

## **Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей**

*Завьялова Елена Борисовна*

*К.э.н, доцент*

*Московский государственный институт  
международных отношений (университет) МИД России*

*заведующая кафедрой экономической политики  
и государственно-частного партнерства*

*[e.zavyalova@inno.mgimo.ru](mailto:e.zavyalova@inno.mgimo.ru)*

*Elena Zavyalova, Head of Economic Policy and PPP Department,  
Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University).*

*[e.zavyalova@inno.mgimo.ru](mailto:e.zavyalova@inno.mgimo.ru)*

### **Аннотация**

Корпоративная социальная ответственность стала объективной реальностью нашего дня. Большинство компаний публикуют социальные отчеты и добровольно применяют стандарты международной нефинансовой отчетности. Вместе с тем вопрос о содержании понятия и необходимости КСО остается открытым. Автор анализирует эволюцию КСО как зонтичной теории для различных направлений исследований роли бизнеса в решении социально-значимых проблем.

### **Annotation**

Corporate social responsibility is a common practice in the modern world. More and more companies publish their social reports and follow Global Reporting Initiative. Nevertheless, there are a lot of discussions of definition and necessity of CSR. The author analyses evolution of CSR as a unified concept of different theories devoted to business participation in social issues.

### **Ключевые слова:**

Корпоративная социальная ответственность, КСО, устойчивое развитие, корпоративная устойчивость, корпоративная социальная восприимчивость, корпоративная социальная деятельность, корпоративное гражданство, международные стандарты нефинансовой отчетности

### **Key words**

Corporate social responsibility, CSR, sustainable development, corporate sustainability, corporate response, corporate social performance, corporate citizenship, Global Reporting Initiative

## **Введение**

В последние годы мы стали свидетелем всплеска популярности идей социальной ответственности бизнеса, что выразилось в резком увеличении количества программ и объемов финансирования, выделяемых компаниями для реализации программ корпоративной социальной ответственности (КСО). За полвека концепция КСО прошла путь от разовых мероприятий отдельных компаний до неотъемлемой составляющей современного менеджмента любой солидной компании. Как в западных, так и в отечественных компаниях принципы КСО все больше интегрируются в систему управления, вводятся должности вице-президента компании, ответственного за КСО, создаются специальные департаменты и отделы. Кроме того, публикация социальных отчетов и внедрение этических кодексов стало общепринятой практикой.

Причиной такого повышенного внимания стали две встречные тенденции. С одной стороны, бизнес искал новые пути повышения эффективности в быстро меняющемся мире. С другой стороны, повсеместно общество стало применять все больший запрос на социальную ответственность бизнеса. Глобальные экономические кризисы последних лет только подкрепили указанные тенденции. В условиях нехватки бюджетных средств для поддержания высоких социальных обязательств правительства многих стран активно способствовали вовлечению бизнеса в решение актуальных социальных задач.

В данной статье на основе конкретно-исторического и неинституционального подходов будет проанализировано взаимодействие бизнеса, общества и государства в деле развития общества посредством социально-ориентированных программ, а также восприятие экспертным сообществом данного взаимодействия.

## Основная часть

Как принято в научном мире, до начала анализа необходимо внести ясность в используемую терминологию. В современной литературе встречаются два близких по смыслу понятия: корпоративная социальная ответственность и социальная ответственность бизнеса. Как правило, термин КСО употребляется при описании социальной ответственности отдельно взятой компании, в то время как «социальная ответственность бизнеса» соотносят с ответственностью всего бизнес сообщества. Представляется, что в реальной жизни эти два понятия являются тождественными. Более того, один из основателей практики КСО в России С.В. Туркин увязывает появление двух терминов не с научной или практической целесообразностью, а с двумя разными переводами термина «бизнес» с английского языка, в котором он обозначает отдельную компанию [11]

В данном исследовании будем опираться на термин «корпоративная социальная ответственность», т.к. он не только является наиболее распространенным, но и обобщающим названием т.н. «зонтичной» теории, вобравшей в себя такие отдельные направления как корпоративное гражданство, корпоративная устойчивость, корпоративная социальная деятельность, корпоративная социальная восприимчивость и многие другие.

