монографии и книги на русском и английском языках. Ресурсами поиска материалов послужили онлайн-сервисы текстов научных публикаций Google Scholar, Google Books, academia.edu, eLIBRARY. Поиск производился по ключевым словам: конфликт, экономический конфликт,

социальная ответственность бизнеса, стейкхолдер, экономические системы, сфера труда, бизнес, предпринимательство, юридическая ответственность в бизнесе, этическая ответственность, государство в экономике, общество в экономике, экономические институты и пр. С февраля 2025 года по апрель 2025 года было рассмотрено более 40 научных работ.

Результаты исследования:

Рассмотрим некоторые аспекты, которые наиболее существенны в построении теоретической модели для реализации социальной ответственности бизнеса как фактора предотвращения конфликтов.

Понятие социальная ответственность бизнеса. Особенности и функции.

Изучение бизнеса и его влияние на социальную, а также иные сферы жизни общества масштабно и многообразно в связи с чем стоит ограничить область исследования, и трактовку понятия из-за многопрофильного, а также большого объема данных. Так Арчи Б. Кэрролл, профессор Университета Джорджии считал, что социальная ответственность бизнеса строится на экономических, юридических, этических и дискреционных требованиях, которые общество транслирует на организации в определенный период времени. [7] Каждая категория носит определенный характер и несет в себе определенный набор функций и задач, которые должен решать бизнес. Исходя из вышесказанного под социальной ответственностью бизнеса следует понимать совокупность механизмов, которые используют для взаимного взаимодействия с контрагентами (стейкхолдерами). Стейкхолдеры, в свою очередь, определяются как заинтересованные в каком-либо результате лица или социальные группы, имеющие влияние на решения и действия организаций и корпораций, на которых, в свою очередь, корпорации воздействуют в ответ. [14] Благодаря этому взаимодействию стейкхолдеры и бизнес образуют некий симбиоз.

Таким образом, бизнес берет на себя часть функций общества, а государство и общество регулирует его деятельность законодательно и этически. Вследствие этого выполняется экономическая функция - одна из ключевых функций общества и основной компонент СОБ. Все эти категории взаимосвязаны и влияют не только на экономическую сферу общественной жизни, но и на остальные сферы как: политика, культура, социальное благосостояние общества, что показывает многосторонний характер данного явления, который имеет свои положительные и отрицательные стороны.

Социальная ответственность бизнеса как фактор предотвращения конфликтов в экономической сфере.

В развитии и изучении концепции СОБ в области социологии и бизнеса было проведённое множество теоретических, а также практических исследований. Среди них стоит выделить Фримена Р. Э, Елизавету Гарриг и Доминика Меле, а также ранее упомянутый Арчи Б. Кэрролл. Для выделения основных механизмов предотвращения стоит обозначить, что представляет собой экономический конфликт. Экономический конфликт — это прямое или косвенное противоборство сторон за обладание, распоряжения и использования ресурсов, организации и производство материальных благ или услуг.[1]

Основные механизмы урегулирования и предотвращения экономических конфликтов посредством социальной ответственности бизнеса подразделяются на четыре основные группы: Инструментальные теории, политические теории, интегративные теории и этические теории. Каждая группа имеет собственную трактовку социальной ответственности бизнеса и, как следствие, свой взгляд на реализацию механизмов предотвращения конфликтов. [9]

1. Инструментальные теории

Данные теории интерпретируют социальную ответственность бизнеса как инструмент экономической структуры для достижения максимальной прибыли и

производства экономических благ. В таком случае, единственной задачей бизнеса перед обществом, за которую они несут ответственность, является увеличение прибыли, при этом, не исключая интересы участников экономической деятельности (стейкхолдеров). Таким образом можно сделать вывод о том, что решение экономических конфликтов является вторичным действием по отношению к основной цели и все они сводятся к конфликтам связанными с обладанием экономическими благами и достижением цели.

Данные модели активно применялись до 40-х годов XX века по причине существования лишь ограниченного количества корпораций и единый стиль управления внутри организации. Такие корпорации в погоне за максимизацией прибыли зачастую отвергают этические нормы и нередко пренебрегают юридическими нормами, что негативно сказывается на общественной и политической системе в целом.

В нынешней экономической среде данные системы устарели и не применяются ввиду огромного количества непредвиденных факторов риска, а также изменение глобальной структуры общества и его сфер жизнедеятельности.

2. Политические теории

В контексте данных теорий основное внимание социальной ответственности бизнеса обращается на связь общества и бизнеса, а также власти и ответственности, которую получает бизнес в контексте взаимодействия. В данной группе теорий можно выделить два основных подхода: корпоративный конституционализм и корпоративное гражданство.

Корпоративный конституционализм – это концепция, основная проблематика которой строилась на двух вещах: социальная власть и ее использование. [10] В данной теории социальная ответственность бизнеса используется в качестве связующего звена между социальной, политической и

любой другой властью и обществом, при том, что бизнес в данной структуре имеет четкие инструкции к использованию власти, полученной ими.

Корпоративное гражданство – это концепция, разработанная на основе теории Дж. Локка, [4] об общественном договоре, по которому бизнес получает определенную власть в социальной среде. Но тогда он обязан выполнять запрос общества на те или иные блага, обеспечивающие благоприятную жизнь.

Эти две теории имеют схожие взгляды на экономические конфликты и в отличии от первой группы теорий ставят их решение и предотвращение конфликта в приоритет из-за потребностей общества.

