

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების დონეები

DOI - 10.36962/ecs105/3/2022-81

გრიგოლ აბრალავა
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია საზოგადოებრივ განვითარებაში ბიზნესის მონაწილეობის დონეები. მოცემულია მოდელები, რომელიც წარმოადგენს ერთ-ერთ ძირითად მიდგომას პრობლემებისადმი მიძღვნილ თანამედროვე კვლევებში. აღნიშნული მოდელების თანახმად, კორპორაციული მრავალდონიანი სოციალური პასუხისმგებლობა შეგვიძლია წარმოვადგინოთ პირამიდის სახით. განხილული პასუხისმგებლობის სხვადასხვა დონეები წარმოადგენს ბიზნესისადმი მოთხოვნების, საზოგადოებისა და სახელმწიფოს მხრიდან მოლოდინებისა და ბიზნესისათვის სოციალური აქტივობის სარგებლიანობის/უსარგებლობის კომბინაციას. გაანალიზებულია ა. კეროლის სოციალური პასუხისმგებლობის დონეების მატრიცა.

დახასიათებულია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის(კსპ) განვითარების ლიბერალური, ტრადიციული, პარტნიორული, ინტეგრაციული, ინოვაციური დონეები.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის დონეები; სოციალური პასუხისმგებლობის პირამიდა; სოციალური პასუხისმგებლობის დონეების მატრიცა.

შესავალი

ბიზნესს, როგორც ეკონომიკურ საქმიანობას, თავისი სოციალური ფუნქციები გააჩნია. ბიზნესის მთავარი სოციალური ფუნქციაა გადასახადების სრული და დროული გადახდა, ბიუჯეტის შევსება, ასევე საკუთარი თანამშრომლების ღირსეული შრომის ანაზღაურებით უზრუნველყოფა. იმავდროულად, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თანამედროვე

მოდელები ბიზნესს მიმართავენ სამ სფეროში - ეკონომიკაში, დასაქმებასა და გარემოს დაცვაში ინიციატივის გამოვლენისკენ. ბუნებრივია, წმინდა სახით ფირმები თავად არ არიან დაკავებული მოსახლეობის სოციალური პრობლემების გადაჭრით, არამედ მის რეალიზებას ახდენენ სამოქალაქო გაერთიანებებთან, არაკომერციულ ორგანიზაციებსა და სახელმწიფო დაწესებულებებთან ურთიერთქმედებით. სოციალური ფუნქციების რეალიზებისას, პასუხისმგებელი კომპანია აუცილებლად იღებს მოგებას და იცავს კანონებს, ეთიკის ნორმებს, არის სამოქალაქო საზოგადოების კეთილსინდისიერი კორპორაციული წევრი, რომელიც თავისი შესაძლებლობის ფარგლებში უზრუნველყოფს ეკონომიკურ მდგრადობას, სოციალურ კეთილდღეობას და ეკოლოგიურ სტაბილურობას.

საზოგადოებრივ განვითარებაში ბიზნესის მონაწილეობის დონეები

საზოგადოების სოციალურ განვითარებაში ბიზნესის მონაწილეობის ხარისხის ევოლუციისადმი სხვადასხვა მიდგომები არსებობს. გამოვეყოფთ მიდგომას, რომელიც არ აკონკრეტებს კსპ კონკრეტული ტიპის უპირატესი გამოყენების პერიოდებს, არამედ გამოყოფს საზოგადოებრივ განვითარებაში ბიზნესის მონაწილეობის დონეებს.

