

8.9. МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭВОЛЮЦИИ КОНЦЕПЦИЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Миролюбова О.В., к.э.н., доцент, Международная высшая школа управления, г. Санкт-Петербург;
Сайченко О.А., к.э.н., доцент, Международная высшая школа управления, г. Санкт-Петербург;

Счисляева Е.Р., д.э.н., профессор, директор Международной высшей школы управления, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

[Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ](#)

В статье рассмотрена история развития концепций корпоративной социальной ответственности, имеющих значение для современного стратегического менеджмента. Систематизированы предпосылки развития корпоративной социальной ответственности, определения корпоративной социальной ответственности, участие государства в регулировании экономики.

Несмотря на все достижения в области исследований корпоративной социальной ответственности (КСО), единого определения термина «корпоративная социальная ответственность» не существует. В научных трудах исследователей и теоретиков КСО четкой даты начала развития КСО как научно-прикладной концепции нет. Можно только отметить, что новаторское, сконцентрированное внимание к развитию человеческого капитала как к основополагающему ресурсу, совпадающее с эпохой расцвета постпозитивизма в 1950-е гг., нашло отражение в поднимаемых вопросах отношений бизнеса и общества.

Тогда же американский экономист Б. Говард (1908-1989), иногда называемый «отцом КСО», ввел утверждение, что «корпорации должны стараться как можно лучше понять свое влияние на социум и использовать это при принятии решений, а социальная ответственность предпринимателя состоит в реализации той политики, тех решений и того поведения, которые были бы желательны с позиции целей и ценностей общества». Его книга «Социальная ответственность бизнесмена» была опубликована в 1953 г. и дала начало современной научной публицистике о КСО как о предмете теоретических исследований проблем стратегического корпоративного управления [7]. В отличие от юридической ответственности, в случае недолжного обеспечения социальной ответственности не предполагается санкций со стороны государства [3, с. 142].

Бурное развитие индустриального общества с конца XIX столетия не могло не приводить в движение механизмы смены взглядов общества и бизнеса на аспекты взаимных отношений. Резкое накопление капитала, появление монополистов-миллиардеров в США и Европе позволило бизнесу диктовать цены на большинство социально значимых товаров и услуг, поведение магнатов не отличалось

гуманностью, вызывая массовые недовольства и активные действия профсоюзов в виде общенациональных стачек и массовых протестов.

В самом конце XIX в., противоречивая фигура, магнат и основатель американского меценатства, создатель крупнейшей сталелитейной корпорации U.S. Steel, Э. Карнеги (1835-1919), формирует новые идеи ответственного отношения порядочного капиталиста к ожиданиям общества. Его эссе «Евангелие от богатства», вышедшее в свет в 1889 г., трактует новые принципы отношения к распоряжению заработанными капиталами, указывая на необходимость создания и развития благотворительных фондов. Он активно принимает участие во всевозможных благотворительных акциях, поддерживает гуманитарное и культурное развитие общества как в США, так и в Старом Свете, хотя и продолжает использовать модель тоталитарного управления на своих предприятиях.

Практически параллельно с Э. Карнеги другой миллиардер, Дж. Рокфеллер (1839-1937), закладывает гигантский благотворительный фонд в 1891 г., и также принимает активное участие в меценатстве, поддержке развития медицины, науки и культуры.

Первая мировая война и последовавшие за ней мировые кризисы, Великая депрессия в Америке, устремление бизнес-элит во власть изменили ситуацию. Для поддержки экономического роста Конгресс США принял закон о налоговых послаблениях для меценатов, дающих деньги на благотворительные цели, бизнес счел более прагматичным использовать элементы филантропии и благотворительности для своих далеко идущих планов. Началось формирование «нового лица» бизнеса, по отношению к обществу.

Усиление участия государства в регулировании экономики, принятие серии антитрестовых законов закрепили тенденцию смены облика морали и этики взаимоотношений всех заинтересованных сторон, государства, частных компаний, общества. В 1933 г. только что пришедший к власти 32-й президент США, демократ Ф. Рузвельт (1882-1945), давший обещание Нового курса (New deal) для американцев с целью преодолеть последствия Великой депрессии, запустил комплекс программ усиления государственного регулирования и реформ в социальной сфере.

В первой фазе законодательных мер были приняты законы, направленные на скорейшее оживление бизнес-активности в экономике, в том числе реформаторский Закон о восстановлении национальной промышленности (NIRA/1933), предусматривающий введение кодексов честной конкуренции, контролирующего уровень цен на рынке, производство и распределение сырья в соответствии с уровнем спроса.

