

УДК 65.01:331

ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

канд. экон. наук **И.М. СЕМЕНЕНКО**

(Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля, Луганск, Украина)

Выявлено множество подходов к определению целей деятельности предприятия. Показана актуальность согласования целей деятельности предприятия с концепцией устойчивого развития. Раскрыта сущность социальной ответственности как одной из составляющих концепции устойчивого развития на уровне предприятия. Исследовано смещение акцентов изучения социальной ответственности. Обозначена проблема соотношения целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности с другими целями. Представлены подходы к пониманию социальной ответственности бизнеса. Рассмотрены составляющие социальной ответственности и обозначены цели деятельности предприятия, релевантные для каждой составляющей. Показана необходимость рассмотрения целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности по отношению к заинтересованным лицам, выявления причин постановки таких целей и их соотношения с целями собственников и/или руководителей предприятия.

Введение. Цель и целеполагание являются базовыми понятиями теории управления, поскольку управление – это целенаправленная деятельность, и именно цель определяет ориентиры любого субъекта управления и процессы достижения установленных ориентиров. Цели предприятия обуславливают содержание, формы и методы управления. Исходя из целей определяются не только направления деятельности предприятия, но и его организационная структура, функции. Поэтому определение целей предприятия становится основой формирования стратегии и всех управленческих действий, а степень достижения целей является критерием оценки результатов принятых решений и осуществленных мероприятий, и результативности деятельности предприятия в целом.

Концептуальные подходы к формированию, выбору и установлению целей деятельности предприятия будут существенно отличаться для разных экономических систем, типов и уровней управления. В большинстве научных исследований и учебных курсов необходимость идентификации целей деятельности субъектов управления разных уровней не формулируется даже как отдельная проблема, а является заданной априорно. Цель деятельности предприятия не представлена как необходимая предпосылка любого исследования и не выражается в виде конкретных критериев, невзирая на то, что в каждом конкретном случае должен быть задан целевой вектор, который необходимо предварительно идентифицировать.

Несмотря на то, что «цель» является базовым понятием теории управления, количество специальных исследований относительно аналитических и синтетических процессов, связанных с формированием и достижением цели деятельности предприятия, является недостаточным. Вместо этого в пределах разных концептуальных подходов и теорий, которые объясняют базовые основы функционирования предприятий – неоклассической, институциональной, управленческой, поведенческой, теории сатисфакции, технологической и др., – определяются разные цели их деятельности.

В последнее время широкое распространение в научных публикациях и практике управления получила концепция устойчивого развития, которая предполагает необходимость стремления нынешнего поколения к сохранению окружающей среды, экономного использования ресурсов, уважительного и достойного обращения со всеми членами сообщества. Согласно этой концепции развитие любого объекта (в том числе и предприятия) рассматривается не только с точки зрения получения прибыли, но и учитывая экологический и социальный аспекты. Таким образом, предприятия должны стремиться к тому, чтобы превратиться в устойчиво функционирующие высокотехнологичные, экологически безопасные организации, способные обеспечивать людей необходимыми благами, создавать условия для неуклонного повышения качества жизни людей и их благосостояния в будущем. Для этого цели, которые ставят перед собой предприятия, должны соответствовать целям концепции устойчивого развития, что обуславливает актуальность исследования таких целей. Одна из составляющих концепций устойчивого развития на уровне предприятия – социальная ответственность, которая предполагает ответственность предприятия перед обществом за свою деятельность и влияние на окружающую среду, а также их гармоничное сосуществование. Несмотря на то, что понятие социальной ответственности является достаточно исследованным в научных публикациях, далеко не все предприятия сегодня ставят перед собой цели, связанные с повышением благосостояния общества и работников. В то же время руководители предприятий, ставя перед собой некоторые цели, не осознают, что именно они свидетельствуют об ответственном отношении предприятия к окружающей среде. Поэтому задачей данной работы является исследование целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности.