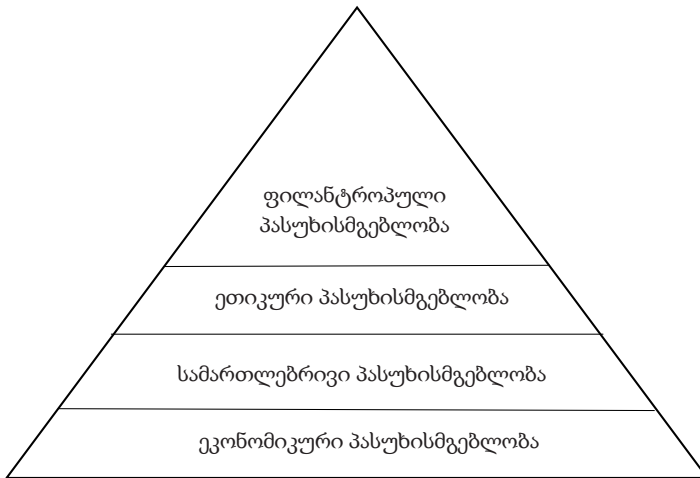
ცხრილი 1.

საზოგადოებრივ განვითარებაში ბიზნესის მონაწილეობის დონეები			
	ტრადიციული ქველმოქმედება	სტრატეგიული ქველმოქმედება	სოციალური ინვესტირება
მოტივაცია	უანგარობა და დახმარების სურვილი	კომპანიის სტრატეგიული ინტერესი, რომელიც ზომიერადაა დაკავშირებული მისი განვითარების მიზნებთან	კომპანიის გრძელვადიანი ინტერესი, რომელიც ახდენს კომპანიის ინტერესებისა და ადგილობრივი თემის მოთხოვნილებების ინტეგრირებას.

საშუალებების მიმღებთა შერჩევის კრიტერიუმები	ხელმძღვანელობის სურვილები	სიკეთეების მიმღებთა ინტერესების გათვალისწინება, სოციალური ეფექტიანობა	სოციალური ეფექტიანობა, ადგილობრივი თემის მოთხოვნილება და ბიზნეს-სარგებელი (ხშირად, პერსპექტივაში)
ძირითად საქმიანობასთან კავშირი	არ არის დაკავშირებული	დამოკიდებულია გაშუალებულად	შიდაკორპორაციული პროგრამები - პირდაპირ, ხოლო გარეშე სოციალური
			პროგრამები - ირიბად ან შემდგომი ეფექტის მოლოდინში.
დაფინანსების მექანიზმები	საქველმოქმედო შემოწირულობები	საქველმოქმედო შემოწირულობები, სპონსორობა, საგრანტო პროგრამები, რომლებიც არ არის დაკავშირებული კომპანიის ბიზნეს-ინტერესებთან	სექტორთაშორისი სოციალური პარტნიორობა
სოციალური ეფექტი	დაბალი, ხშირად არაგაზომვადი	ნაწილობრივ გაზომვადი	დროში გაწერილი, გაზომვადი

1979 წელს ამერიკელმა მეცნიერმა ა. კეროლმა შემოგვთავაზა კსპ-ს განმარტება, რომელიც გულისხმობდა „ორგანიზაციისათვის საზოგადოების მიერ ნაყენებულ ეკონომიკურ, სამართლებრივ, ეთიკურ და დისკრეციულ მოლოდინებთან შესაბამისობას მოცემულ მომენტში“. მოცემული მიდგომა, რომლის საფუძველზეც მოგვიანებით შემუშავდა შესაბამისი მოდელი, წარმოადგენს ერთ-ერთ ძირითად მიდგომას კსპ პრობლემებისადმი მიძღვნილ თანამედროვე კვლევებში. აღნიშნული მოდელის თანახმად, კორპორაციული მრავალდონიანი სოციალური პირამიდის საფუძველს წარმოადგენს ეკონომიკური პასუხისმგებლობა, რომელიც უშუალოდ განისაზღვრება კომპანიის, როგორც საქონლისა და მომსახურებების მწარმოებლის საბაზო ფუნქციით, რომლის მეშვეობითაც იგი აკმაყოფ

