

Штукельбергер Кристоф —
основатель и руководитель социальной сети
Globethics.net,
профессор Базельского университета
(Швейцария).

Christoph Stueckelberger —
Globethics.net Social Network.



Социальная и этическая ответственность бизнеса

УДК 174.4

Любая компания несет ответственность перед обществом и государством, в котором она функционирует. Прежде всего сам процесс учреждения фирмы вне зависимости от степени его комфортности является правовым актом, в большинстве случаев удостоверяемым государством. Оно же является и важнейшим заинтересованным лицом для компании, которая рассматривается государством в качестве налогоплательщика и создателя рабочих мест как минимум. Государство может сформировать особые условия образования и деятельности фирм (разного рода преференции), если требуется реализовать какие-либо государственные программы, например программу развития инфраструктуры, разработки технологий и т.п.

Ключевые слова

Социальная ответственность, этическая ответственность, ответственность в деятельности фирмы.

Очевидна ответственность компании перед ее учредителями, первоначальными акционерами, партнерами (инвесторами, кредиторами, поставщиками, клиентами). По крайней мере здесь очевидны как физические, так и финансовые аспекты ответственности компании как юридического лица и ее руководителей как лиц физических.

Однако этим аспекты ответственности и круг заинтересованных лиц не ограничиваются. Можно выделить еще несколько групп интересов, создающих своего рода гравитационное поле ответственности в деятельности фирмы.

Во-первых, партнерские внутрифирменные отношения. На этом уровне происходит более или менее серьезное инвестирование в человеческий капитал за счет повышения квалификации, обеспечения охраны труда и здоровья работников. На этом же уровне могут реализовываться программы, направленные не только на самого работника, но и на членов его семьи через улучшение пенсионного и жилищного обеспечения.

Во-вторых, местное сообщество, где функционирует компания и ее филиалы. Помимо выпуска продукции и создания рабочих мест это выплаты в местный бюджет, вклад в экологические, социальные, культурные и иные проекты, улучшающие качество жизни населения, состояние природной и социальной среды.

В-третьих, это широко понимаемая ответственность (миссия) в достижении общественно значимых целей и укреплении определенных духовных ценностей.

Практики социально ответственного бизнеса формировались практически во всех странах мира и цивилизационных ареалах, хотя обычно акцентируется главным образом западный опыт.

Англо-американская модель базируется на том, что ответственность бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест, обеспечением эффективности их использования через заработную плату, создание условий труда и выплату налогов. Англо-



Social and Ethical Responsibility of Business

Any company is responsible to society and the state in which it operates. First of all, the very process of establishing a company, regardless of its comfort degree, is a legal act, in most cases certified by the state. Thus it also becomes the most important stakeholder for the company, which is considered by the state at least as a taxpayer and creator of new jobs. The state can create special conditions for firms' formation and functioning (all kinds of preferences) if it is required to implement any state programs, for example, the program of infrastructure development, technology development, etc.

Keywords

Social responsibility, ethical responsibility, responsibility in firm's activities.

➤ Адам Смит прежде выпуска своего классического труда написал малоизвестную ныне работу по нравственным началам экономики.

американские условия предпринимательства характеризуются высокой степенью экономической свободы субъектов, многие сферы общественных отношений являются саморегулируемыми. С другой стороны, в США сложились многочисленные институты участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды. Подобного рода социальная активность, филантропия и благотворительность корпораций поощряются налоговыми и иными льготами. В то же время в США сложилась и эшелонированная конфигурация институтов влияния бизнеса на государство и общества.

В европейской модели в общем подходе субъекты бизнеса и налогоплательщики в целом платят сравнительно большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные и другие общественно значимые программы. По сути, социальная ответственность бизнеса уравновешена с социальной ответственностью государства при развитом общественном контроле.



Можно выделить модель патерналистской ответственности государства за социальное развитие, разновидности которой простираются от едва ли не тотальной ответственности государства за всеобщее благосостояние и даже «счастье» (таковы, например, некоторые нефтедобывающие страны арабского Востока) до принятого в рамках социалистических доктрин социального проектирования (наиболее ярким современным представителем этой группы моделей является Китай).

Таким образом, в обобщенном виде различие в исторических типах социальной ответственности бизнеса сводится к масштабу и степени участия государства в осуществлении широко понимаемой социально-экономической политики и развитости институтов общественного самоуправления, а также к степени детализированности правового регулирования деловой активности.

В последние годы популярной стала смешанная модель корпоративной социальной ответственности, охватывающая три основных направления социальной инициативы: экономику, занятость и охрану окружающей среды. Деятельность в рамках социальной ответственности, с одной стороны, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. С другой стороны, сложилось множество национальных и глобальных институтов, которые требуют следования принципам ответственного бизнеса, прежде всего в отношении окружающей среды, качества продукции, условий труда, гарантий занятости определенных категорий и т.п. В частности, многие фондовые биржи сегодня предъявляют довольно жесткие требования к качеству отчетности листингующихся компаний, требуя предоставления не только финансовой, но и нефинансовой отчетности.