Проблема формулирования основных положений теории КСО обусловлена широтой рассматриваемой сферы. Достаточно сложно обрисовать границы социальной сферы, т.к. в конечном итоге под это описание может попасть любой аспект человеческой жизни. С другой стороны, сам термин «ответственность» также открывает поле для дискуссии. Мы можем рассматривать ответственность как синоним надежности и честности в поступках, а можем как синонимы словам «долг» и «обязанность». В первом случае КСО выступает как добровольная благородная деятельность, во втором – фирма ставится в подчиненное, подотчетное положение перед обществом, государством, акционерами и

всеми другими сторонами, с кем она взаимодействует. Отсюда проистекает множественность подходов к определению КСО и наличие большого количества разнообразных, иногда противоречащих друг другу школ внутри общей зонтичной концепции КСО.

Основоположником теории КСО считается профессор Иллинойского Университета США – Говард Боуэн. В 1953 году он опубликовал знаменитую книгу «Социальная ответственность бизнесмена». [1] В ней дано следующее определение КСО. «КСО заключается в реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии которые были бы желательны для целей и ценностей общества. [4] Обозначив общую необходимость социально ответственного поведения, Боуэн положил начало формированию различных ответвлений от первоначальной идеи и появлению многих уточняющих определений. В данном исследовании мы будем опираться именно на это классическое определение.

Перед тем как приступить к анализу самых известных направлений научной мысли в этой сфере рассмотрим три основных подхода к КСО: теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного альтруизма и компромиссные теории.

Теория «корпоративного эгоизма» ассоциируется со знаменитым высказыванием Мильтона Фридмана о том, что «единственная социальная ответственность бизнеса – это приносить прибыль». [7] В основе этой точки зрения лежит убеждение, что главная забота менеджмента компании – обеспечить максимально возможные прибыли владельцам капитала, в частности акционерам компании. Поэтому любое отвлечение средств и ресурсов на посторонние цели, включая социальную ответственность, является недопустимым. Кроме того, сторонники данной теории идут еще дальше, доказывая, что КСО ведет к подрыву фундаментальных основ сводного рынка и даже к социализму. По этой логике главная угроза, которую несут в себе все идеи КСО заключается в подрыве свободы

предпринимательства и конкуренции, а роль государства во всех сферах общественной жизни значительно возрастет.

Теория «корпоративного альтруизма» исходит из совершенно противоположных взглядов. Так, главные сторонники такого подхода К. Дэвис, Р. Фримен и другие говорят о том, что современные компании настолько крупные и влиятельные, что в процессе своей деятельности они вовлекают в свою орбиту максимально широкие группы т.н. «соучастников»<sup>1</sup>. В процессе своей деятельности, особенно в небогатых странах крупная компания может стать более мощной и влиятельной чем само государство. Ее деятельность прямо и косвенно воздействует на социально-экономическое положение в стране, соответственно, являясь причиной всех этих изменений, компания обязана отвечать за последствия. Сторонники этого подхода подчеркивают необходимость добровольного характера программ КСО. По их мнению, компания не может ограничиться лишь выполнением законодательно установленных требований.

Важно отметить, что обе концепции появились примерно в одно и тоже время – в 70-е гг. прошлого столетия. С тех пор спор не затихал, было написано множество исследований на тему необходимости и/или вреда социальной ответственности бизнеса. При детальном анализе обоих подходов обнаруживается, что они имеют гораздо больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Более того, начиная с противоположных направлений, обе концепции при грамотном использовании приводят к одному и тому же результату – увеличению общего уровня благосостояния в обществе и дополнительной прибыли для компании.

Рассмотрим этот механизм. Для более полного понимания будем воспринимать КСО как своеобразный бизнес-процесс. Очевидно, что расходы на КСО сокращают прибыль компании в краткосрочной

---

<sup>1</sup> Термин «соучастники» получил широкое распространение в литературе, посвященной рассматриваемой теме, однако представляется более точным использовать термин «заинтересованные стороны», или «группы, которые оказывают влияние на деятельность фирмы или находятся под влиянием такой деятельности. Более подробно эта тема будет раскрыта ниже.