ნახ.1. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის პირამიდა

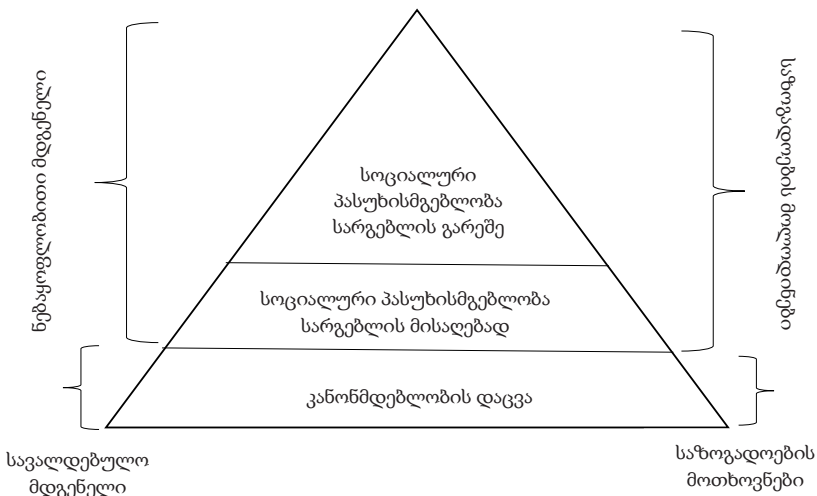


ფილეს მომხმარებელთა მოთხოვნილებებს და, შესაბამისად, იღებს მოგებას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ნებისმიერი ბიზნეს-სტრუქტურა, რომელიც ახდენს საზოგადოების წინაშე თავისი ეკონომიკური პასუხისმგებლობის რეალიზებას, სოციალურად პასუხისმგებელია. სამართლებრივი პასუხისმგებლობა გულისხმობს ბიზნესის კანონმორჩილებას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, მისი საქმიანობის შესაბამისობას საზოგადოების მოლოდინებთან, რომლებიც ასახულია სამართლებრივ ნორმებში. ეთიკური პასუხისმგებლობა, თავის მხრივ, ბიზნეს-თანამეგობრობისგან მოითხოვს საზოგადოების მოლოდინებთან სინქრონიზაციას სამართლებრივი ნორმებისგან დამოუკიდებლად, არსებული მორალის ნორმების შესაბამისად. ფილანთროპული (დისკრეციული) პასუხისმგებლობა უზიძგებს ბიზნესს საზოგადოების კეთილდღეობის შენარჩუნებისა და განვითარებისაკენ მიმართული მოქმედებებისკენ სოციალური პროგრამების რეალიზაციაში ნებაყოფლობითი მონაწილეობის გზით. რასაკვირველია, კსპ-ს როგორც „პირამიდის“ განმარტება არ ხსნის სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებულ ყველა კითხვას,

თუმცა, გარკვეულწილად იძლევა მათი სისტემატიზების შესაძლებლობას. ჩვენი აზრით, განხილული დონეები ყველაზე მეტად ასახავს კსპ-ს ფუნქციებს.

კსპ-ს კონცეფციების შემუშავებისას მოცემული პრობლემის მკვლევარები ძალზე ხშირად იყენებენ სოციალური პასუხისმგებლობის დონეებისა და მათი პირამიდისებრი აგებულების ცნებას. ჩვეულებრივ, პასუხისმგებლობის სხვადასხვა დონეები წარმოადგენს ბიზნესისადმი მოთხოვნების, საზოგადოებისა და სახელმწიფოს მხრიდან მოლოდინებისა და ბიზნესისათვის სოციალური აქტივობის სარგებლიანობის/უსარგებლობის კომბინაციას. რაც უფრო მაღალია ბიზნეს-სტრუქტურის სოციალური პასუხისმგებლობის დონე, მით უფრო მეტ ვალდებულებას იღებენ ისინი საკუთარ თავზე ნებაყოფლობით. ამის შესაბამისად, ს. ბრატიუშენკო და ვ.სელივერსტოვი წარმოადგენენ სოციალურ პასუხისმგებლობას სამდონიანი პირამიდის სახით(სოციალურად პასუხისმგებლიანი ქცევის დონის მიხედვით)(ნახ. 2.).