Основная часть. В наиболее общем понимании цель предприятия можно определить, как четкое намерение некоторого субъекта достичь определенного результата, что предполагает определенные усилия. Сегодня существуют разные теории и подходы, которые определяют цели деятельности фирмы. Среди них неоклассическая теория фирмы, в соответствии с которой целью является максимизация прибыли [1]. Модификации этой теории предполагают максимизацию объема продаж, расширение доли рынка, выживание в долгосрочной перспективе, максимизацию состояния владельцев предприятия или акционерного капитала и т.д. [2]. Институциональная теория рассматривает фирму как организацию, которая создается людьми для более эффективного использования их возможностей [3]. В управленческих теориях фирма рассматривается с точки зрения мотивации ее управленцев. При этом их цели не совпадают с целями владельцев предприятия [4]. В последнее время получили распространение концепция групп интересов и поведенческая (бихевиористская) теория целей [5]. В связи с процессами глобализации и объективизацией проблемы исчерываемости ресурсов становится актуальным согласование целей деятельности предприятия с концепцией устойчивого развития. Важнейшей составляющей концепции устойчивого развития являются положения о социальной ответственности бизнеса перед настоящим и будущим поколениями. Поэтому необходимым направлением современных исследований в области управления должно стать обозначение целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности.

Международным стандартом «Руководство по социальной ответственности» [6] социальная ответственность определяется как ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях. Данное определение является наиболее общим и показывает ориентиры деятельности предприятия в отношении общества и окружающей среды.

В качестве всеобъемлющей цели социальной ответственности организации данным стандартом определяется вклад в устойчивое развитие, цель которого состоит в том, чтобы достичь устойчивости общества и планеты в целом, а не конкретного предприятия [6]. Несмотря на детальное описание проблем общества и окружающей среды, обозначение глобальных целей развития тысячелетия, установление того, что общей целью организаций является максимальное увеличение своего вклада в устойчивое развитие, конкретные цели предприятия или организации (как отдельного члена общества и субъекта хозяйствования) с позиции социальной ответственности четко не определены. Вместо этого в тексте Стандарта можно встретить такие размытые цели, как повышение организацией своей экологической результативности, образование потребителей и т.д.

Исследования социальной ответственности предприятий осуществляются уже более 50 лет. За это время акцент смещается с изучения ответственности предприятия перед обществом (1950-е гг.) до анализа ключевых событий, людей и идей в социальных изменениях, проводимых предприятием (1960-е гг.), применения традиционных инструментов управления при осуществлении менеджерами действий, связанных с социальной ответственностью (1970-е гг.), изучения ответственности предприятия перед стейкхолдерами (1980-е гг.), одобрения социальной ответственности предприятиями разных стран (1990-е гг.), и наконец, определения социальной ответственности как элемента стратегии предприятия (с 2000 гг. по настоящее время) [7]. Исходя из истории развития положений социальной ответственности можно отметить, что цели, которые ставило перед собой предприятие с точки зрения социальной ответственности, тоже изменялись с течением времени. Несмотря на то, что одной из основных целей предприятия (которую можно достичь с помощью социальной ответственности) остается повышение его привлекательности перед обществом, с каждым годом цели становятся все более разнообразными и детальными, и касаются все большего количества заинтересованных в деятельности предприятия лиц. Если ранее целью предприятия являлось повышение привлекательности среди контактных аудиторий, то со временем больше внимания стало уделяться работникам предприятия и удовлетворению их интересов.

Проблема соотношения целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности с другими целями являлась актуальной еще 40 лет назад. В США в 1978 году были опубликованы результаты исследования, согласно которому выявляли рейтинг целей деятельности предприятий среди их руководителей. Из предложенных целей (финансовое состояние, рост и расширение, эффективное использование ресурсов, производство товаров и услуг, удовлетворение всех интересов, увеличение продаж, стабильность компании, социальная ответственность, другие цели) приоритетными оказались финансовое состояние, рост и расширение, эффективное использование ресурсов, стабильность компании. Только 20,5 % опрошенных выделили социальную ответственность в первой «четверке» целей, и 0,5 % поставили социальную ответственность как наиболее приоритетную цель (на 1 месте). Некоторые управленцы рассматривали социальную ответственность как препятствие или ограничивающие рамки деятельности предприятия. В то же время некоторые руководители указывали приоритетными такие цели,

