

УДК 339.9

## КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ

*Криворотько И. А., Тулякова Н. А.*

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

*E-mail: krivorotko-inna@mail.ru*

В данной статье проанализированы различные подходы к определению значимости корпоративной социальной ответственности предприятий. Осуществлено сравнение сущности ее в странах Европы и США. Рассмотрены теории, предложенные А. Кэрроллом, Дж. Элкингтоном, Е. Фрименом. Выделены основные направления влияния корпоративной социальной ответственности на общество вокруг предприятия.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, мотивы, подход, предприятие, концепция, пирамида, бизнес.

### ВВЕДЕНИЕ

В современных реалиях развитие общества сопряжено с определенными экономическими, социальными, экологическими проблемами. Крупный бизнес, являясь частью общества, во многом предопределяет вектор его развития, поэтому значение корпоративной социальной ответственности (КСО) усиливается. КСО способствует нивелированию негативных последствий производственной деятельности компаний, устранению социальной напряженности, решению ряда проблем глобального и местного развития – этим обусловлена ее ценность. КСО повышает социальную и экономическую устойчивость бизнеса и позволяет наращивать нематериальные активы. Все это вызывает необходимость поиска научно обоснованных действий, нацеленных на поддержку и стимулирование КСО.

Экономической наукой доказано и подтверждается практикой, что для обеспечения устойчивого развития социальная ответственность бизнес-организаций имеет не меньшее значение, чем развитая экономическая инфраструктура, политическая стабильность или воплощение в жизнь проектов инновационного развития. Не надо дополнительных утверждений, что организация – это не просто экономическая целостность. Современная организация выступают органической частью сложной, взаимосвязанной, взаимозависимой совокупности институтов. Именно последние оказывают значительное влияние на организацию, выступая в качестве потребителей, поставщиков, органов власти, посредников, арбитров. В этой непростой сети отношений переплетаются экономические, социальные, экологические, политические интересы, мотивы и стремления.

Теоретические вопросы с определенной проблематикой разработаны в трудах таких зарубежных ученых как Л. Г. Лаптева, Ф. Котлер, У. Баффетт, М. Файдор, Стефан П. Робинс, Девид А. Де Ченцо, Ю. Е. Благов, М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, Т. Сиваева, А. Кэрролл, Дж. Элкингтон, Е. Фримен и др.

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ...**

Но в современных условиях глобальных экономических вызовов необходимо исследование новых подходов корпоративной социальной ответственности, механизма ее функционирования, современных концепций развития и мирового опыта использования в деятельности национальных предприятий.

Целью данной статьи является исследование концепций развития корпоративной социальной ответственности в современном мире.

### **ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ**

Первые научные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности, ее принципов и методов зародились в 50-х гг. 20 столетия. Глобальное значение в их развитии принадлежало американским ученым, в то время как в Европе концепция корпоративной социальной ответственности официально была сформирована только в конце 20 столетия и нашла свое отображение в документе Европейской комиссии «Зеленая книга», который был опубликованный в 2001 году [1, с. 116].

Понятие «корпоративная социальная ответственность» впервые было сформулировано Генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном в 1999 году. Множество трактовок позволяет рассматривать его с разных сторон. Одна из них – это продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологически устойчивому развитию путем максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизации негативного [2, с. 23]. То есть это достижение коммерческого успеха путем учета ценности морально-этических принципов общества. В широком смысле под данным понятием понимается ответственность предприятия к своему продукту или услуге, потребителям, работникам, партнерам, активная социальная позиция предприятия, которая заключается в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участии в решении острых социальных проблем [3, с. 35]. В общем, корпоративная социальная ответственность – это политика, сознательно и целенаправленно избранная предприятием не просто для работы и получения прибыли, а для создания положительного вклада в развитие общества.

Корпоративная социальная ответственность – это свободный выбор компании. Ее целью является повышение уровня благосостояния общества. При этом компания применяет соответствующие подходы к предоставлению корпоративных ресурсов и ведению бизнеса [4, с. 67]. Если брать в расчет культурные, исторические, политические, а также социальные отличия, которые характерны для развития стран Европы и США, то можно отметить значительные региональные различия, имеющиеся в понимании корпоративной социальной ответственности (таблица 1).