ნახ. 2. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის დონეები



პირველი დონე, საბაზისო, წარმოადგენს სოციალური პასუხისმგებლობის სავალდებულო მდგენელს - ეს არის კანონების (საგადასახადო კანონმდებლობა, შრომისა და სამოქალაქო კოდექსები) დაცვა. თუ კანონს არ იცავენ, არ შეიძლება საუბარი არანაირ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე: მენარმე არღვევს მისი საქმიანობისათვის დაწესებულ ვალდებულებებს. **მეორე და მესამე დონეები მიეკუთვნება სოციალური პასუხისმგებლობის ნებაყოფლობით მდგენელებს.** ეს ორი საფეხური განსხვავდება სოციალურად პასუხისმგებლიანი ქცევის რეალიზაციის მოტივებით. მეორე დონე წარმოადგენს ეკონომიკური სარგებლის მისაღებად სოციალურად პასუხისმგებლიანი ქცევის რეალიზაციას. ეკონომიკურ სარგებელში შეიძლება მოიაზრებოდეს ორგანიზაციის იმიჯის გაუმჯობესება მისი პროდუქციის მომხმარებლებისა და მომუშავეებისთვის, საინვესტიციო მიმზიდველობის ამაღლება, კომპანიის არსებობისა და განვითარებისთვის ხელისუფლებისა და საზოგადოების მხრიდან უფრო ხელსაყრელი პირობების შექმნა. მესამე დონე მოიცავს სოციალურად პასუხისმგებლიანი ქცევის იმ სახეობებს, რომლებიც არ ისახავენ მიზნად ეკონომიკური სარგებლის მიღებას. ეს გახლავთ საზოგადოებაში ორგანიზაციის ადგილისა და როლის გაცნობიერების უფრო მაღალი დონე. მსგავსი მოქმედებები შეიძლება იყოს კიდევ ეკონომიკური მოგების მომტანი, თუმცა ეს მათ მიზანს არ წარმოადგენს. ჩვენი აზრით, წარმოდგენილი სამი დონე თვალნათლივ წარმოაჩენს კონკრეტული საწარმოს სიმწიფის სტადიებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ არამართლზომიერია კსპ-ს განხილვა როგორც მთლიანად საზოგადოებასთან, ასევე ბიზნეს-თანამეგობრობასთან მიმართებით. ჩვენი აზრით, ნებისმიერმა ბიზნეს-კომპანიამ, რომელიც ობიექტურად აფასებს თავის როლსა და დანიშნულებას, თავისი ჩამოყალიბებისა და განვითარების პროცესში უნდა გაიაროს განსაზღვრული გზა კსპ საფეხურებისა და დონეების მიხედვით - დაბალი (საბაზისო) დონიდან მაქსიმალურად მაღალ დონემდე. რომელ საფეხურზე კონცენტრირდება იგი - დამოკიდებულია როგორც თავად ბიზნეს-

სტრუქტურის, ასევე დაინტერესებული მხარეების სისტემის სპეციფიკაზე. ეს უკანასკნელი მოიცავს მომხმარებლებს, მესაკუთრეებს, თანამშრომლებს, მომწოდებლებს, კონკურენტებს, სახელმწიფო ორგანოებს, ადგილობრივ თანამეგობრობებსა (თემს) და მთლიანად საზოგადოებას.

ყოველი დაინტერესებული მხარე, თავის მხრივ, უყენებს ბიზნესს ეკონომიკურ, სამართლებრივ, ეთიკურ და ფილანტროპულ მოლოდინებს, რომლებიც შეესაბამება კსპ „პირამიდას“. ა. კეროლმა შემოგვთავაზა კსპ-ს გაანალიზება მატრიცის მეშვეობით, რომელიც ასახავს კომპანიის „პასუხისმგებლობების“ სისტემას დაინტერესებული მხარეების შესაბამის მოლოდინებთან მიმართებით, რითაც თავიანთ მოდელს აძლევენ დასრულებულ ფორმას (ცხრ.2.). შესაბამისად, ყოველ კომპანიას უნევს რეაგირება წინააღმდეგობრივი მოლოდინების ურთულეს სისტემაზე და შესაბამისი რაციონალური გამომხაურების გამომუშავება. ამასთან, კომპანიის მენეჯმენტი იძულებულია გადაჭრას პრობლემათა ერთობლიობა, როგორიცაა დაინტერესებული მხარეების რანჟირება, ყოველი დაინტერესებული მხარის შემხვედრი მოლოდინების კონფიგურაციების დაბალანსება, დაინ-

ცხრილი 2.