перспективе, что может привести к значительному недовольству акционеров и инвесторов компании. Однако в более отдаленной перспективе такие расходы увеличат прибыль. Например, расходы на образование в регионе присутствия или в определенной сфере знаний позволяют вырастить квалифицированных работников, расходы на медицину – к повышению производительности труда, а общий рост благосостояния создает дополнительный спрос на продукцию компании. Также существует ряд косвенных факторов, которые можно назвать «психологическими». Например, имидж социально-ответственной компании может привлечь больше инвесторов или повысить доверие потребителей. Подобная логика рассуждений приобретает все большую популярность как в научных дискуссиях, так и в практической ежедневной деятельности фирм. Для компаний главной проблемой такого подхода является наличие серьезного временного лага между первоначальным вложением в социально-ориентированные программы и обещанным результатом. На практике это часто выливается в неспособность менеджмента компании объяснить необходимость таких программ своим акционерам. Для научного сообщества главный вызов состоит в том, чтобы институализировать систему КСО, оставшись в рамках ее добровольного характера, а также предложить методы финансовой оценки влияния программ КСО на деятельность компании в условиях отложенного на весьма неопределенное время результата.

Таким образом, как было указано выше, назрела необходимость создания компромиссной теории, назовем ее условно теорией «конвергентного сотрудничества». В данном контексте возьмем за основу определение конвергенции, как процесса схождения в одной точке. Точками такого «схождения» станут:

1. Заинтересованность приверженцев обоих подходов в том, чтобы фирма как можно дольше оставалась на рынке, будучи при этом достаточно прибыльной для обеспечения интересов всех или отдельно взятых групп стейкхолдеров, включая акционеров;

2. Убеждение в том, что в долгосрочной перспективе соблюдение законных интересов всех вовлеченных групп принесет прибыль как этим группам, так и самой компании;

3. Осознание менеджментом компании, что в условиях конкуренции в зависимости от конкретных условий финансовые и морально-этические аргументы могут быть равнозначны для принятия окончательного решения. Причем в условиях практически полного использования всех имеющихся материальных ресурсов на фоне переизбытка предложения и недостатка спроса, морально-этические аргументы часто имеют даже большее значение.

Интересно отметить, что сам Фримен пришел к признанию возможности конвергенции двух направлений. Фримен считает, что любая эффективная бизнес стратегия вынуждена обеспечивать интересы всех стейкхолдеров.[3]

Теперь, когда мы рассмотрели основные направления научной мысли в отношении к социальной ответственности бизнеса можно приступить к анализу эволюции понятия и форм КСО.

Как говорилось выше, КСО является зонтичной теорией для целого ряда научных теорий. Рассмотрим их в хронологическом порядке. Соответственно, начнем непосредственно с КСО. В 50-70-е гг. основным термином для обозначения социально-ориентированных программ была именно «корпоративная социальная ответственность», а многие из альтернативных ответвлений еще не появились на свет. У истоков теории стояли такие исследователи как Г. Боуэн, Т. Левитт, М. Фридман, Р. Фримен, Дж. Гелбрейт, К. Девис и другие. В своих исследованиях они фокусировались на внутренних источниках КСО. В их представлении бизнесмен с одной стороны отражает ценности, присущие обществу, в котором функционирует его компания, с другой стороны – он сам участвует в формировании этих ценностей. Взаимодействуя с обществом, особенно с местными сообществами, а также учитывая интересы всех своих партнеров бизнесмен

сам определяет те ценности, которыми будет руководствоваться его компания.

К 70-м годам сформировалось представление о КСО как соответствии экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям общества от компании. Наиболее четко этот подход был сформулирован А. Кероллом, построившим знаменитую модель, названную впоследствии «пирамидой Керолла».[2]



Пирамида Керолла была и остается одной из самых популярных теоретических конструкций для описания КСО. Однако к 80-м годам все чаще стала раздаваться критика, связанная с тем, что в данной пирамиде разные виды ответственности существуют как отдельные категории, не пересекаясь и не взаимодействуя друг с другом. В то же время, идеи филантропической ответственности (или дискреционной, как она называлась на начальном этапе), наоборот, получили развитие. Вначале под ней понималась сфера, где общество еще четко не сформулировало свой запрос и менеджмент компании руководствуется своими представлениями о потребностях общества, делая свой самостоятельный выбор.

В результате появилась концепция *корпоративной социальной восприимчивости*. Наиболее известные имена – Р.Акерман, Р. Бауер и др., а также значительный вклад в развитие собственной теории внес упомянутый выше А. Керолл. В рамках этой концепции внимание концентрируется на способности компании оценить и угадать общественные ожидания и



соответственно реагировать на них. В рамках этой логики стратегии менеджмента были разделены на реактивные, оборонительные, адаптивные и проактивные.[4] Представляется, что теория корпоративной восприимчивости является скорее уточняющей по отношению к более широкой концепции КСО, чем отдельным направлением.