Социальная ответственность бизнеса в данной группе теорий использует законодательные механизмы, выступая связью между обществом, которое дает власть и самим бизнесом которой эту власть получает и реализует. Следовательно, социальная ответственность бизнеса в данном контексте, предотвращает экономические конфликты благодаря масштабной системе прав и обязанностей, которое производит общество с помощью законодательных актов.

3. Интегративные теории

Эта группа теорий рассматривает влияние социальной ответственности бизнеса на общество и интеграцию бизнеса в нем. Выдвигается положение, по которым бизнес и общество неотделимы, рост бизнеса без общества невозможен и, как следствие, без выполнения социального заказа бизнес прибывает в состоянии стагнации. Социальная ответственность бизнеса в данном случае выполняет роль связующего элемента между социальными группами, но в отличие от моделей описанных выше опирается на этическую и правовую сторону вопроса. В конце концов, именно эта группа теорий обращает наибольшее внимание на конфликты и их решение, из-за взаимосвязи с обществом и его запросами и актуальности проблем, которые влияют на динамику общества. Данная теория фокусирует внимание на реальном

положении проблем в обществе и анализирует поступки корпораций показывая конкретные ожидания общества от работы бизнеса. И на основании этого делает социальные запросы на решение конкретных проблем, попадающих под влияние и ответственность бизнеса.

В данной концепции социальная ответственность бизнеса решает трудовые конфликты, связанные с работниками, потребителями и местными сообществами и органами, тем самым выступая регулятором отношений и основным инструментом сбора обратной связи для понимания прогресса выполнения задачи. В настоящее время данная группа теорий активно применяется в крупных компаниях для предотвращения и урегулирования споров, как и во внутренней структуре, так и во внешней среде.

4. Этические теории

Ядром данной группы теорий являются морально-этические нормы с помощью, которых производится оценка тех или иных действий бизнеса. Концепция социальной ответственности бизнеса же сформулирована нечетко по причине ее относительно недавнего возникновения и недостаточного изучения. Эта группа теорий выдвигает основным положением взаимоотношения индивидов и их “фидуциарные отношения” [9,10] в которых учитываются все интересы участвующих в процессе сторон. В таких взаимоотношениях индивиды заинтересованы сами: в них они видят внутреннюю и экономическую, политическую или иную ценность. Можно сделать вывод о том, что социальная ответственность бизнеса выступает как этическо-связующий механизм, давая возможность индивидам создавать социальные контакты и новые социальные подструктуры. В таком случае экономические конфликты регулируются и решаются самими индивидами или участниками взаимоотношений.

Заключение

Подводя итог, необходимо обозначить, что проведенный анализ теоретических материалов позволил выделить механизмы социальной ответственности бизнеса для предотвращения экономических конфликтов. Наиболее эффективным является механизм, предложенный интегративными теориями, отвечающие запросам общества во всех аспектах социальной жизни. Масштабное внедрение данного механизма в экономическую среду позволит избежать серьезных столкновений интересов между бизнесами и обществом, а также улучшит внутреннюю структуру бизнеса. Полученные результаты могут служить теоретической базой для более детального, эмпирического исследования в области социальной ответственности бизнеса как фактора предотвращения экономических конфликтов.

Библиографический список

1. Абдуллаев Н. В. Конфликты в экономике: теория и методология анализа: дис. кандидат экономических наук экономических наук: 08.00.01. - СПб, 2006. - 185 с.
2. Благов Ю. Е. Классика теории менеджмента // Вестник Санкт-Петербургского университета. - 2012. - №1. - С. 109–116.
3. Жилина И. Ю. (2016) Теоретические основы социальной ответственности бизнеса: история, эволюция // КиберЛенинка - 2016 – [Электронный ресурс] - Режим доступа - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa-istoriya-evolyutsiya> (дата обращения: 02.03.2025).
4. Локк Дж Два трактата о правлении. // - пер. с англ. Е. С. Лагутина и Ю. В. Семёнова изд. - Москва; Челябинск: Социум, 2014. - 494 с.
5. Парсонс Т. Социальная система. — М.: Академический проект, 2018. — 529 с.

6. Altman, B. W, D. Vidaver-Cohen Corporate Citizenship in the New Millennium: Foundation for an Architecture of Excellence // Business and Society Review. - 2000. - №105(1). - C. 145-169.
7. Archie B Carroll A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance // Academy of Management Review. - 1979. - №4. - C. 479-505.
8. H. Bowen, “Social Responsibility of the Businessman,” Harper and Row, New York, 1953
9. Garriga E., Mele D Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory // Journal of Business Ethics. - 2004. - № 53, № 1-2. - C. 51–71.
10. Davis, K Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? // California Management Review. - 1960. - №2. - C. 70-76.
11. Davis, K Understanding the Social Responsibility Puzzle//, Business Horizons – 1967 - №10. - C. 45–51
12. Phillips, R. A Stakeholder Theory and a Principle of Fairness // Business Ethics Quarterly. - 1997. - №7(1). - C. 51-66.
13. Frederick, W. C Moving to CSR4 // Business and Society . - 1998. - №37(1). - C. 40-60.
14. Freeman R.E Strategic management: a stakeholder approach. - 1-е изд. - Boston: Pitman, 1984. - 296 c.
15. Werther W.B., Chandler D Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders, Globalization, and Sustainable Value Creation. - 1 изд. - New York: SAGE, 2011. - 415 c.

Оригинальность 76%