დაინტერესებული მხარეებისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის დონეების მატრიცა				
	კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის დონეები			
	ეკონომიკური	სამართლებრივი	ეთიკური	ფილანტროპული
მესაკუთრეები #	#	#	#	#
მომხმარებლები#	#	#	#	#
თანამშრომლები#	#	#	#	#
ადგილობრივი თემი#	#	#	#	#
კონკურენტები#	#	#	#	#
მომწოდებლები#	#	#	#	#
აქტივისტთა ჯგუფები#	#	#	#	#
მთლიანად საზოგადოება#	#	#	#	#
სხვა#	#	#	#	#

ტერესებულ მხარეთა მთელ სისტემაში მოლოდინებისა და გამოხმაურებების წინააღმდეგობების, სინერგიის პრობლემის და ა.შ. დაბალანსება.

განსაკუთრებული გამოყენებითი მნიშვნელობა აქვს **კსპ განვითარების ხუთი დონის გამოყოფას** დაინტერესებული მხარეებისათვის სოციალურად მნიშვნელოვანი ღონისძიებების ჩასატარებლად ახლად შექმნილი სამენარმოო სტრუქტურების მოზიდვის თვალსაზრისით და თავიანთი ბიზნეს-საქმიანობის პროცესში სოციალურად პასუხისმგებლიანი ქცევის გამოსამუშავებლად, რაც შემოგვთავაზა ს.ა. სტრიჟოვმა (ცხრ. 3.).

პირველი დონე (ლიბერალური) დაკავშირებულია პერიოდთან, როცა კომპანია პირველად აღმოჩნდება პირისპირ წარმოქმნილი ამოცანების წინაშე. ამ სიტუაციაში ხშირად მუშაობს პრინციპი, რომელიც თავის დროზე ჩამოაყალიბა მ. ფრიდმენმა. აღნიშნული პრინციპის თანახმად, ბიზნესი პასუხისმგებელია მხოლოდ საკუთარი აქციონერების შემოსავლის გადიდებაზე. ამ შემთხვევაში, საზოგადოების ინტერესების აღიარება საკმაოდ შეზღუდულ და ფორმალურ ხასიათს ატარებს, რომელიც შეიძლება რეალიზებულ იქნას, მაგალითად, ქველმოქმედების გზით. ხელისუფლებასთან ურთიერთობები უმთავრესად განიხილება კანონმდებლობის დაცვისა და გადასახადების გადახდის პოზიციიდან.

მეორე (ტრადიციულ) დონეზე კსპ-სა და შემოქმედებითი განვითარების ამოცანები ლეგიტიმურად არის მიჩნეული და მოითხოვს კონსტრუქციულ რეაქციას. დაიწყო საუბრები კსპ-ს სტანდარტიზაციასა და მის გაზომვაზე. კსპ-ს მასშტაბი ფართოვდება, თუმცა ძირითადად მას პიარად აღიქვამენ. დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთქმედების შესამჩნივი გააქტიურებისას მას ხშირად ცალმხრივი ხასიათი აქვს. აღნიშნული დონე ხასიათდება იძულებითი ქველმოქმედებით, როცა ხელისუფლების ზეწოლის შედეგად ბიზნეს-სტრუქტურებისგან მიღებული სახსრები მიემართება არა სოციალური პრობლემების გადასაჭრელად, არამედ უმეტესად არაეფექტიანი სოციალური ინფრასტრუქტურის შესანახად.

ცხრილი 3.