как удовлетворение потребителей, благосостояние и безопасность сотрудников, что, по сути, обеспечивается социальной ответственностью предприятия. Следует отметить, что при проведении такого исследования в 1950-х годах социальная ответственность в качестве приоритетной цели была бы выделена еще меньшим количеством руководителей [8]. Однако еще в 1954 году П. Друкер [9] определил ответственность перед обществом как одну из восьми областей, в рамках которых предприятие определяет цели своей деятельности. В настоящее время социальная ответственность реализуется все большим количеством предприятий в разных странах, о чем свидетельствуют отчеты, опубликованные на официальных сайтах предприятий и сообществ по социальной ответственности.

Причины постановки целей с точки зрения социальной ответственности в литературе представлены по-разному. Как считает Н. Боуи, социальная ответственность предприятия призвана решать социальные проблемы, особенно в тех случаях, когда государство не желает или не способно их решать. Причем предприятие решает социальные проблемы не по причине получения дальнейшей выгоды, а исключительно из альтруистических побуждений [10]. Таким образом, согласно исследованиям Н. Боуи, целью предприятия с позиции социальной ответственности является помощь людям и решение социальных проблем. В то же время существует точка зрения, что предприятия реализуют мероприятия, связанные с социальной ответственностью, исключительно ради дальнейшего получения прибыли. Например, в [11] указаны результаты, к которым приводит реализация предприятием некоторых мероприятий, связанных с социальной ответственностью (повышение лояльности потребителей, производительности труда, появление возможностей расширения рынка сбыта, реализации новой продукции на новых рынках).

Существует несколько подходов к пониманию социальной ответственности бизнеса. Согласно первым двум подходам «в бизнесе нет места этике» и «максимальная прибыль – единственная обязанность бизнеса». Сторонники первого подхода считают любые действия в рамках закона социально ответственными, по мнению других, они могут преступить закон, чтобы преследовать свою пользу, например, получение прибыли. Представители третьего подхода понимают социальную ответственность как средство достижения экономических целей предприятия. Социальная ответственность должна вести к успеху и поддерживать успех, а если она не выдерживает этой проверки сейчас или когда-нибудь в будущем, то она может быть отброшена по прагматическим соображениям. И лишь представители четвертого подхода считают, что ответственность предприятия регулируется морально-этическими нормами, и поэтому оно стремится к удовлетворению всех заинтересованных лиц [12]. Таким образом, в рамках четвертого подхода руководители предприятия признают свою социальную ответственность и ставят социальные цели, связанные с интересами других лиц, кроме собственников. Предприятия, придерживающиеся точки зрения первого и второго подходов вообще не имеют целей, связанных с социальной ответственностью. В рамках третьего подхода социальная ответственность является средством для достижения целей, не связанных с благосостоянием работников или общества, таких как получение прибыли, увеличение доли рынка и т.д.

Изучение целей предприятия с позиции социальной ответственности можно осуществлять на основе исследования составляющих социальной ответственности. В [13] социальная ответственность поделена на три составляющие:

- построение внутрикорпоративных отношений и реализации набора услуг, включенных в социальный пакет;
- содержание на балансе предприятия социальной и инженерной инфраструктуры;
- благотворительная деятельность.

Следует отметить, что содержание на балансе предприятия социальной и инженерной инфраструктуры в настоящее время является редким среди предприятий, а наиболее распространенными – предоставление расширенного социального пакета и благотворительная деятельность. Целью, которую предприятие преследует в этом случае, являются оптимальное соотношение затрат на социальную ответственность и степени удовлетворения, а также повышение производительности работников предприятия.