Стоит подчеркнуть, что научная разработка категории «социальная ответственность бизнеса» и деловой этики ведется давно. Стоит упомянуть хотя бы, что Адам Смит прежде выпуска своего классического труда написал малоизвестную ныне работу по нравственным началам экономики [1]. И в США еще в 1895 г. Альбион Смолл, лидер ранней американской социологии, подчеркивал, что «не только го-

сударственные учреждения, но и частный бизнес находятся в доверительном владении общества» [2]. Эта концептуальная линия проходит через всю историю осмысления природы предпринимательства в США, не всегда, правда, достигая массового доминирования. Хотя со времен массированного вмешательства государства в экономику в период Великой депрессии институциональная конфигурация социальной ответственности и государства, и бизнеса достигла состояния сложной и развивающейся системы.

Обобщенная история развития понимания социальной ответственности после Второй мировой войны представлена на рис. 1 «Трансформация понятия социальной ответственности». Обратим внимание, что на 1990-е годы приходится разработка такой категории, как «заинтересованные стороны».

В настоящее время под корпоративной социальной ответственностью (КСО) понимается «соответствие деятельности организации экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период времени».

В дальнейшем эта идея была трансформирована в понятие «корпоративная социальная восприимчивость» (КСВ). По В. Фредерик, «существуют два ключевых подхода к эффективному восприятию корпорацией общественных проблем. Первый подход ориентирован на интегрирование вопросов взаимодействия бизнеса и общества в систему стратегического управления... Содержанием КСВ является мониторинг внешней среды, анализ ожиданий конкретных социальных групп, разработка и внедрение планов взаимодействия с заинтересованными группами... Второй подход нацелен на прямое вовлечение корпорации в общественные процессы...». И КСО, и КСВ — это, по сути, разные ракурсы оценки корпоративной социальной активности, отражающие более широкий спектр ее социальной деятельности¹ и влияния.

Практически никогда деловые организации не были совсем уж свободны от общества, в котором они действуют. Как минимум правила

Рисунок 1

Трансформация понятия «социальная ответственность»



учреждения организации, налогообложение, административная и уголовная ответственность за правонарушения составляли ключевые элементы внешней среды деятельности фирмы, которая всегда включена в явные и неявные институциональные конфигурации. Разработка семейства понятий и теорий, описывающих проблематику социальной ответственности, и стандартов, ее регламентирующих, лишь отражает факт возросшей озабоченности общественных групп результатами и культурой деятельности бизнеса. Обобщенно это можно трактовать как нарастание демократических начал в деловых практиках, пытающихся уравновесить противоположную тенденцию — недобросовестного, безответственного, хищнического, преступного способа ведения бизнеса, который наносит ущерб как государству, так и обществу [3]. Стоит подчеркнуть, что взаимодействие этих двух тенденций вовсе не однонаправленное. В зависимости от множества обстоятельств, как объективных (структура рынка, степень монополизации, эффективность регуляторов, влияние общественного мнения и т.п.), так и рукотворных (от лоббизма до проведения специальных операций), соотношение демократических и недемократических начал на разных отраслевых и региональных рынках является динамичным [2].

Рисунок 2

Трансформация современных концепций



Существенно, что в последние годы происходит институционализация КСО, проявляющаяся как в разработке международных стандартов социальной ответственности, так и множества обязательных и добровольных регуляторов (регулирование биржевой торговли, рейтинги, ассоциации)².

Согласно стандарту ISO 26000, социальная ответственность — это «ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, учитывает ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения и интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях». Целью социальной ответственности, согласно стандарту, является содействие устойчивому развитию — «развитию, соответствующему потребностям нынешнего поколения без ущерба для возможностей будущих поколений удовлетворять свои потребности» (ISO 20121) [4].

Оба эти стандарта, ISO 20121 и ISO 26000, связывают вопросы социальной ответственности и устойчивого развития с проблемой соблюдения этики бизнеса.

Тем не менее реальность далека от соответствия стандартам, что дает основания считать КСО «вчерашним днем». Трудно не согласиться с оценкой, данной практикам КСО М. Кингом, председателем Международного совета по интегрированной отчетности: «Люди видят, что компании делают деньги и не помогают обществу. Некоторые компании направляют на решение социальных проблем два процента прибыли. На этом работа КСО заканчивается» [5]. В качестве решения выдвинута концепция интегрированной отчетности, а в ее основе лежит интегрированное мышление, которое «заставляет руководство думать о том, как именно компания делает деньги, как действует, какие ресурсы использует. Компании имеют дело с финансовыми, производственными (оборудование и здания) ресурсами, человеческим капиталом, интеллектуальным капиталом, природным капиталом — водой, землей, инфраструктурой — и социальным капиталом. Менеджмент постоянно общается с акционерами компании с целью узнать и соотнести их нужды с интересами и ожиданиями компании. Таким образом, развивается стратегия бизнеса» [5].