Во второй фазе этих мер, с 1935 г., кроме прочего, был принят так называемый Закон Р. Вагнера (NLRA/1935), Национальный закон о трудовых отношениях, закрепивший положения о правах трудящихся на объединение в профессиональные союзы и заключение коллективных договоров. Контроль за соблюдением этих и прочих реформ возлагался на созданные многочисленные федеральные органы, такие как Администрация гражданских работ, Администрация строительных работ, Национальный совет по трудовым отношениям, Общенациональная система соци-

ального обеспечения. Стоит отметить, что, хотя применение закона Вагнера контролировалось, все же его исполнение столкнулось с достаточно жестким сопротивлением со стороны предпринимателей, сумевших к середине 1940-х гг. достаточно сильно его ослабить принятием «антирабочих законов» Смитта–Коннели и Таффта–Хартли.

Несмотря на подтвержденный историческим ходом событий успех и реальный выход из кризиса Великой депрессии по факту принятых реформ, направленных на исправление социальных и классовых противоречий, существовало вполне обоснованное и целенаправленное противодействие предпринимателей «навязыванию сверху» социально-ориентированных моделей отношений бизнеса и общества. Но, несмотря на этот конфликт интересов с государством, опыт Нового курса в корне изменил принципы социальной политики и в целом определил взгляды прогрессивных элит и общества в будущем развитии своих отношений.

В силу подтвержденной, сработавшей, модели предпринятых реформ, сформировался фундамент первых теоретических постулатов о том, что бизнес это порожденный развитием общества институт, и очевидно, что компании должны нести определенную ответственность перед социальным окружением и соответствовать его ожиданиям. Можно сказать, что к середине XX в. появились первые законоориентированные интерпретации социальной ответственности корпорации.

Исторически имел место факт в капиталистическо-общественных отношениях, когда под влиянием предпринятых инновационных реформ социально-ориентированной направленности, был получен поло-

жительный экономический эффект государственного масштаба. По сути это и послужило предпосылкой для дальнейшего научного исследования управленческими науками феномена отношений бизнеса и общества. В настоящее время развиваются исследовательские предложения по истории КСО, заслуживающие доверия в силу их внятной объективности и серьезного подхода к систематизации накопленных знаний в довольно широком диапазоне.

Так, известный российский ученый в области корпоративной социальной ответственности и социального предпринимательства, доцент кафедры стратегического и международного менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета Ю.Е. Благов, в монографии, посвященной исследованию эволюции концепции КСО, предлагает выделить два основных этапа. Первый этап, непосредственно этап становления концепции, реализованный в промежутке с середины 1950-х гг. до середины 1990-х гг. Второй этап, с начала середины 1990-х гг. по настоящее время, – это период бурного развития и углубления теории и практики КСО на собственной основе [2, с. 58-76].

По мнению автора, эти два этапа значительно отличаются друг от друга содержанием концепций, типологией и методологией. Содержательный анализ основных трудов в охватываемых периодах позволил сделать определенную классификацию и выделить в каждом из этапов группы второго порядка, т.е. подэтапов развития, когда концептуальные подходы приобретали новые качества со временем развития (рис. 1). Так, двигаясь по временной шкале, можно отмечать трансформации концепций и подходов в их эволюции до настоящего времени.