[illegible]

მესამე დონე (პარტნიორული) გულისხმობს თანაბარუფლებიან ურთიერთქმედებას და პარტნიორული ურთიერთობების დამყარებას: დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთქმედება გადაიქცევა ორმხრივ დიალოგად საზოგადოების უფრო ფართო მასებთან; ყალიბდება უფრო მჭიდრო შრომითი ურთიერთობები ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებთან; კომპანიები თავიანთ საქმიანობაში იწყებენ სოციალური ანგარიშგების გამოყენებას; საქმიანი მოტივაცია კონცენტრირებულია რისკების წინსწრებით მართვაზე, საქმიანი რეპუტაციის შექმნასა და ერთობლივი გადაწყვეტილებების მიღებაზე.

მეოთხე დონისთვის დამახასიათებელია ინტეგრაციული პროცესები. აღნიშნულ პერიოდში კსპ პრობლემები აღიქმება როგორც მეტად სტრატეგიული, რომელიც მოითხოვს კომპლექსურ პასუხს კომპანიების და ფასეულობის შექმნის მთელი ჯაჭვის მხრიდან. აღნიშნული დონისთვის ასევე დამახასიათებელია კომპანიათა უმაღლესი ხელძღვანელობის მონაწილეობა საზოგადოებრივი ურთიერთობების ჩამოყალიბებაში; კომპანიები ურთიერთქმედებენ სამოქალაქო საზოგადოებასთან და სახელისუფლებო სტრუქტურებთან პროგრესულ ალიანსებში, რომლებიც მიმართულია საერთო მიზნების მისაღწევად; ძირითადი ყურადღება ეთმობა კსპ მიზნების ინტეგრირებას ბიზნეს-პროცესებში, ნაწარმის შემუშავებით ან მომსახურების ჩამოყალიბებით დაწყებული; საქმიანი მოტივაცია სულ უფრო სტრატეგიულ ხასიათს იძენს იმის კვალდაკვალ, თუ როგორ იწყებენ კომპანიები გრძელვადიანი კორპორაციული მიზნებისა და საზოგადოების პრობლემების დაკავშირებას.

მეხუთე (ინოვაციური) დონე განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს. საქმე ის გახლავთ, რომ ჩვენი ქვეყანა, ამჟამინდელ კრიზისულ პირობებში, დგას ინოვაციური გარღვევის სტრატეგიის არჩევისა და რეალიზაციის, სახელმწიფოს, ბიზნესისა და საზოგადოების ძალისხმევის კონცენტრაციის აუცილებლობის წინაშე, რათა მოხდეს პრინციპულად ახალი კონკურენტუნარიანი ტექნოლოგიებისა და პროდუქტების ათვისება, მოძველებული წარმოებრივი აპარატის ინოვაციური განახლება, სტრა-

ტეგიის არჩევასა და რეალიზაციაში სახელმწიფოს როლისა და პასუხისმგებლობის ამაღლება. ამგვარ სიტუაციაში კსპ-ს წინაშე პრინციპულად ახალი ამოცანები დგება. საუბარია ყურადღების გადატანაზე სისტემურ ცვლილებებზე, მომავალ ბაზრებზე, ბიზნეს-სტრუქტურებსა და მოდელებზე. ამასთან, პროგრესული ალიანსების ფასეულობათა სისტემა იცვლება, აქცენტი კეთდება საზოგადოებრივი ურთიერთობებისა და ბაზრების რეგულირებაზე.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ზემოთ განხილული დონეები და მისი გამოვლენის ხარისხი ადასტურებს მოსაზრებას, რომ ნებისმიერი კომპანიის ნაბიჯი კსპ-ს მიმართულებით იმსახურებს მონონებას და მხარდაჭერას. ამასთან, მკაფიოდ უნდა გავაცნობიეროთ, რამდენად რთული და ხანგრძლივი ძალისხმევა დასჭირდება როგორც ბიზნეს-სტრუქტურების შიგნით, ასევე მის გარეთ როგორც შინაგანი სკეპტიციზმის, ასევე გარეშე უნდობლობის, ინერციის სხვა ფორმების დაძლევის სასურველი შედეგის მისაღწევად.