Таблица 1

Анализ различий в определении корпоративной социальной ответственности в США и странах Европы

Признаки различий	США	Страны Европы
Цель деятельности предприятия	Максимизация доходов	Достижения стратегических целей с учетом интересов заинтересованных сторон
Мотивы	Личное желание руководителя предприятия, который руководствуется собственными моральными принципами	Социальные требования общества
Главные участники	Предприятия	Предприятия, государственные органы власти, профсоюзы и профессиональные объединения
Документы, которыми регулируется	Кодекс предприятия	Законные и регуляторные акты, закрепленные на уровне государства

Источник: [5, 6].

Из таблицы видно, что основным различием касательно концепций корпоративной социальной ответственности в странах Европы и США является уровень отношения «компания – государство». В частности, если деятельность американских предприятий определяется их руководителями или собственниками, то европейским предприятиям приходится ощущать существенное влияние со стороны государства и профессиональных объединений. Именно государство вместе с профсоюзами определяют минимальные требования к деятельности компаний.

Существующие региональные различия нашли свое отражение в большом количестве научных подходов относительно сущности, роли и значения корпоративной социальной ответственности, которые дополняют или наоборот отрицают друг друга. В основе каждой из них лежит идея анализа предприятия со стороны системности, то есть предприятие представляется как «комплекс взаимосвязанных и взаимозависимых частей, организованных таким образом, что представляют собой единое целое» [7, с. 81–82].

Разница только в том, воспринимать ли предприятие как открытую или как закрытую систему. Поскольку как закрытые системы, предприятия не поддаются влиянию со стороны внешней среды и не взаимодействуют с ним. В противовес, предприятия как открытые системы, динамически развиваются со своим окружением. Однако если выходить из понимания организации как закрытой системы, то идея корпоративной социальной ответственности значительно сужается, охватывая только ответственность собственников и работников. Стоит отметить, что подобное понимание данной концепции было в начале зарождения идей социальной ответственности. В то же время восприятие предприятия как открытой системы порождает много вопросов относительно цели, принципов, направлений, механизма реализации предприятием своей социальной функции и информирования общественности о реализованных мероприятиях.

## КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ...

При этом во многих разработанных теориях концепция корпоративной социальной ответственности часто заменялась другими определениями, которые, по мнению ученых, лучше отображали сущность отношений предприятия и общества. Так, наиболее известными среди них являются «социальная ответственность бизнесменов», «корпоративная социальная деятельность», «корпоративная социальная чувствительность», «этика бизнеса», «корпоративное гражданство» и др. [8, с. 45].

Ученые сгруппировали все существующие теории и выделили четыре основных подхода к концепции корпоративной социальной ответственности [9]. Приведем эти подходы:

1) *инструментальный подход*, в соответствии с данным подходом предприятие является инструментом для создания богатства, а его социальная деятельность направлена на то, чтоб достичь максимально высокого экономического результата. Наиболее известным сторонником такого подхода является М. Фридман, экономист, считающий, что «существует одна и лишь одна социальная ответственность делового мира – использование своих ресурсов и деятельность, направленная на увеличение прибыли, при условии соблюдения основных правил игры (открытая и свободная конкуренция, без обмана и мошенничества)» [10, с. 142]. Иначе говоря, предприятие, действуя таким путем, выполняет предначертанную ему экономическую функцию, изготавливая товары и предоставляя услуги, тем самым обеспечивая максимизацию получаемой прибыли.

Часть современных исследователей, сторонников рассматриваемого инструментального подхода, сходятся в том, что настоящая ответственность бизнеса определяется лишь максимизацией прибыли в долгосрочной перспективе. Дело в том, что такой подход дает возможность объединить интересы не только акционеров, но и других заинтересованных сторон. К тому же они соглашались с тем, что обеспечение максимизации прибыли может требовать от компании определенных текущих расходов на какие-либо социальные или же экологические цели. В последние годы инструментальный подход, определяющий социально-ответственное ведение бизнеса в качестве элемента его стратегического управления, получил значительную популярность [9, 11].