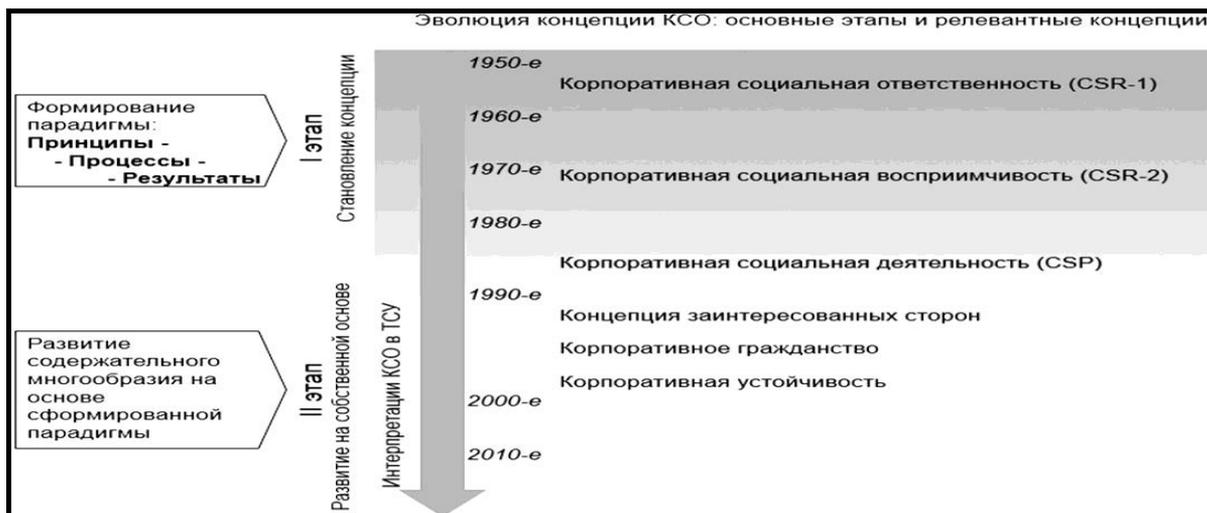


Рис. 1. Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности: основные этапы и релевантные концепции

Сущностью первого этапа стал поиск совокупности принципов, задающих логику постановки задач и решения проблем взаимодействия бизнеса и общества. Причем искомая модель должна была отвечать критериям стабильной устойчивости и обладать свойством законченности, без «белых пятен».

Первое емкое формулирование получило описание нормативной концепции моральных принципов бизнеса, что и стало начальной формой трактовки корпоративной социальной ответственности (corporate social responsibility, **CSR-1**). Нормы данной концепции соответствовали организационному, институциональному и индивидуальному уровням и развивались по двум

направлениям, с точки зрения признания как внешней (признание общественного договора), так и внутренней (морально-агентской) природы КСО. Первое направление обосновывали упомянутый выше Г. Боуэн, а также Фридман М. [9], Кэрролл А. [8, с. 497-505]; второму отдавали предпочтение Веласкес М., Гудпастер К., Доналдсон Т.

Но уже с середины 1970-х г., на протяжении второго подэтапа, трудами других авторов, Акермана Р., Бауэра Р., Фредерика В., нормативная концепция КСО дополняется новым позитивным содержанием, конкретизирующим нормы управленческих процессов под влиянием общественного воздействия, так называемая корпоративная социальная восприимчивость (КСВ, *corporate social responsiveness, CSR-II*).

Третий подэтап по существу стал этапом сведения во едино принципов КСО, КСВ и соответствующих им результатов, в результате чего была сформулирована так называемая синтетическая концепция корпоративной социальной деятельности (КСД, *corporate social performance, CSP*). Основными авторами стали тот же соавтор КСО Кэрролл А., а также Ватрик С., Свансон Д., и др. По мнению Ю. Е. Благова, именно синтетическая КСД, впитавшая нормативную и позитивную концепции, дала возможность сформулировать искомую парадигму принципы – процессы – результаты.

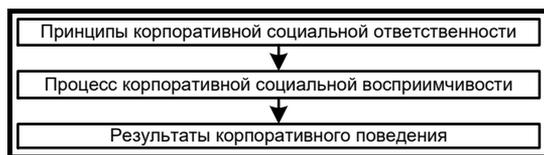


Рис. 2. Модель КСД¹

Фундаментальная значимость этой логики состояла в том, что она позволила направить решение проблем КСО в практическую плоскость, придало свойства чрезвычайной полезности в корпоративном управлении при формировании самого широкого спектра альтернативных моделей корпоративной социальной деятельности в соответствии с изменяющимися реалиями, иногда развивая новые положения, либо по-новому трактуя некоторые из принципов, процессов и результатов адаптируемой концепции.

Бизнес не замедлил воспользоваться новыми возможностями, в результате чего произошло широкое распространение альтернативных концепций, хотя предыдущая модель продолжала оставаться во внимании благодаря ее фундаментальным свойствам, среди которых, впрочем, были и недостатки, связанные с конфликтом нормативного и позитивного подходов, увязанных воедино. Это стало причиной большего уклонения новых альтернативных концепций в сторону прагматизма, который нивелировал такие конфликты.

Сутью второго этапа эволюции КСО стало развитие на собственной основе альтернативного многообразия с постепенным уходом от постпозитивизма и переходом к прагматизму.