Более высокая роль этики в деловых практиках стимулируется ростом чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального происхождения. В марте 2015 г. ряд стран подписали Сендайскую декларацию³, поставившую ряд принципиально важных вопросов по совершенствованию систем государственного, корпоративного и общественного управления в связи с нарастанием угроз и ущерба от чрезвычайных ситуаций [6].

В этом же направлении развивается и собственно финансовый менеджмент. Он трансформируется в ценностно ориентированный менеджмент, направленный на максимизацию фундаментальной стоимости и рыночной капитализации фирмы. Привычный когда-то фокус на прибыльности смещается в пользу максимизации стоимости бизнеса в интересах всех заинтересованных групп и обоснования решений по комплексному созданию стоимости в краткосрочном и долгосрочном периодах. Особое место в этих конструкциях занимает концепт ответственного лидерства (рис. 2).

➤ Не только государственные учреждения, но и частный бизнес находятся в доверительном владении общества.

Поближе познакомиться с понятием «ответственное лидерство», а также получить ответы на вопросы, почему формирование ответственного лидерства является одним из важнейших элементов стратегии устойчивого успешного развития компании, какой спектр ресурсов необходимо выделять для успешного руководства предприятием и другие, вы сможете в следующем номере нашего журнала.



ПЭС 17131 / 22.08.2017

Примечания

1. Д. Вуд предложила модель корпоративной социальной деятельности (КСД), которая включает как принципы КСО, так и процессы КСО (оценка среды ведения бизнеса, управление заинтересованными сторонами (стейкхолдерами), управление проблемами), а также результаты корпоративного поведения (воздействие на общество, социальная политика, социальные программы).

2. Так, например, Европейская ассоциация корпоративной социальной ответственности (The European business network for, CSR CSR Europe) включает 31 национальную организацию из 26 стран, 80 мультинациональных компаний, среди которых Bank of America, BASF, Canon, Coca-Cola, IBM, Intel, Johnson & Johnson, Microsoft, Panasonic, SAP, Renault, Sony, Tetra Pak, Toyota, Vodafone, Volkswagen и др. Ассоциация основана в 1995 г. в Брюсселе с целью оказания поддержки компаниям-членам в интеграции КСО в каждодневный бизнес.



3. Сендайская рамочная программа по снижению риска бедствий на 2015–2030 гг.

Источники

1. Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.
2. Small A. Private Business is a Public Trust // *American Journal of Sociology*. 1895. N 1. P. 282.
3. Агеев А.И. Предпринимательство. 4-е изд. М.: ИНЭС, 2016.
4. ISO 20121 «Система менеджмента устойчивого развития». [Электронный ресурс]. URL: <http://gostexpert.ru/data/files/20121-2014/65956.pdf>.
5. Мервин Кинг: «Мы должны повернуть за угол и выйти на проспект стабильного капитализма» [Электронный ресурс] // *Экономические стратегии*. 2014. № 2. URL: <http://www.inesnet.ru/article/my-dolzhny-povernut-za-ugol-i-vyiti-na-prospekt-stabilnogo-kapitalizma/>
6. Агеев А.И. Понять. Предотвратить. Преодолеть // *Экономические стратегии*. 2016. № 5.

References

1. Smit A. *Teoriya нравstvennykh chuvstv* [Moral Sense Theory]. Moscow, Respublika, 1997.
2. Small A. Private Business is a Public Trust. *American Journal of Sociology*, 1895, no. 1, p. 282.
3. Ageev A.I. *Predprinimatel'stvo* [Entrepreneurship]. 4-e izd. Moscow, INES, 2016.
4. ISO 20121 "Sistema menedzhmenta ustoychivogo razvitiya" [Sustainable Development Management System], available at: <http://gostexpert.ru/data/files/20121-2014/65956.pdf>.
5. Mervin King: "My dolzhny povernut' za ugol i vyiti na prospekt stabil'nogo kapitalizma" [On the Formation of Strategic Management System for the Russian Economy Modernization and Development]. *Ekonomicheskie strategii*, 2014, no. 2, available at: <http://www.inesnet.ru/article/my-dolzhny-povernut-za-ugol-i-vyiti-na-prospekt-stabilnogo-kapitalizma/>
6. Ageev A.I. Ponyat'. Predotvratit'. Preodolet' [To Understand. To Prevent. To Overcome]. *Ekonomicheskie strategii*, 2016, no. 5, p. 5.