

УДК 330.342.146(045)

ВЫЗОВЫ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

МИНИНА ТАТЬЯНА ИГОРЕВНА,

*канд. экон. наук, доцент Департамента финансовых рынков и банков Финансового университета
tatiana.minina2305@mail.ru*

СКАЛКИН ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ,

*канд. экон. наук, доцент Департамента экономической теории Финансового университета
vvsalkin@mail.ru*

В статье рассматривается существо понятия социальной ответственности бизнеса. Приводятся его определения в научной литературе. Отмечается, что не существует единства трактовки данного понятия. Смысл социальной ответственности раскрывается в контексте новых процессов антиглобализации и проявляющихся тенденций деглобализации, что является авторским видением фундаментальных изменений в мировой корпоративной культуре. Целью работы является рассмотрение изменения роли и характера социальной ответственности бизнеса в динамике изменения глобальных процессов, проходящей через три стадии смены парадигм глобального развития: глобализации, антиглобализации (параллельно с процессом создания многополярного мира), деглобализации.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; глобализация; антиглобализация; деглобализация; корпоративная социальная ответственность; взаимодействие государства и бизнеса, взаимодействие общества и бизнеса, многополярный мир.

Challenges of the New Reality and the Corporate Social Responsibility

MININA T.I.,

*PhD (Economics), associate professor at the Financial Markets and Banks Department, Financial University
tatiana.minina2305@mail.ru*

SKALKIN V.V.,

*PhD (Economics), associate professor at the Economic Theory Department, Financial University
vvsalkin@mail.ru*

The paper discusses the concept of the corporate social responsibility and gives a number of its definitions in the scientific literature. It is noted that there are different interpretations of the concept. The meaning of the corporate social responsibility is revealed in the context of the new processes of anti-globalization and emerging de-globalization trends in line with the author's view of fundamental changes in the global corporate culture. The purpose of the work is to examine the changes in the role and nature of the corporate social responsibility in the global processes going through three stages of the change in the global development paradigms: globalization, anti-globalization (in parallel with the creation of a multipolar world), de-globalization.

Keywords: corporate social responsibility; globalization; anti-globalization; de-globalization; cooperation of the state and business, cooperation of society and business, multi-polar world.

Определение понятийного аппарата, связанного с социальной ответственностью бизнеса

Социальная ответственность предполагает в общем смысле, что организация или физическое лицо добровольно принимает на себя обязанность действовать в интересах всего общества. Социальная ответственность, следовательно, есть обязанность каждого индивидуума поступать таким образом, чтобы поддерживать баланс между экономикой и экосистемами.

Обмен может существовать между экономическим развитием в материальном значении этого слова и всеобщим благосостоянием [1], хотя многие современные авторы могут не согласиться с этим утверждением, поскольку понятие социальной ответственности можно рассматривать исключительно в контексте глобальных процессов, происходящих в настоящее время [2, 3].

Социальная ответственность бизнеса должна рассматриваться в динамике изменения глобальных процессов, проходящей через три стадии смены парадигм глобального развития:

- глобализации;
- антиглобализации; (параллельно с процессом создания многополярного мира);
- деглобализации.

Впервые понятие «глобализация» использовал в 1981 г. Дж. Маклин. Появление же самого термина связывают обычно с именем американского социолога Р. Робертсона, который в 1983 г. использовал понятие *globality* в названии одной из своих статей, в 1985 г. дал толкование понятия *globalization*, а в 1992 г. изложил основы своей концепции в одном из своих трудов. Одним из авторов данной статьи, а именно Т.И. Мининой, понятие «глобализация» определяется как общая область взаимосвязанного развития и использования природных ресурсов, науки, культуры и образования, факторов производства, мировых рынков капитала, рабочей силы, общемирового научно-информационного пространства на основе общепринятых ценностей и правил взаимодействия [1].

Предпосылки процесса глобализации появились в результате окончания Второй мировой войны. Бреттон-Вудская конференция запустила три важных мировых процесса:

- создание международной валютно-финансовой системы посредством приня-

тия Бреттон-Вудского соглашения (*Bretton Woods system*), привязавшего доллар США к золоту, а все остальные валюты стран-участниц — к доллару США, образование Международного валютного фонда, целью которого является достижение стабильности курсов валют и финансовых потоков;

- создание Международного банка реконструкции и развития, вошедшего в Группу Всемирного банка (элемент структуры ООН), чьими целями были восстановление экономик стран, пострадавших в результате войны, а также расширение экономического развития через механизм предоставления кредитов для развития инфраструктуры мировой экономики;
- создание Международной торговой организации, которая в 1947 г. была преобразована в Генеральное соглашение по тарифам и торговле, а в 1995 г. — во Всемирную торговую организацию.