Наиболее известна структура социальной ответственности, включающая в себя экономическую, этическую, юридическую и филантропическую составляющие [14] или, как утверждает А.В. Родионов, экономическую, этическую, юридическую и принятую на себя ответственность [15]. В рамках каждой составляющей предприятие реализует свою ответственность и придерживается установленных норм. По мнению А.В. Родионова, мотивация собственника к социальной ответственности является результатом последовательности этапов: «потребности – мотивы – социально ответственные действия – цели». В соответствии с этим автор выделяет потребности, мотивы и цели собственника предприятия в рамках каждой составляющей социальной ответственности. Так, в рамках экономической ответственности целями собственника являются финансовое состояние, признание предприятия, доверие общества; юридической – стабильность, уверенность, безопасность, развитие; этической ответственности – одобрение социально этических принципов предприятия, моральное развитие, моральное удовлетворение; принятой на себя ответственности – духовное удовлетворение, социальное признание, этическое одобрение [15]. С одной

стороны, такое разделение целей является разумным, поскольку позволяет очертить ориентиры деятельности и определить критерии достижения целей. С другой стороны, несмотря на то, что собственник определяет основные цели предприятия, предприятие представляет или защищает интересы не исключительно собственника, а и работников, акционеров, потребителей и т.д., то есть всех заинтересованных лиц. Поэтому целесообразным будет рассмотрение целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности по отношению к основным заинтересованным лицам, выявление причин постановки таких целей и их соотношение с целями собственников и/или руководителей предприятия.

Например, продвижение принципов социальной ответственности в деловом сообществе (как цель деятельности предприятия с позиции социальной ответственности) направлена на деловых партнеров (поставщиков, потребителей) и конкурентов. Причиной постановки такой цели может быть стремление снизить коммерческие, финансовые и другие риски деятельности предприятия, поскольку продвижение принципов направлено на обеспечение этического поведения партнеров и конкурентов, добросовестной конкуренции и т.д. То есть целью собственника или руководителя предприятия является обеспечение стабильности его деятельности.

Постановка целей деятельности предприятия в отношении своих работников, например, предоставление социальных пакетов и гарантий, вызвана необходимостью мотивации работников к труду, развития творческого потенциала сотрудников, удовлетворения работником своим рабочим местом. Таким образом, изначальной целью, поставленной собственником или руководителем предприятия, является повышение производительности труда работников и предупреждение текучести кадров.

Некоторые цели деятельности предприятия с позиции социальной ответственности связаны с благотворительностью и направлены на различные группы населения, часто не являющиеся контрагентами предприятия. Причинами постановки таких целей могут быть, как стремление повысить привлекательность предприятия, разрекламировать новый товар (который может участвовать в благотворительной акции), получить льготы от государственных органов власти, так и желание помочь уязвимым группам населения. Однако филантропические цели, как правило, относятся к «скрытой» благотворительности, информация о которой не распространяется среди населения. В то время как у «явной» («публичной») благотворительности могут быть другие причины.

Таким образом, можно рассматривать цели деятельности предприятия с позиции социальной ответственности по отношению ко всем заинтересованным лицам, выявлять причины постановки таких целей и соотносить их с целями собственников и/или руководителей предприятия. Выявление такого соотношения и причин позволит систематизировать цели деятельности предприятия, определить основные направления деятельности и мероприятия, которые могут быть реализованы для достижения нескольких целей одновременно.

Заключение. Социальная ответственность предприятия является одной из составляющих концепции устойчивого развития и предполагает его добросовестное отношение к обществу, обязательства отвечать за воздействие на окружающую среду и их гармоничное сосуществование. Цели деятельности предприятия с позиции социальной ответственности должны быть согласованы с концепцией устойчивого развития мирового сообщества и учитывать интересы разных контактных аудиторий предприятия. Цели, которые ставило перед собой предприятие с точки зрения социальной ответственности, изменялись с течением времени, что привело к постепенному смещению акцентов в изучении социальной ответственности и определению ее как элемента стратегии предприятия.

Изучение подходов к пониманию социальной ответственности бизнеса показало, что некоторые предприятия вообще не имеют целей, связанных с социальной ответственностью. Однако анализ соотношения целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности с другими целями свидетельствует о том, что с каждым годом социальная ответственность реализуется все большим количеством предприятий в разных странах.