2) *подход с позиции политического влияния*. Данный подход основывается на том, что компания имеет способность влиять на общество. Именно по этой причине компании следует ответственно использовать данную способность. Под социальной силой в данном случае подразумевают способность компании влиять на результаты проведения важных общественных процессов. Цель использования такой способности подразумевает решение общественных проблем вне зависимости от политических институтов. Самой известной является концепция под названием «концепция корпоративного гражданства». Данная концепция зародилась в начале XXI века. В соответствии с данной концепцией роль компании может рассматриваться как в узком, так и в широком значении. В узком понимании роль компании сводят к филантропии, социальным инвестициям и определенным общепризнанным обязательствам перед местным обществом. А вот в широком

понимания компания должна отвечать за сферы, в которых государство не может оказать защиту своим гражданам.

3) *подход с позиции социальных требований.* В соответствии с данным подходом компания должна сосредотачивать свою деятельность на том, чтоб определить социальные требования общества и соответствовать им. Такое соответствие поможет усилить позиций компании. Концепция корпоративной социальной ответственности в 70-х годах изменила свой фокус. Ранее основой было то, «что является добрым для общества», а стало то, «что общество требует от бизнеса». Во внимание стоит взять тот факт, что деятельность любой компании в сфере корпоративной социальной ответственности может быть определена ожиданиями общества от нее. Отдельно стоит отметить, что некоторыми авторами различаются требования, связанные с сокращением негативного воздействия, а также требования, связанные с усилением положительного влияния предприятия на общество в целом. В 80-х годах возникла теория заинтересованных сторон. Ее появление привело к возникновению нового направления исследования. Данное направление предполагает, что социальная роль бизнеса может быть определена требованиями заинтересованных сторон. Тем самым понятие «общество» замещается понятием «заинтересованная сторона».

4) *подход с позиции этики.* Основная особенность данного подхода заключается в том, что основой является идея нравственного долга бизнеса перед обществом. Отдельно стоит выделить подход Дж. Элкингтона с позиции «тройной результативности деятельности» (англ. triple bottom line), а также нормативный подход Э. Фримена с позиции заинтересованных сторон. В соответствии с подходом Дж. Элкингтона у каждой компании есть экономическая, экологическая и социальная ответственность перед обществом, которые обеспечивают жизнеспособность компании. Идеи Дж. Элкингтона не только получили дальнейшее развитие, но и нашли свое отражение в таких теориях, как «универсальные права», а также «устойчивое развитие». Теория «универсальных прав» основывается на том, что признает права человека, права в сфере труда и уважение к окружающей среде как необходимые условия для работы компании. Основой теории «устойчивого развития» является идея, что компания в своей работе отвечает не только перед живущими, но и перед еще не рожденными. Именно по этой причине компания должна контролировать не только экономические, но и экологические и социальные показатели своей деятельности. В то же время нормативный подход Э. Фримена дает возможность описать отношения, складывающиеся между компанией, а также группами лиц, как внутри, так и за его пределами. Речь о лицах, заинтересованных в ее деятельности. В соответствии с данной теорией компания несет моральную ответственность перед заинтересованными сторонами. Таковыми могут выступать: акционеры, работники компании, поставщики, потребители и территориальные общины, в которых осуществляется деятельность компании [9].

Среди других подходов следует выделить подход с позиции «тройной результативности деятельности» (triple bottom line) американского экономиста Дж. Элкингтона [12, с. 48] и нормативный подход с позиции заинтересованных сторон его коллеги Е. Фримена. Согласно подходу Дж. Элкингтона, каждое

## КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ...

предприятие несет экономическую, экологическую и социальную ответственность перед обществом, тем самым обеспечивая свою жизнеспособность. Идеи Дж. Элкинтона получили дальнейшее развитие, и нашли свое отражение в теориях «универсальных прав» и «устойчивого развития». Так, теория «универсальных прав» базируется на признании прав человека, прав в сфере труда и уважения к окружающей среде как необходимых условий для работы предприятий. В основе теории «устойчивого развития» лежит идея, что предприятие в своей деятельности отвечает не только перед современным, но и перед будущими поколениями. Именно поэтому оно должно контролировать как экономические, так и социальные и экологические показатели своей деятельности. Зато нормативный подход Э. Фримена позволил описать отношения между предприятиями и группами лиц, заинтересованными в их деятельности. Согласно этой теории, предприятие несет моральную ответственность не перед обществом в целом, а только перед заинтересованными сторонами, к которым относятся: акционеров, работников предприятия, поставщиков, потребителей и территориальные общины, в которых осуществляет свою деятельность [13, с. 32].