Создание в 1945 г. Организации Объединенных наций положило начало процессу глобализации.

Далее последовало объединение ряда государств в рамках Европейского экономического сообщества, трансформировавшегося в Евросоюз, его расширение, углубление взаимосвязей стран внутри Союза в течение последних шести десятилетий и т.д.

Антонимом «глобализации» стало употребленное Дж. Эмерсоном в своих трудах понятие «антиглобализация». Так, он полагает, что в последние годы в мировом сообществе стали наблюдаться следующие явления:

- усиление тенденций антиглобализации и альтернативных глобализационных сил, призывающих к некорпоративному видению будущего нашего мира;
- значительный рост количества высших корпоративных руководителей, обращающих внимание не только на проведение мероприятий по маркетингу и продвижению, но и на стратегии увеличения общей стоимости компании;
- распространение предприятий и некоммерческих организаций, преследующих социальные цели и ценности;
- расширение дискуссий внутри различных групп инвесторов (рыночных, филантропи-

ческих и социальных) о том, как отслеживать и оценивать сравнительную стоимость нефинансовой составляющей портфеля капиталных инвестиций [2].

Параллельно с антиглобализацией в начале 2000-х гг. в ряде стран стали проявляться тенденции, ведущие к созданию многополярного мира. Так, ряд стран (Китай, Индия, Россия и др.) стал чаще заявлять о том, что система правил построения международных экономических отношений не может диктоваться только ограниченной группой стран — США, Евросоюзом, Японией и др., а страны со специфическими национально-культурными особенностями и многовековыми традициями тоже имеют право участвовать в выработке глобальных правил построения международных экономических отношений.

Был создан экономический союз стран БРИКС (Бразилии, России, Индии, Китая и Южной Африки), Банк БРИКС, Пул условных валютных резервов БРИКС, который потенциально собирается конкурировать с МВФ. Его суммарный объем определен в размере 100 млрд долл. США. 15 июля 2014 г. на саммите в бразильском городе Форталеза был подписан Договор о создании Пула условных валютных резервов стран БРИКС. 7 июля 2015 г. главы центральных банков БРИКС заключили в Москве операционное соглашение по пулу резервных валют. В нем были детализированы процедуры, которые выполняются центральными банками стран-участниц в рамках пула, а также определены их права и обязанности. Доли участников распределены следующим образом: Китай — 41 млрд долл. США, Бразилия, Индия и Россия — по 18 млрд долл. США, ЮАР — 5 млрд долл. США. Все это внесло свою лепту в создание многополярного мира. Таким образом, в своем развитии антиглобализация перешла на другой качественный уровень, который был назван В.В. Скалкиным «деглобализацией».

Если антиглобализация — это тенденция, выражающаяся в протестном движении отдельных групп населения и корпоративных стейкхолдеров, то деглобализация характеризует принципиальные сдвиги в мировой институциональной архитектуре на более высоком уровне. Так, референдум, состоявшийся 23 июня 2016 г. в Великобритании, запустил процесс распада Евросоюза.

Если ранее во время глобализации доминанту мирового развития с точки зрения англосаксонского мира можно было описать через видение мира Фрэнсиса Фукуямы, то при наступлении эпохи деглобализации уместно вспомнить об идеях Роберта Кагана. Если первый доказывал, что современная цивилизация достигла состояния, когда уже полностью сформулирована глобальная система правил, т.е. история развития человечества закончилась, второй же выражает сожаление по поводу того, что история не закончилась и показывает, что глобальная система правил еще не принята всеми участниками процесса.

Возникновение многополярного мира, оставившийся процесс развития ВТО, при котором раунд переговоров в Дохе показал значительные противоречия между группами стран, наконец, неудачи администрации США в создании Транс-Атлантического торгово-инвестиционного партнерства привели к новым реалиям, которые можно назвать деглобализацией, выражающейся, по нашему мнению, в следующем:

- глобальная мировая система политико-экономических взаимоотношений на основе общепринятых правил перестает существовать;
- вместо нее образуется фрагментированное множество различных систем отношений, основанных на индивидуальном восприятии каждого из участников системы индивидуальных правил, сформированных на основе национальных, культурных, этнических особенностей участников мировой политико-экономической системы;
- эти системы индивидуальных правил, вместо объединения в глобальную взаимосвязанную общность, становятся причиной взаимной жесткой конкуренции во всех областях социально-экономической жизни;
- в результате усиления конкуренции на всех уровнях могут произойти существенные изменения геоэкономического и геополитического ландшафта мира.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса

Социальная ответственность означает поддержание равновесия между деловыми организациями и другими участниками экономических

процессов [3]. Эта ответственность может быть как пассивной, заключающейся в том, чтобы избегать участия в социально-вредных действиях, так и активной посредством осуществления мероприятий, непосредственно продвигающих социальные цели в своей деятельности. Чем более этичным будет поведение корпорации, тем реже общество будет нуждаться в принятии более жестких законов в отношении бизнеса.

