

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО) В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ

О. А. Стребкова

В статье рассматривается корпоративная социальная ответственность как инструмент, ограничивающий конкурентную борьбу, и в то же время как цель социальной деятельности корпораций, которая наполняет нравственным содержанием экономическую жизнь общества в целом. Корпоративная социальная ответственность, исторически возникшая как инструмент получения конкурентных преимуществ экономически сильными корпорациями, сегодня приобрела иное внутреннее содержание, превратилась в мощный нравственно-экономический инструмент контроля общества над корпорациями, в инструмент согласования экономических интересов с социальными интересами. КСО есть преддверие такого состояния общества, в котором нравственность приобретет значение основных скрепов общественного устройства.

Корпоративная социальная ответственность как институт, разрешающий противоречия между экономической целесообразностью корпораций и социальными потребностями общества, исторически возникает в конце XX столетия. В этот период система мирохозяйственных связей значительно расширяется, прежде всего, за счет стран с постсоциалистической экономикой. Для большинства стран характерным становится открытость национального хозяйства, либерализация внешнеэкономических связей и международных торгово-валютных операций. Заметно возрастает роль внешнего фактора хозяйственного развития. В конечном счете, этот период характеризуется ростом интернационализации производства, который сопровождался очередным раундом конкурентной борьбы за ресурсы и рынки сбыта товаров и услуг.

В этот период обозначились две тенденции, которые стали отражением экспортно-импортного обмена: а) усиление

позиций США и б) формирование экономического полицентризма, ведущего к образованию глобальных экономических систем. В 1990-е годы все шире начинают применяться единые для всех стран стандарты на технологии, на загрязнение окружающей среды, бухгалтерскую отчетность, национальную статистику и др. В этот период рынок пополнился новыми игроками на поле экономики, которые начали осваивать мировые рынки, на которых прежде господствовали корпорации развитых стран.

Усиление внешних факторов хозяйственного развития привело к усилению конкуренции среди корпораций, что и определило, по нашему мнению, появление защитных инструментов, снижающих давление экспортной активности вновь образованных рыночных экономик. Стандартизация, получающая в этот период свое развитие, становится мощной преградой на пути вхождения в мировой рынок вновь образованных корпораций. И в то же время стандартизация становится таким отношением, которое начинает включать нравственный элемент, определять социальную значимость корпораций, их роль в социально-нравственном развитии современного общества. Социальный хаос и постоянная конкурентная борьба между корпорациями начинают приобретать видимость порядка, в котором моральная норма начинает играть свою существенную и заметную роль. Эта моральная революция в мировой экономике происходит вопреки основным экономическим законам, вопреки закону прибавочной стоимости, вопреки достижению прибыли любой ценой. Но в то же время это движение есть закономерное движение, вызванное к жизни крупными монополиями, стремящимися оградить себя от таких способов конкурентной борьбы, которые еще в большей степени ввергают общество в хаос, ведут к новым экономическим баталиям. Конкуренция не исчезает, она сохраняется и начинает вестись новыми, раньше не существовавшими, средствами борьбы, международными стандартами и моральными средствами.

Международные стандарты как объективная необходимость образующегося мирового экономического порядка, несомненно, уже сегодня оказывают влияние на российский

национальный бизнес. «Крупные российские компании постепенно переходят на международные стандарты корпоративного управления. Одним из таких стандартов является соблюдение принципа “устойчивого развития”, то есть баланса интересов экономики, социальной сферы и экологии. Иными словами, отказ от получения прибыли любой ценой, в ущерб общественным интересам. Концепция устойчивого развития тесно связана с понятием корпоративной социальной ответственности (КСО). КСО – это добровольный вклад бизнеса в решение стоящих перед обществом глобальных проблем, таких, например, как сохранение окружающей среды, борьба с бедностью или болезнями»¹.

Следуя принципам корпоративной социальной ответственности, корпорации из экономических агентов превращаются в моральных агентов², осуществляют свою деятельность в соответствии с потребностями общества, сливаются с обществом, «растворяются в нем». Но те корпорации, которые по тем или иным причинам этого не делают или не могут делать, становятся антиподами общества, становятся корпорациями-изгоями, которым отказано в какой-либо поддержке, как со стороны общества, так и со стороны бизнес-сообщества, соответствующего критериям социальной ответственности. Таким образом, корпорации, не вошедшие в клуб корпоративной социальной ответственности, обречены на гибель, их конкурентные преимущества требованиями корпоративной социальной ответственности сводятся на нет. КСО становится мощным инструментом в конкурентной борьбе. Но в то же время она становится средством превращения экономики в моральную экономику, конечным результатом которой является чистая окружающая среда, отсутствие бедности и всех пороков, которые ее сопровождают, здоровый образ жизни, т. е. забота о человеке, его нуждах и потребностях, становятся ее приоритетными целями.

¹ Строганов Р. Корпоративная социальная ответственность и привлекательность компании как работодателя / Управление персоналом. 2007. № 18. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/61304/> (дата обращения: 04.10.2013).

² См.: Благов Ю. Е. Корпорация как моральный агент / Российский журнал менеджмента. Т. 4, № 4. 2006.

С появлением корпоративной социальной ответственности моральные средства начинают работать во благо человека, экономика начинает определяться моральными нормами. Но если было бы повсеместно так, все пороки современного общества находились бы в музее вместе с другими древностями. Но экономика моральна настолько, насколько того требует основной закон капиталистического способа производства – прибавочная стоимость. Закон прибавочной стоимости как регулятор поведения корпораций с одинаковой силой принуждает их действовать в направлении прибавочной стоимости, а не ответственности. И потому некоторые российские бизнесмены считают, что кроме налогов они «...больше не должны ничего никому, кроме Бога и совести»³.

Противоречия между экономическими законами и законами морали есть противоречия между обществом и той ее частью, которая владеет частной или акционерной собственностью. В обществе частной собственности экономические законы, объективные законы развития общества частной собственности, с принудительной силой оказывают давление на корпорации. Требование быть технологически или финансово обеспокоенными о сохранении окружающей среды, бороться с бедностью и болезнями – это требование не только практически затруднительно в капиталистическом обществе, но для некоторых корпораций невыполнимо вовсе, особенно в годы экономических кризисов, когда воочию встает вопрос о существовании общества частной собственности.

Сегодня капиталистическая система отношений, товарный обмен, обмен продуктами, обмен техникой и технологией, научными разработками и услугами являются необходимой формой общения между корпорациями и народами. Но при этом ни одна страна, ни один бизнесмен не может совершить социальное самоубийство – совершить обмен своим продуктом, техникой и технологией, научными разработками и услугами ниже региональных издержек или с минимальной для себя прибылью.

³ Пушков А. К. Реставрация – неизбежность как необходимость // Литературная газета. 2004. 10–16 ноября.

Отсутствие повсеместной укорененности корпоративной социальной ответственности как нравственного принципа в деятельности корпораций свидетельствует о том, что со стороны гражданского общества контроль над деятельностью корпораций в окружающей природной и социальной среде невозможен вне рамок конкуренции, вне борьбы и конфликта. Конкуренция слабых корпораций с сильными, а сильных со слабыми порождает требование ответственности от корпораций. В случае монополизации отдельными корпорациями экономической и социальной жизни они могут осуществлять свою производственную деятельность без оглядки на ее же разрушительные последствия.

Если порождение корпоративной социальной ответственности было связано с борьбой сильных корпораций против слабых, то сегодня КСО выступает также орудием борьбы слабых корпораций против сильных. Каждая сторона конфликта (сильные и слабые корпорации) находит в социальной ответственности корпораций средство морального воздействия друг на друга, с целью сформировать необходимое и выгодное общественное мнение, представить ту или иную компанию как морально безответственную и тем самым убедить потребителей в том, что продукты нравственной компании привлекательнее. Убедить в том, что социальная ответственность компании, следующей принципам устойчивого развития, «...становится важным фактором, определяющим желание сотрудников работать в данной компании»⁴. Убедить в том, что компания, не отвечающая принципам КСО, не достойна того, чтобы о ней упоминали вообще. Так незаметно конкуренция экономическая превращается в нравственную конкуренцию.

Если компания соответствует нравственным критериям, то у этой компании и больше потребителей, и больше инвестиций, больше прибыли, больше экономической и социальной выгоды. Нравственность превращается в обыкновенное средство увеличения экономической выгоды, становится товаром

⁴ Строганов Р. Корпоративная социальная ответственность и привлекательность компании как работодателя / Управление персоналом. 2007. № 18. URL: <http://www.lawmix.ru/bux/61304/> (дата обращения: 04.10.2013).