Предприятия, которые занимаются благотворительной деятельностью, более склонны к разработке стратегии корпоративной социальной ответственности. Со временем программы благотворительности перерастают в программы корпоративной социальной ответственности.

Выделяют внешнюю и внутреннюю корпоративную социальную ответственность. Представленная таблица 2 раскрывает структуру указанных видов корпоративной социальной ответственности.

Таблица 2.

Виды корпоративной социальной ответственности

Внутренняя корпоративная социальная ответственность	Внешняя корпоративная социальная ответственность
1. Безопасность труда 2. Стабильность заработной платы 3. Поддержка социальной значимости заработной платы 4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников 5. Развитие человеческих ресурсов через программы подготовки и повышения квалификации персонала 6. Предоставление помощи работникам в критических ситуациях	1. Спонсорство и корпоративная благотворительность 2. Способствование охране окружающей среды 3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью 4. Готовность принимать участие в кризисных ситуациях 5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)

Источник: [14, с. 189].

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер [15, с. 112]:

1. Базовый уровень предполагает выполнение договорных обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности – предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

2. Второй уровень предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип ответственности целесообразно назвать «корпоративной ответственностью».

3. Третий, уровень ответственности предполагает благотворительную деятельность.

Значительное влияние в объединение существующих теорий оказывает подход предложенный А. Кэрролом [5]. Суть его состоит в трактовке социальной ответственности как пирамиды, состоящей из экономической, правовой, этической и дискреционной ответственности организации перед обществом (рис. 1).

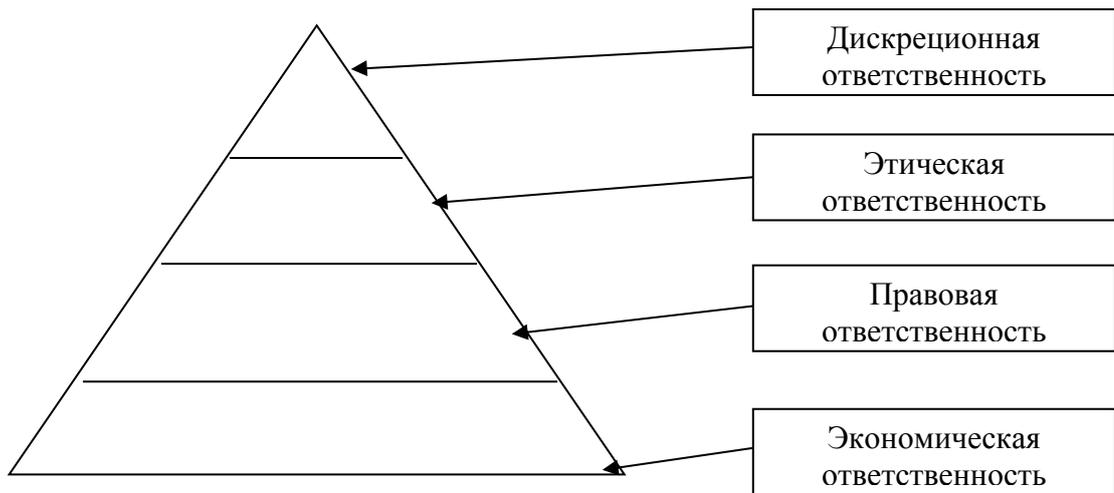


Рис. 1. Пирамида корпоративной социальной ответственности А. Кэрrolла  
Источник: [5]

Основа состоит в экономической ответственности, поскольку исторически предприятия создавались как производители товаров и услуг, для удовлетворения потребностей общества и в итоге – получения прибыли. Правовая ответственность предполагает, прежде всего, соблюдение законов и согласование экономической составляющей деятельности предприятия в соответствии с определенными законодательными нормами. Этическая ответственность не подкреплена документальными нормативами, но подразумевает учет общественного ожидания. Дискреционная (филантропическая) ответственность предусматривает, что организация будет добровольно отвечать на ожидания общества и направлять свою деятельность на поддержку и развитие социальных программ, выступая при этом в роли «корпоративного гражданина» [5].