დასკვნა

კსპ-ს, როგორც მდგრადი განვითარების მართვის სისტემას, კომპანიებისთვის მოაქვს ეფექტიანი შედეგი მინიმუმ შემდეგი ფორმებით: იმიჯისა და საქმიანი რეპუტაციის, კაპიტალიზაციის ზრდის; შრომითი კოლექტივის ერთსულოვნების განმტკიცების; საზოგადოებისათვის კომპანიის გამჭვირვალობის განვითარების; საინვესტიციო მიმზიდველობის ამაღლების; მდგრად ეროვნულ განვითარებაში სოციალური წვლილის შეტანის გზით.

სოციალური საკითხების გადაჭრაში ბიზნესის მონაწილეობის ძირითადი მიზეზებია: სახელისუფლებო სტრუქტურების ზენოლა; ბაზრის ზენოლა, ბიზნესის დაკარგვის შიში; ვალდებულებები საზოგადოების წინაშე; დადებითი რეპუტაციის მიღება; კომპანიის წინმსწრები განვითარების სტრატეგიის ჩამოყალიბება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ევროკავშირის 2011-2014 წლების სტრატეგია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ <https://goo.gl/D4Hsig>
2. Благов, Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. - 2004.- №3. - С. 17-34.
3. Братющенко, С.В. Социальная ответственность предпринимательства: обзор концепций // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. - Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2005. - С. 166-178.
4. Стрижов, С.А. Формирование и развитие системы корпоративной социальной ответственности в современной экономике России / Автореферат дисс. доктора эконом.наук. - М., 2007. - 47с.
5. БРАТЮЩЕНКО С. В. СЕЛИВЕРСТОВ В. Е. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА И ЭФФЕКТИВНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ. ИЭОПП СО РАН, Новосибирск статья в журнале .Номер: 4. 2007Г. Стр: 189-206.
6. Carroll, A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A. Carroll // Business Horizons, 1991. - P. 39-4
7. Maignan, Isabelle. Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations / I. Maignan, D.A. Ralston // Sage library in business and management (London); ed.: D.A. Crane, D. Matten. - London: SAGE Publication, 2008. - Vol.3. - P. 127-142.

REFERENCES:

1. EU Strategy for Corporate Social Responsibility 2011-2014
<https://goo.gl/D4Hsig>
2. Blagov, Yu.E. The concept of corporate social responsibility and strategic management / Yu.E. Blagov // Russian Journal of Management.- 2004-No. 3.- S. 17-34.
3. Bratyushchenko S.V. Social responsibility of entrepreneurship: a review of concepts // Actual problems of socio-economic development: the view of young scientists. - Novosibirsk: IEOPP SB RAS, 2005. - S. 166-178.
4. Strizhov, S.A. Formation and development of the system of corporate social responsibility in the modern economy of Russia / Abstract of diss. Doctor of Economic Sciences.- M., 2007. - 47p.
5. Bratiushchenko S.V., Seliverstov V.E. Corporate Social responsibility of Business as an Institute Of Public-private Partnership and effective Regional and Social Policy. IEOPP, Novosibirsk, journal article. Number: 4. 2007. Pages: 189-206.
6. Carroll, A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A. Carroll // Business Horizons, 1991. - P. 39-4
7. Maignan, Isabelle. Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations / I. Maignan, D.A. Ralston // Sage library in business and management (London); ed.: D.A. Crane, D. Matten. - London: SAGE Publication, 2008. - Vol.3. - P. 127-142.

LEVELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT

Grigol abralava
GTU PhD student

RESUME

The paper discusses the levels of business participation in public development. The model is given, which represents one of the main approaches in modern studies devoted to problems. According to this model, we can represent corporate multi-level social responsibility in the form of a pyramid. The different levels of responsibility discussed represent a combination of requirements for business, expectations from the society and the state and the usefulness or uselessness of social activity for business. A. Carroll's social responsibility levels matrix is analyzed. The liberal, traditional, collaborative, integrative, innovative levels of Corporate Social Responsibility development are characterized.

Keywords: Levels of business social responsibility; The pyramid of social responsibility; Matrix of levels of social responsibility.