Из альтернативных концепций следует отметить три важнейшие, развивавшихся параллельно, во

многом дополняя друг друга, и получившие широкое признание и повлиявшие на общую эволюцию концепции КСО. Это концепция заинтересованных сторон, концепция корпоративного гражданства и концепция корпоративной устойчивости.

Концепция заинтересованных сторон (*stakeholder concept*) позволяет конкретизировать все составляющие корпоративной социальной деятельности как ориентированной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон, что разрешило проблему противопоставления бизнеса обществу и усиления роли прагматизма, а также учитывать неоднородность реалий в различных историко-культурологических условиях.

Концепция корпоративного гражданства (*corporate citizenship*) интерпретировала социальную ответственность через гражданские права и обязанности, другими словами, концепция заключается в том, что во взаимоотношениях с обществом корпорация формирует стратегию развития, свою репутацию и поведение как «ответственного корпоративного гражданина». Концепция корпоративной устойчивости (*corporate sustainability*), обосновавшая и внедрившая в практику бизнес-термин «тройного итога», включающего результаты экономической, социальной и экологической деятельности, по сути интерпретировала макроконцепцию устойчивого развития на микроуровне [1, с. 18].

Результатом такого эффективного переформулирования принципов, процессов и результатов стал в числе прочего тот факт, что действующие сегодня международные стандарты КСД, такие как **ISO 26000, GRI, AA1000**, базируются на совмещении идей концепции корпоративной устойчивости и концепции заинтересованных сторон.

В Российской Федерации было проведено исследование (охватившее также еще четыре страны Центральной и Восточной Европы: Венгрию, Польшу, Чехию и Украину) в рамках международного исследовательского проекта «Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания», результатом которого стало заключение об оценке общественных ожиданий в области социальной ответственности бизнеса [4].

Рассмотрим наиболее показательные результаты опроса. Наихудшие показатели КСО отмечены по позициям помощи в борьбе против бедности (62% опрошенных), информирования потребителей об опасностях, связанных с использованием производимой компанией продукции (61%), а также по отказу от дачи взяток и неучастию в коррупции (59%) Наилучшие показатели, по мнению опрошиваемых, достигнуты по неприменению детского труда (63% опрошенных), по поставке продукции по приемлемым ценам (61%) и по оказанию поддержки в случае катастроф (61%) [4, с. 39]. Можно согласиться с утверждением, что одной из проблем современных социальных отношений является стремление бизнеса оперировать в обществе по принципу выигрыш – проигрыш, но развитие общества и бизнеса можно улучшить, применяя тактику выигрыш – выигрыш [6, с. 106-123].

Следует отметить, что процесс эволюции КСО продолжается, и динамика развития альтернативных направлений только набирает обороты [10, с. 21-36].

¹ Источник: Ассоциация менеджеров, 2008.

Особая заслуга основоположников и исследователей в том, что они способствовали интенсивному приближению теоретических открытий к практическому внедрению и получению достижений. Методология прагматизма, при той же парадигмальной логике принципы – процессы – результаты, обеспечила качественное преобразование проблематики КСО, которая с середины 1990-х гг. стала рассматриваться как направление науки о стратегическом управлении, но с учетом ресурсного и отраслевого многообразия.

За 60 лет истории развития принципы КСО, отражающие всю сложность и неоднозначность взаимоотношений между бизнесом и обществом, прошли этапы формирования и дальнейшего развития на своей основе с таким итогом, что факт взаимного влияния, ожидания и ответственности не только не оспаривается сторонами, но и является предметом современного стратегического управления корпораций, социального развития общества, устойчивого развития государства с целью получения долгосрочной экономической выгоды, социального и экологического благополучия.

Литература

1. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление [Текст] / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2 ; №3. – С. 17-34.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Текст] / Ю.Е. Благов ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2011. – 272 с.
3. Горошилов А.А. Эволюция концепции социальной ответственности бизнеса [Текст] / А.А. Горошилов, А.П. Карибов // Вестн. ВолГУ. – 2007. – №3. – С. 139-143.
4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России [Текст] / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М. : Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.
5. Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента [Текст] // Мат-лы XII междунар. конф. в МГУ им. Ломоносова / под ред. В.И. Маршева. – М. : МАКС-ПРЕСС, 2011. – 332 с.
6. Шихвердиев А.П. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности [Текст] / А.П. Шихвердиев, А.В. Серяков // Вестн. Науч.-иссл. центра корпоративного права и венчурного инвестирования Сыктывкарского госуд. ун-та. – 2008. – №1. – С. 106-123.
7. Bowen H.R. Social responsibilities of the businessman [Text] / H.R. Bowen – Harper & Row: N. Y., 1953.
8. Carroll A.B. A three dimensional conceptual model of corporate performance [Text] / A.B. Carroll // Academy of management review. – 1979. – No. 4. – Pp. 497-505.
9. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits [Text] / M. Friedman // New York Times magazine. – 1970. – Sept. 13.
10. Jenkins H.A. Business opportunity 'model of corporate social responsibility for small-and medium-sized enterprises [Text] / H.A. Jenkins // Business ethics: a European review. – 2009. – Vol. 18 ; no. 1. – Pp. 21-36.