Большинство правил деловой жизни формируется в результате публичного недовольства, которое угрожает максимизации прибыли и, следовательно, благосостоянию акционеров, т.е. провайдеров капитала. И если бы не было публичного недовольства, госрегулирование было бы минимальным. Ведь очевидно, что изначально компании работают и их ни в чем не ограничивают, затем они совершают неэтичные действия, вызывающие недовольство публики, которая через органы представительной власти принимает законы, в конечном счете ограничивающие действия компаний [4].

Социальная ответственность может касаться различных областей человеческой деятельности: профессиональной, научной, культурной.

Корпоративная социальная ответственность (далее — КСО) определяется Р. Холмом и Ф. Уоттсом в рамках *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* — глобальной ассоциации, продвигающей идеи устойчивого развития бизнеса и состоящей из высших руководителей 200 корпораций, — как непрерывное обязательство бизнеса поступать этично и вносить свой вклад в экономическое развитие одновременно с улучшением качества жизни рабочей силы и их семей, а также местного сообщества и общества в целом [5].

Формулировку КСО в более кратком виде дал В.В. Скалкин: «корпоративная социальная ответственность — это форма корпоративного саморегулирования, интегрированная в бизнес-модель» [6].

Некоторые авторы полагают, что КСО разрушает фундаментальную экономическую роль бизнеса, другие же считают, что социальная ответственность является не чем иным, как *window dressing*, т.е. законно принимаемым приемом маскирования отсутствия чего-либо, или *green*

washing, т.е. созданием компанией иллюзии того, что политика или товар компании являются экологичными и способствуют защите окружающей среды, чтобы оправдать излишние затраты ресурсов [7–11].

КСО является одной из новейших стратегий менеджмента, посредством которой компании пытаются оказать положительное влияние на общество в процессе бизнеса. Имеются свидетельства того, что если КСО принимается компаниями добровольно, то она оказывается более результативной, чем КСО, регулируемая государством [12].

До настоящего времени не установлено общепринятого определения КСО. Каждая компания имеет различные цели КСО, хотя главный мотив везде один. При этом компании рассматривают КСО в двух аспектах: количественном и качественном.

Многим компаниям крайне важно убедить общество, что они снабжают его социально надежными товарами и услугами.

Так, многие организации предоставляют инструменты верификации в международном масштабе. Например, американская компания *UL LLC*, ранее известная как *Underwriters Laboratories*, существующая уже 122 года, насчитывает 12 тыс. работников и действует в 104 странах. Она осуществляет сертификацию, валидацию, тестирование оборудования и технологий в части безопасности их применения. Социальная ответственность этой компании заключается в том, что она помогает производителям электротехнической продукции доказать потребителям, что их продукция отвечает надлежащим стандартам качества, надежности и соответствует требованиям охраны окружающей среды.

В социальную ответственность компаний включается также охрана окружающей среды. Так, *BIFMA* — торговая ассоциация изготовителей мебели — осуществляет спонсирование разработки стандартов безопасности и качества работ. В этой связи можно также назвать *Green Seal* — некоммерческую организацию по разработке и сертификации охраны окружающей среды с целью стимулирования продвижения экологической («зеленой») продукции и развития у людей более сознательного отношения к окружающей среде. Эти ресурсы

помогают корпорациям и их потребителям идентифицировать потенциальные риски, связанные с жизненным циклом продукта, и предоставляют возможность конечным пользователям подтвердить, что их корпоративная практика соответствует идеалам социальной ответственности.

Влияние изменения парадигмы глобального развития на социальную ответственность бизнеса

События последнего десятилетия внесли кардинальные изменения в парадигмы экономического развития и целеполагания бизнеса. К этим событиям можно отнести следующие глобальные изменения экономики:

- Великая рецессия 2008–2010 гг.;
- секулярная стагнация, наступившая после Великой рецессии;
- наступление четвертой промышленной революции;
- рост антиглобализационных движений;
- тенденции к усилению национализма и деглобализации;
- выход Великобритании из Евросоюза и растущая неопределенность будущего всего европейского проекта.

Рассмотрим вкратце, как природа этих изменений влияет на социальную ответственность бизнеса.

Сама по себе Великая рецессия имела ограниченный во времени характер, но она привела к слому традиционных представлений и приоритетов в глобальной экономической деятельности. Так, традиционные представления о макроэкономическом регулировании были заменены неконвенциональной монетарной политикой, выражающейся во взаимодействии национальных центральных банков непосредственно с системно значимыми финансовыми институтами, являющимися по своей организационной форме публичными корпорациями частного сектора в общепринятом представлении бизнеса и научного сообщества развитых стран с продвинутой экономикой. Действия центрального банка в отношении отдельных компаний, таким образом, вызывают широкий общественный резонанс, что является дополнительным элементом социальной ответственности.

Термин «секулярная стагнация», введенный в научный оборот Л. Саммерсом, министром финансов США, в период президентства Б. Клинтона, означает продолжительный период развития экономики без экономического роста и часто упоминается в научном мире как «новая нормальность». Имея в виду, что основными целями акционеров корпорации является увеличение рыночной стоимости их акций, основанное на ожидаемом росте прибыли, при секулярной стагнации возникает принципиально новая система отношений между собственниками — провайдерами капитала и бизнесом. Так как первичной социальной ответственностью бизнеса согласно Милтону Фридману, лауреату Нобелевской премии по экономике, является обеспечение благосостояния владельцев-акционеров, выражающееся в росте рыночной капитализации, важнейшим компонентом которой является увеличение прибыли, структура социальной ответственности модифицируется при отсутствии экономического роста.

Четвертая промышленная революция, о наступлении которой было объявлено на Давосском экономическом форуме в январе 2016 г., приведет к новым технологическим сдвигам в области интернет-бизнеса, роботизации, виртуализации работы персонала, что повлечет принципиальные изменения в отношениях внутри организации между работодателями и персоналом, массовые увольнения, беспрецедентный рост безработицы. Предполагается, что она станет дополнительным вызовом в области социальной ответственности бизнеса.

Проблемы антиглобализации возникли с ростом международного разделения труда и расширением зоны влияния транснациональных корпораций. В своем развитии антиглобализация, начинающаяся с массовых общественных акций, демонстраций, протестов, приводит в демократических обществах к принятию решений на политическом уровне. По нашему мнению, деглобализация является качественно новой тенденцией мирового экономического развития и выражается в массовых протестных движениях и демонстрациях антиглобалистов, не приводя к каким-либо серьезным политическим последствиям. В отличие от антиглобалистских движений, деглобализация — это принципиаль-

ный сдвиг политико-экономической парадигмы политической элиты ряда западных стран. Она основана на следующих принципах:

- прекращение распространения общих правил международных экономических отношений;
- переход на экономику «самодостаточности». Предполагается, что все товары и услуги, включая нефть и газ, США и их союзники могут производить собственными силами;
- снижение зависимости от углеводородов путем внедрения новых технологий газа и угледобычи в США, Канаде, Мексике, а также снижения потребления нефти посредством перехода на альтернативные источники энергии и т.д. Таким образом, прежняя цель американской глобальной стратегии — обеспечение доступа ко всем стратегическим глобальным ресурсам — становится не настолько актуальной.

Выводы

Деглобализация вкупе с изменившимися тенденциями мирового экономического развития принципиально меняет задачи социальной ответственности бизнеса, добавляя новый смысл. Теперь сам бизнес ответственен за проведение институциональных изменений в экономической структуре общества, и он не должен теперь ограничиваться охраной окружающей среды, благотворительностью, заботой о населении и т.д. Возникают новые задачи после того, как бизнес стал оказывать влияние на внедрение в экономику принципов свободного рынка и тем самым снизу влиять на организационно-административную и институциональную структуру общества.

В эпоху глобализации предполагалось, что все участники мировой экономики принимают общепринятые принципы рыночной экономики, поэтому государство оказывает влияние на бизнес сверху вниз. При этом во многих странах, в том числе в России, государство занимало пассивно-защитную позицию, пытаясь сдерживать проникновение рыночных принципов в институциональную среду. Обосновывая свою позицию национальными, этническими, культурными и иными особенностями менталитета,

государство делало все, чтобы сдерживать проникновение глобального миропорядка. Эту позицию можно сформулировать следующим образом: сначала мы оцениваем перемены в институциональных структурах, а только потом решаем, как это имплементировать в национальный экономический стиль.

Великая рецессия имела ограниченный во времени характер, но она привела к слому традиционных представлений и приоритетов в глобальной экономической деятельности

Деглобализация срывает вуаль с принадлежности к глобальной общепринятой системе рыночных ценностей и ставит каждое государство в положение, при котором не существует единых правил игры, и каждый участник должен сам принимать ответственность за себя. Но ликвидация общих глобальных правил становится причиной возникновения необходимости борьбы за индивидуальное выживание. Мир без общепринятых правил становится более жестким, бескомпромиссным, конкуренция во всех областях деятельности становится более острой, действует принцип «победитель получает все». Поскольку не существует общепринятых правил игры, конкуренция затрагивает область социальных технологий. При этом утверждается, что самой эффективной социальной технологией является свободная рыночная экономика. Но далеко не все согласны с этим утверждением. Отличием эпохи деглобализации от эпохи глобализации является то, что противникам этой концепции придется доказывать альтернативные идеи не в порядке дискуссии, а в физическом выживании в лучших традициях социального дарвинизма. Все это и налагает принципиально новые требования к социальной ответственности бизнеса.

Подводя итоги, можно описать происходящие изменения в социальной ответственности бизнеса следующим образом.

Глобализация. Эта эпоха определяется парадигмой однополярного мира, в которой действует единая система правил. В социальной ответственности бизнеса доминируют следующие позиции: получение прибыли для акционеров, рыночная капитализация, увеличение стоимости активов, увеличение контролируемой доли рынка, географическая экспансия бизнеса, ответственность перед менеджерами, персоналом, контрагентами, местным сообществом, потребителями, правительством, охрана окружающей среды.

Антиглобализация. Эта эпоха определяется парадигмой многополярного мира и характеризуется добавлением к единой системе правил, разработанных странами, имеющими статус цивилизаций (Россия, Китай, Индия, Бразилия

и др.). В данном случае социальная ответственность приобретает новые доминанты, например этику бизнеса, интегрированную отчетность (GRI), учет активов по рыночной стоимости (который влияет на взаимоотношения агента и принципала в рамках ответственности бизнеса перед менеджерами).

Деглобализация. Ее основой будет фрагментированный мир. В нем отсутствуют общие правила взаимодействия, каждый участник вырабатывает свои правила. Характерным для данной эпохи является резкое возрастание социальной ответственности бизнеса в части формирования институциональной структуры рыночной экономики на национальном уровне при сохранении, однако, всех предыдущих видов ответственности.

Литература (references)

1. Минина Т.И. Глобализация экономики становится объективным необратимым процессом. // Вопросы гуманитарных наук. 2015. № 6. С. 31–33.
Minina T.I. The globalization of the economy becomes an objectively irreversible process [Globalizacija ekonomiki stanovitsja ob"ektivnym neobratimym processom]. *Voprosy gumanitarnyh nauk — Questions of humanitarian Sciences*, 2015, No. 6, pp. 31–33.
2. Emerson Jed. The Blended Value Proposition: Integrating social and financial returns // *California Management Review*. 2003, Vol. 45, No. 4 Summer, 51 p.
3. The ISO and Corporate Social Responsibility: Perceptions and Definitions of Social Responsibility May 2004. 12p. Available at: https://www.iisd.org/pdf/2004/standards_definitions.pdf.
4. Armstrong J. Scott. Social Irresponsibility in Management // *Journal of Business Research, Elsevier North-Holland Inc.*, 1977, No. 15, pp. 185–213.
5. Holme Richard, Watts Phil. Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense. E & Y Direct, 2000, 32 p.
6. Skalkin V.V. et al. Social Responsibility of Business // The Second International Conference on Economic Sciences. 16th June, 2014. Vienna, 2014.
7. Alejos Góngora, Claudia Lucía. Greenwashing: Only the Appearance of Sustainability. IESE, 2013.
8. Carpenter M., Bauer T., Eiderdown B. Principles of Management, vol. 1.1. Arlington, NY: Flat World Knowledge, 2010, p. 3.
9. The Age of Persuasion. «Season 5: It's Not Easy Being Green: Green Marketing». CBC Radio, January 8, 2011.
10. The biggest environmental crime in history. Libertypost.org. 2009-09-11.
11. Lynn R. Kahle, Eda Gurel-Atay, Eds). *Communicating Sustainability for the Green Economy*. New York: M.E. