

Секция «Политические аспекты качества жизни населения»
Истоки корпоративной социальной ответственности

Власенко Александр Александрович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия
E-mail: vlas.aa@mail.ru

Мир постоянно развивается, усложняется и глобализируется, и флагманами глобализации во многом выступают крупнейшие корпорации, возможности которых растут ежедневно. Однако, с новой силой приходит и новая ответственность, и в первую очередь, конечно же, ответственность перед обществом. В процессе увеличения роли бизнеса в общественной жизнедеятельности, начало развиваться понятие корпоративной социальной ответственности, так давайте разберемся что это такое? Обратимся к истории и скажем, почему вообще появилась необходимость об этом говорить?

Корпоративная социальная ответственность (КСО) представляет собой концепцию, в соответствии с которой бизнес учитывает общественные интересы и берет на себя ответственность за минимизацию негативных последствий своей производственной деятельности, за формирование прозрачных, основанных на доверии отношений между обществом, государством и бизнесом. Существует несколько подходов определяющих необходимостью или излишеством участие бизнеса в решении проблем общества, они называются теорией корпоративного альтруизма и теорией корпоративного эгоизма соответственно[2].

А теперь ближе к истории. Все началось с учения Макса Вебера, с его концепция становления капитализма из духа протестантской этики, которая привела к сильному раслоению общества, что не сразу, но всё же вылилось в возникновение массовых антимонопольных движений основным стимулом которых были не политические недовольства, а всеобщее осуждение[1].

Необходимость найти выход из кризиса, повлияла на возникновение новой идеологемы - «служение бизнеса обществу». Первый шаг на тернистом и ухабистом пути служения обществу частной предпринимательской деятельности сделал В 80-х годах XX века Эндрю Карнеги, распродав свои предприятия, занялся системной благотворительностью, а после поразил всех своей книгой «Евангелие богатства»[4].

Особая роль в диалектике парадигм занимает Генри Форду (1863-1947). Он тоже много говорил о служении капитала обществу. Однако его позиция заключалась в том, он не принимал идеи благотворительности, считая «внутренние успехи» производства наилучшим вкладом в улучшение жизни общества, чем какая-либо филантропия[2].

Однако считается, что бизнес по-настоящему глубоко и всесторонне осознал свою ответственность перед всем обществом только во время Великой депрессии в Америке (20-30-е годы XX века). В это тяжелое время он неожиданно для себя открыл такую истину, как невозможность выбраться из кризиса без помощи государства и общества. Выйдя из депрессии бизнес, стал расширять свой социальный вклад в жизнь общества. Это и послужило причиной развития такой области научного познания как корпоративная социальная ответственность.

Принято считать, что термин «социальная ответственность бизнеса» впервые был введен в научный дискурс в книге американского экономиста Г.Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», которая была опубликована в 1953 году. В ней он определил социальную ответственность бизнеса как «обязанность бизнесменов принимать те решения и следовать тем направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей

и ценностей общества»[5].

Сторонники условно относимой к традиционализму «прагматической парадигмы» до сих пор убеждены, что бизнес играет в обществе исключительно экономическую роль, Ответственность предпринимателя полностью отождествляется ими с ответственностью перед законом. Но среди них есть и те, кто обязанностью бизнеса считает достижение максимальной прибыли, даже обходя закон[3].

Это на самом деле достаточно сложный выбор и труд - работать, не нарушая закон, поэтому порой считается, что лучше найти пути, как обойти закон. Служение закону и поиск путей его обхода столь сложные занятия, что на этическую сторону ответственности, никаких сил не остается. Тем более что, к примеру, ответственность за качество товаров и услуг и даже ответственность за своих собственных работников можно заместить рекламой и пиаром. Самыми распространенными аргументами предпринимателей были: нарушение принципа максимизации прибыли, плохо отлаженный алгоритм публичной отчетности, увеличение издержек производства, отсутствие умений решения социальных проблем.

Однако смещение интересов с «эгоизма» к «альтруизму» все набирал скорость. Шла реконцептуализация структур, целей и ответственности предприятий и в 1973 году Комитет по экономическому развитию США сформулировал рекомендации об обязательном значительном вкладе для улучшения качества жизни американских граждан.

В 1990-2000 годы в рамках ООН был инициирован глобальный договор между ООН и мировым бизнесом, основанный на десяти основополагающих международных принципах в области прав человека, труда, экологии и антикоррупционной деятельности. По своей структуре и содержанию они полностью соответствуют концепции устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса[2].

О чем нам может говорить этот краткий обзор развития КСО? В первую очередь о том, что КСО это ответ на социальные вызовы времени, проявляющие себя в периоды кризиса в виде крупных социальных недовольств, что в свою очередь может привести к возникновению совершенно иного политического уровня проблем. Ну и конечно же нельзя не заметить, что начиная с XIX века бизнес вылился в совершенно новое по величине понятие - корпорации. Роль корпораций вплоть до настоящего времени неуклонно растет, доходя до вмешательства крупного бизнеса во внешнюю экономику государства и лоббирования своих интересов внутреннего законодательства страны, не говоря о том что корпорация кроме всего прочего имеет статус социального института и её «политика» может оказывать не только прямое, но и косвенное воздействие на общество.

Источники и литература

- 1) Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990. С. 157.
- 2) Попова А.В. Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. – М.: Союз Дизайн, 2012. С. 15 – 31.
- 3) Солодкая М. С. Ответственность субъекта управления: состояние проблемы и перспективы исследования. - Оренбург: Credo, 1998. № 11. С. 37.
- 4) Супоницкая И.М. Поиск эффективных форм организации крупного предпринимательства в США на рубеже XIX-XX вв.// Экономическая история. Реформы и реформаторы. - М.: 1995. С. 101.

- 5) Шамхалов Ф.И. Государство и экономика (власть и бизнес). - М.: Экономика, 1999.
С. 78