Примерно в эти же годы развивалось еще одно направление – *корпоративная социальная деятельность*. Основываясь на пирамиде Керолла, С Вартик, Ф. Кохран и Д. Вуд<sup>2</sup> создали новую трехслойную модель, в которой объединили моральные принципы, внешние факторы, влияющие на компанию, а также решения, принимаемые менеджментом компании в предлагаемых условиях. В свою очередь все три блока делятся еще на три фактора, на которые ориентируется менеджмент компании.



*составлено автором*

Концепция, получившая наибольшее распространение в наши дни, а именно *концепция соучастников*<sup>3</sup>, сформировалась к 90-м годам. Начало этой теории было заложено Р. Фрименом. В основе лежит представление, что фирма работает не в вакууме, а в реальном окружении и для наиболее эффективного взаимодействия придется учитывать интересы всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров). К ним могут быть отнесены на внутрифирменном уровне работники компании и акционеры, а на внешнем уровне – инвесторы, поставщики, местные сообщества, СМИ, защитники окружающей среды, общественные организации и др. Можно говорить о том, что теория соучастников стала «мостом» между теоретическими

<sup>2</sup> Д. Вуд доработал модель, созданную первыми двумя авторами

<sup>3</sup> Также в отечественной литературе можно встретить такое название этой теории как «теория заинтересованных сторон» или «концепция стейкхолдеров»

конструкциями и практическими рекомендациями для менеджмента компании. Именно этим объясняется тот факт, что на сегодня она является главенствующей теорией в рамках КСО.

Анализ понятия КСО был бы неполон без анализа концепции *«корпоративное гражданство»*. Под ним может пониматься как общая идентичность сотрудников одной фирмы, так и представление о фирме, как о целостной структуре. В первом случае, речь идет о том, что работники компании независимо от ее происхождения ощущают себя ее частью по аналогии со своим гражданством на национальном уровне. Во втором – компания это субъект, который, как и другие институты, имеет свои права и обязанности и тем самым формирует общество. Эта концепция была на пике популярности, когда стал очевиден кризис мечты об всеобщем всеобщего благосостояния. Она была одинаково приемлема для менеджмента, общества и государства: компания получала права, а не только обязанности обслуживать общественные интересы, государство – дополнительные финансовые источники, а общество – требуемые блага. По мере развития глобализации теория стала отходить на второй план, т.к. не смогла дать ответ на вопросы какие гражданские права относятся к ТНК или как определить объем прав для компаний, которые сильно отличаются по размеру и финансовой мощи и т.п.

Наиболее молодой и перспективной является теория *«корпоративной устойчивости»*. Она является продолжением и развитием более масштабной концепции – *«устойчивое развитие»*. Концепция устойчивого развития была сформулирована в 1987 г. в докладе Брундтланда» и положила начало новому пониманию целей развития всего человечества. Теория корпоративной устойчивости в определенном смысле является проекцией устойчиво развития на уровень одной фирмы. Среди самых ярких последователей этого направления стоит назвать Дж. Элингтона, Т Диллика и многих других. Так, именно Дж. Элингтон впервые сформулировал знаменитое сегодня понятие тройного итога (*triple bottom line*), т.е.

ответственность по трем направлениям: экономическому, социальному и экологическому. [9] Важно отметить, что принцип тройного итога лежит в основе современной системы нефинансовой отчетности, например, международных стандартов нефинансовой отчетности GRI (Global Reporting Initiative) Главное отличие этого подхода от всех остальных можно охарактеризовать как отход от чисто социальных программ в пользу более широкого подхода, включающего все три направления. С точки зрения авторов концепции, достижение любой из заявленных целей невозможно без достижения успеха по остальным направлениям. Такой подход привел к тому, что сегодня концепция устойчивого развития, практически «поглотила» концепцию КСО, сделав ее своей частью.