Существуют разные составляющие социальной ответственности предприятия, в рамках каждой из которых можно обозначить цели деятельности предприятия. Причины постановки целей с точки зрения социальной ответственности являются разными и могут быть как филантропическими, так и связанными со стремлением предприятия повысить свой имидж и обеспечить стабильность получения прибыли. Поэтому для дальнейшего исследования целей деятельности предприятия с позиции социальной ответственности целесообразным является выявление причин постановки таких целей и их соотношение с целями собственников и руководителей предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Weintraub E. Roy. Neoclassical Economics / E. Roy Weintraub [Electronic resource] // The Concise Encyclopedia of Economics. – Retrieved September 26, 2010. – 2007. – Mode of access: <http://www.econlib.org/library/Enc1/NeoclassicalEconomics.html>.

2. Лемещенко, П.С. Институциональная теория фирмы / П.С. Лемещенко, Н.А. Мельникова. – Минск: Издат. центр БГУ, 2005. – 118 с.
3. Scott, W. Richard Institutional theory / W. Scott // Encyclopedia of Social Theory. – CA: Thousand Oaks, 2004. – P. 408.
4. Managerial theories of the firm [Electronic resource] / The Oxford Dictionary of Economics. – Mode of access: <http://www.enotes.com/econ-encyclopedia>.
5. Phillips, R. Stakeholder Theory and Organizational Ethics / R. Phillips, E. Freeman. – San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2003. – 216 p.
6. ISO/FDIS 26000 Руководство по социальной ответственности. Международный стандарт [Электронный ресурс]. – Введ. 2010.12.01. – ISO/WG SR, 2010. – http://www.nornik.ru/_upload/editor_files/file1756.pdf.
7. Moura-Leite, R.C. Historical background of corporate social responsibility / R.C. Moura-Leite, R.C. Padgett // Social Responsibility Journal. – 2011. – Vol. 7. Iss. 4. – P. 528 – 539.
8. Abouzeid, K.M. Social Responsibility in the Corporate Goal Hierarchy / K.M. Abouzeid, Ch.N. Weaver // Business Horizons. – 1978. – Vol. 21. Iss. 3. – P. 29 – 35.
9. Drucker, P.F. The Practice of Management / P.F. Drucker. – New York: Harper & Row, 1954. – 420 p.
10. Bowie, N. New directions in corporate social responsibility / N. Bowie // Business Horizons. – 1991. – Vol. 34. Iss. 4. – P. 56 – 65.
11. Burke, L. How corporate social responsibility pays off / L. Burke, J.M. Logsdon // Long Range Planning. – 1996 – Vol. 29, № 4. – P. 495 – 502.
12. Лекции по основам социального государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webarhimed.ru/page-618.html>.
13. Социальная ответственность бизнеса и государства [Электронный ресурс] / Лига справедливости. – Режим доступа: <http://ligaspr.ru/articles/1161/27-07-2009>.
14. Carroll, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders / A.B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – P. 39 – 48.
15. Родіонов, О.В. Формування концепції соціальної відповідальності підприємства / О.В. Родіонов [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/vsunud/2009-6E/09rovsvp.htm>.

Поступила 11.01.2013

OBJECTIVES OF THE COMPANY BUSINESS ACTIVITY IN THE SOCIAL RESPONSIBILITY ASPECT

I. SEMENENKO

Variety of approaches to define enterprise activity's goals is revealed. The urgency to conform the enterprise activity's goals to the sustainable development concept is shown. The essence of social responsibility as one of the constituents of sustainable development concept at an enterprise level is revealed. The shift of emphasis in social responsibility studies is explored. The problem of correlation of enterprise activity's goals in respect to social responsibility with other goals is defined. The approaches to understanding social responsibility of business are presented. The constituents of social responsibility are examined, and the enterprise activity's goals, relevant for each constituent, are identified. The necessity to consider enterprise activity's goals in respect to social responsibility towards stakeholders, to reveal the reasons of setting such goals and correlate them with the goals of owners and/or directors of an enterprise is indicated. The examples of such correlation are presented and the reasons of setting such goals are revealed.