наряду с другими товарами. Быть сегодня ответственной компанией, особенно это относится к компаниям западных стран, значит быть прибыльной компанией⁵. Нравственное чувство народа начинает эксплуатироваться также эффективно, как и его производительные способности. И это в силу того, что в конкурентной борьбе, которой поражено все современное общество, социальная ответственность корпораций, а вместе с ней и устойчивое развитие корпораций, есть результат конфликта, борьбы. Тем самым устойчиво развиваться может лишь то, что не является предметом конфликта, ответственным может быть лишь такое действие корпорации, которое укрепляет позиции корпорации в этой борьбе.

В силу того, что КСО предполагает достижение баланса экономических интересов с интересами социальными, она вместе с тем предполагает сохранение этих интересов и их воспроизводство. В связи с чем предполагается сохранение противоположной направленности действий корпораций в рамках ее ответственного отношения, предполагается следование экономическим законам, которые, опрокидывая волю бизнесменов, с непреодолимой силой требуют от них быть ответственными перед корпорацией. Экономические интересы, которые должны быть сбалансированы с социальными интересами, прежде должны быть действительными экономическими интересами, т. е. интересами производства.

В действительности и в силу противоположности экономических и социальных интересов, ответственные действия корпораций различаются по своей направленности. Если они направлены вовнутрь корпорации, то эти действия по укреплению внутреннего единства корпорации⁶, по укреплению организации средствами материального и морального воздействия. Если действия корпорации направлены на общество в целом, то эти действия по организации союза с потребителями, как необходимого условия существования корпорации.

⁵ См.: *Стребков А. И., Стребкова О. А.* Медиативные перспективы корпоративной социальной ответственности в современной России // *Конфликтология*. 2013. № 3. С. 208.

⁶ См.: *Стребков А. И., Газимагомедов Г. Г.* Конфликтменеджмент в организациях // *Конфликтология: теория и практика*. 2004. № 1.

И действия, направленные внутрь корпорации, и действия, направленные вовне корпорации, есть действия, обоснованные конкурентной борьбой и постоянным конфликтом, в котором корпоративная социальная ответственность играет роль фактора, приводящего конфликтный механизм в действие, и средства его разрешения одновременно. Корпоративная социальная ответственность разрешает конфликт, с целью создания благоприятных внешних по отношению к корпорации условий, опять же укрепляющих экономические позиции корпорации в конкурентной борьбе. При этом корпоративная социальная ответственность предлагает иную систему отношений между корпорациями, основанную на нравственных принципах или, по крайней мере, обусловленную ими.

Ответственность как социальное действие, действие, нацеленное на благо общества в целом, будь то окружающая среда, борьба с бедностью и болезнями, тогда становится действительным действием современной корпорации, когда оно приносит ей дополнительные дивиденды в конкурентной борьбе. В противном случае все действия корпорации вовне, не приносящие ей дивидендов, есть действия безответственные по отношению к своему собственному бизнесу. Поэтому для корпорации необходима мера ответственности, т. е. критерии, согласно которым экономический интерес приходит в соответствие с требованиями общества.

Эти критерии разрабатываются либо государством, либо организациями самих предпринимателей на локальном или международном уровне. Институционализация корпоративной социальной ответственности, будь то политико-правовая институционализация или социальная институционализация, на локальном или международном уровне, есть признание со стороны корпоративного сообщества приоритетности социальных интересов над частными.

Корпоративная социальная ответственность, как некоторое признанное и обязательное отношение для корпорации, став институцией, устанавливает, с одной стороны, равные условия функционирования корпорации, а с другой стороны, барьеры на пути вхождения бизнеса в качестве равноправного участника игры на поле экономики. Входной билет

в международный бизнес становится дорогим, а тем самым становится недоступным для многих, чей инвестиционный потенциал незначителен.

Государство, осуществляя правовое регулирование, разрабатывает необходимую совокупность критериев, которым должен соответствовать современный бизнес. Этим оно ограничивает пространство конкурентной борьбы и создает единую правовую основу ведения бизнеса, устанавливает правовое равенство конкурирующих организаций, но такое равенство, при котором оно превращается в фактическое неравенство, не дающее возможность войти в бизнес опять же тем, инвестиционный потенциал которых незначительный.

Особенности понимания КСО можно рассмотреть на примере деятельности Международного комитета по корпоративной социальной ответственности, возникшего в результате совместной деятельности национальных организаций по качеству России, Украины, Казахстана и Сербии. Им утверждаются критерии ответственности организаций, которые сегодня включены в международный стандарт IC CSR 26000 : 2011 (далее Стандарт. – Авт.) взамен разработанного ранее стандарта CSR/КСО – 2008.

В данном Стандарте указывается, что «возникло и прочно утвердилось понятие о *социальной ответственности* организаций, которая в общем случае включает производство продукции и оказание услуг надлежащего качества, удовлетворение интересов потребителей, соблюдение прав персонала на труд, выполнение требований к безопасности и гигиене труда, к промышленной безопасности и охране окружающей среды, ресурсосбережению, участие в социальных мероприятиях и поддержке инициатив местного сообщества, добросовестное ведение бизнеса»⁷. Под социальной ответственностью (social responsibility) понимается «ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;

⁷ Социальная ответственность организации. Требования. Международный стандарт IC CSR 26000 : 2011. URL:http://www.amu.kz/smkso/files/standartSO_IC%20CSR_26000.pdf (дата обращения: 05.10.2013).

- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях»⁸.

Этическая сущность социальной ответственности, согласно Стандарту, в этическом поведении, которое связано с содействием устойчивому развитию, в поддержании здоровья и благосостояния общества, в учете ожиданий заинтересованных сторон, соответствует применяемому локальному законодательству и согласуется с международными нормами, и интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях. В России «на сегодняшний день все большее количество предприятий, в особенности крупных, начинают по собственной инициативе обращаться к концепции корпоративной социальной ответственности. Это связано с рядом факторов. Во-первых, большинство российских крупных компаний вышли на внешние рынки, что заставляет их соответствовать международным требованиям и стандартам, в том числе в области КСО. Во-вторых, многие бизнесмены понимают, что социальная ответственность не является чистой благотворительностью или пиар-кампанией, а служит системой управления рисками, направленной на долгосрочное развитие бизнеса и рост его стоимости на мировых финансовых рынках»⁹.

Увеличение роста компаний, обращающихся к концепции корпоративной социальной ответственности, окажет влияние на их этическое поведение, как за пределами корпораций, так и внутри последних. Однако корпоративная социальная ответственность становится нормой для тех корпораций, у которых для перехода на Стандарт КСО имеются соответствующие инвестиции, т. е. деньги, необходимые для «внутренней интегрированности в корпорацию этического поведения и внешнего воздействия решений и деятельности».

⁸ Там же. (Дата обращения: 05.10.2013).

⁹ Корпоративная социальная ответственность. Оценка и развитие ответственной компании Сибирского федерального округа. URL: <http://www.csrjournal.com/lib/169-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-ocenka.html> (дата обращения: 05.10.2013).

Этическая проблема социальной ответственности для многих корпораций превращается в экономическую проблему. Отсутствие инвестиций является сдерживающим фактором развития КСО, потому она сохраняет свое значение фактора и основного инструмента конкурентной борьбы, есть вполне оправданный экономическими интересами развитых стран способ не явной, прикрытой нравственными ценностями, международной эксплуатации. Но эта экономическая подоплека корпоративной социальной ответственности ничуть не снижает ее нравственного потенциала для общества в целом.

Требования Стандарта есть требования вполне развитого и ценящего свое достоинство общества, есть показатель нравственности бизнеса и всей национальной экономики. КСО есть достаточно разветвленная система нравственных норм, указывающих перспективное направление развитие корпорация – рост благосостояния общества средствами, не унижающими достоинство человека, ограничивающими произвол собственников, экономический интерес которых, следуя законам прибавочной стоимости, находится в постоянном противоречии с нравственными устоями общества.

Увеличение издержек корпорации на содержание общества, роста его благосостояния и здоровья, на охрану окружающей среды, есть увеличение нравственного, человеческого потенциала корпораций, есть попытка преодолеть законы частной собственности, а тем самым преодолеть частнособственнический инстинкт народа, до сих пор являющийся основой его частной воли, его действий и сознания.

Корпоративная социальная ответственность как инструмент приобретения дополнительных конкурентных преимуществ экономически сильными корпорациями, как инструмент борьбы сильных компаний против вновь нарождающихся корпораций, сегодня приобрела иное внутреннее содержание, превратилась в мощный нравственно-экономический инструмент контроля общества над корпорациями, в инструмент согласования экономических интересов отдельных корпораций с интересами всего общества. Повсеместное распространение КСО есть преддверие такого состояния общества, в котором нравственность приобретет значение основных скрепов общественного устройства.