#### **Выводы:**

1. Корпоративная социальная ответственность является зонтичной концепцией, объединяющей под собой различные направления мысли, которые как дополняют, так и противоречат друг другу.
2. Наиболее популярными сегодня в рамках концепции КСО являются концепции соучастников (стейкхолдеров), устойчивого развития и корпоративной устойчивости
3. Происходит поглощение концепции КСО более масштабной концепцией устойчивого развития. КСО все чаще рассматривается не как отдельное направление, а часть политики по достижению целей устойчивого развития.
4. Анализ позиций противников и сторонников КСО свидетельствует, что в конечном итоге обе концепции ведут к решению одних и тех же проблем: увеличение прибыли компании и рост общественного благосостояния.
5. Несмотря на разницу в походах сегодня всеми признана необходимость участия бизнеса в решении социально значимых задач, при этом в основе этой убежденности могут лежать как

этические мотивы, так и стремление максимально увеличить прибыль компании.

### **Список литературы:**

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N. Y., 1953.
2. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A.B. Carroll // Academy of Management Review, 1979. - #4 (4).
3. R. Freeman, J. Harrison, A. Wicks, B. Parmar, S. de Colle Stakeholder Theory: the State of Art. Cambridge University Press, 2010
4. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. 2004. № 3. – с.17–34
5. Дж. Ланнон, Л. Ланнон Капитализм без эгоизма пер. с англ. ООО «Попурри», 2014.
6. Пичков О.Б. Корпоративная социальная ответственность американских нефтегазовых компаний / О.Б. Пичков // Международные процессы. 2013. Т. 11. № 32. – с. 113-121.
7. Сафрончук М.В. Социальная ответственность корпораций и общественное благосостояние (экономико-теоретический анализ) / М.В. Сафрончук // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 3. – с. 46-55.
8. Селезнев П.Л. Международный опыт и перспективы реализации государственно-частных партнерств в России / Селезнев П.Л. // Бизнес в законе. 2009. № 5. – с. 338.
9. Старикова Е.А. Значение концепции устойчивого развития в деятельности транснациональных корпораций / Е.А. Старикова // Экономика, предпринимательство и право. 2017. Т. 7. № 2. – с. 125-136.

10. Студеникин Н.В. Устойчивое развитие в проектах государственно-частного партнерства: преодолевая конфликт интересов / Н.В. Студеникин // Сравнительная политика. 2015. Т. 6. № 1 (18). - с. 78-81.
11. Туркин С.В. Как выгодно быть добрым: сделайте свой бизнес социально ответственным / С.В. Туркин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 381 с., с. 36

### Reference:

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N. Y., 1953.
2. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A.B. Carroll// Academy of Management Review, 1979. - #4 (4).
3. R. Freeman, J. Harrison, A. Wicks, B. Parmar, S. de Colle Stakeholder Theory: the State of Art. Cambridge University Press, 2010
4. Blagov YU. E. Konceptsiya korporativnoj socialnoj otvetstvennosti i strategicheskoe upravlenie YU E Blagov Rossijskij zhurnal menedzhmenta 2004 3 s 17 34
5. Dzh. Lannon L. Lannon Kapitalizm bez ehgoizma per s angl OOO Popurri 2014
6. Pichkov O.B. Korporativnaya socialnaya otvetstvennost amerikanskih neftegazovyh kompanij O.B. Pichkov Mezhdunarodnye processy 2013 T 11 32 s 113-121
7. Safronchuk M.V. Socialnaya otvetstvennost korporacij i obshchestvennoe blagosostoyanie ehkonomiko-teoreticheskij analiz M.V. Safronchuk EHkonomika i upravlenie problemy resheniya 2017 T 2 3 s 46-55
8. Seleznev P.L. Mezhdunarodnyj opyt i perspektivy realizacii gosudarstvenno-chastnyh partnerstv v Rossii Seleznev P.L. Biznes v zakone 2009 5 s 338

9. Starikova E.A. Znachenie koncepcii ustojchivogo razvitiya v deyatelnosti transnacionalnyh korporacij E.A. Starikova EHkonomika predprinimatelstvo i pravo 2017 T 7 2 s 125-136
10. Studenikin N.V. Ustojchivoe razvitie v proektah gosudarstvenno-chastnogo partnerstva preodolevaya konflikt interesov N.V. Studenikin Sravnitel'naya politika 2015 T 6 1 18 - s 78-81
11. Turkin S.V. Kak vygodno byt dobrym sdelajte svoj biznes socialno otvetstvennym S.V. Turkin M Alpina Biznes Buks 2007 381 s s 36