Ключевые слова

Корпоративная социальная ответственность бизнеса; корпоративная социальная деятельность; процесс глобализации; рыночная экономика; государство; зарубежные компании.

Миролюбова Ольга Вячеславовна

Сайченко Ольга Анатольевна

Счисляева Елена Ростиславовна

РЕЦЕНЗИЯ

Статья доктора экономических наук, профессора Счисляевой Елены Ростиславовны, кандидата экономических наук, доцента Миролюбовой Ольги Вячеславовны и кандидата экономических наук, доцента Сайченко Ольги Анатольевны содержит интересный и актуальный материал по исследованию основных мировых тенденций развития понятийного и методологического аппарата корпоративной социальной ответственности. Действительно, явление корпоративной социальной ответственности (КСО) следует рассматривать в международном масштабе как обусловленное влиянием различных институтов институциональное явление. В последнее время в исследовательском дискурсе социально ответственная деятельность бизнеса стала рассматриваться с позиции его роли в гражданском обществе. Проблематика КСО присутствует в работах большого числа отечественных и зарубежных авторов. Современным исследованиям предшествуют труды по социальной ответственности бизнеса второй половины XX в. таких авторов, как Г. Боуэн, К. Дэвис, М. Фридман, А. Кэрролл и Э. Фримен. Условно можно говорить о четырех основных теоретических перспективах рассмотрения КСО: этической теории, экономической перспективе, теории зависимости ресурсов и институциональной теории. Этическая теория основным мотивом КСО называет мотивацию преимущественно неэкономического характера при отсутствии очевидных выгод для организации. С позиции экономических теорий любая деятельность организации ориентирована на достижение максимальной прибыльности бизнеса. В теории зависимости ресурсов основным является тезис о получении выгод от внешних заинтересованных сторон, а институциональная теория рассматривает понятие КСО как внешнюю и внутреннюю для компании социальную норму, следование которой обязательно для получения социальной легитимности.

Авторами справедливо отмечено, что компании выступают агентами, самостоятельными принимающими решения о выполнении социальных обязательств как перед своим персоналом, так и перед широкими группами стейкхолдеров. При этом авторами обращено внимание на социальный характер мероприятий организаций в области КСО. Действительно, ряд исследователей обращают внимание на недостаточное исследование социального характера явления КСО. Такие зарубежные ученые, как Д. Маттен и Дж. Мун, разделяют КСО на скрытую, продиктованную социальными требованиями, нормами и ожиданиями, встроенными в институты данного общества, и явную, отражающую добровольный выбор компаний по решению социальных проблем в виде ответа на ожидания стейкхолдеров. С. Браммер, Г. Джексон и Д. Маттен ставят под сомнение обоснованность тезиса, что бизнес реализует социальные мероприятия только как один из способов увеличения рыночной привлекательности и конкурентоспособности компании на рынке, так как отсутствует однозначный ответ на вопрос: почему, если КСО способствует росту прибыльности компании, формы реализации КСО так сильно отличаются в разных странах.

Интересно, что статья стимулирует интерес к проведению исследований явления КСО за рамками экономических интересов компании как деятельности, которая направлена на достижение рыночных и социальных преимуществ и легитимности за счет добровольной работы на благо общества и за счет выполнения имплицитных институциональных требований, следования запросам внешних стейкхолдеров.

Можно заключить, что статья Счисляевой Елены Ростиславовны, Миролюбовой Ольги Вячеславовны и Сайченко Ольги Анатольевны может быть рекомендована к публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Кох. Л.В., д.э.н., профессор Международной высшей школы управления, «Санкт-петербургский политехнический университет Петра Великого», г. Санкт-Петербург.

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