Современные условия ведения бизнеса негласно предусматривают соблюдение экономической, правовой и этической ответственности, обеспечивая жизнеспособность предприятий, но дискреционная ответственность является

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ...**

высшим уровнем отношения руководителей и владельцев предприятия к потребностям общества.

### **ВЫВОДЫ**

С зарождения концепции корпоративной социальной ответственности и до сегодняшнего времени она претерпела глобальные изменения, трансформировавшись от полного отрицания идеи социальной ответственности предприятия (М. Фридман) к признанию ответственности предприятия за развитие общества наравне с государством (концепция «корпоративного гражданства»). Корпоративная социальная ответственность представлена во многих теоретико-прикладных разработках (концепциях) под различными углами зрения, а также в различных плоскостях. В данной области наблюдается устойчивый прогресс, многообразие подходов, альтернативность по решению задач социально ответственного развития, а также снижение уровня «нормативности», перенос акцента с общефилософских, нравственных аспектов на управленческие. Пирамида корпоративной социальной ответственности А. Кэролла объединяет и отражает существующие подходы к пониманию корпоративной социальной ответственности, показывая как их историческую эволюцию (от понимания организации как закрытой экономической системы к признанию ее связей с обществом), так и изменения в понимании неоднородности общественных потребностей (от признания общего общественных потребностей к их персонификации в зависимости от существующих общественных групп).

Применение на практике корпоративной социальной ответственности предоставляет преимущества в улучшении управления благодаря предотвращению рисков, улучшению репутации предприятия, увеличению объемов продаж и доли рынка, мотивации сотрудников, лояльности инвесторов, улучшению финансовых показателей, налаживанию отношений с государственным сектором и обществом.

### **Список литературы**

1. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества.: Сб. ст., лекций и выступлений / Под общ. ред. Л. Г. Лаптева. М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. 310 с.
2. Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Пер. с англ. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
3. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 268 с.
4. Файдор М. Ответственность бизнеса // Деловой вестник. 2008. № 5. С. 66–69.
5. Davide Secchi Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts Working paper, 2004/34, Department of Economic, Università degli Studi dell'Insubria URL: <http://eco.uninsubria.it>.
6. Dirk Matten, Jeremy Moon «Corporate social responsibility in Europe –state-of-the-art and future perspectives in a globalizing economy», at Academy of Management Annual Conference, August 2003, Seattle. URL: <http://www.nottingham.ac.uk/nubs/ICCSR/news/conferencecontributions.html>.
7. Стефан П. Робинс, Дэвид А. Де Ченцо Основы менеджмента / Перевод с англ. К.: Основы, 2002. 670 с.
8. Побирченко В. В., Пантелеева Н., Школоберда Н. Правовое регулирование этики и социальной ответственности в международном бизнесе // Культура народов Причерноморья. 2008. № 143. С. 43–46.

9. Frans Paul van der Putten A Research Agenda for International Corporate Social Responsibility, NRG working paper series November 2005 no. 05-09 URL: <http://www.nyenrode.nl/download/NRG/workingpapers/NRG05-09.pdf>.
10. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; Пер. с англ. – М.: «Дело», 1993. 703с.
11. Elisabet Garriga, Domènec Melé Untangling the Jungle of Corporate Social Responsibility Theories, Journal of Business Ethics 53: 51-71, August 2004. URL: <http://www.iese.edu>.
12. Elkington J. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of the 21<sup>st</sup> Century Business // Capstone Publishing, 2000. 162 p.
13. Freeman R. Edward, S., Velamuri R., Moriarty B. Edward Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. // Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006. 77 p.
14. Шугаева Е. А. Социализация экономики как одна из ключевых составляющих мировой экономической трансформации // Ученые записки Крымского федерального университета им В. И. Вернадского. Экономика и управление. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского. 2014. Т. 26. № 1. С. 186–194.
15. Simon Zadek, John Sabapathy, Helle Dossing, Tracey Swift. Responsible Competitiveness. Corporate Responsibility Clusters in Action. January 2003. 120p.

*Статья поступила в редакцию 09.11.2015*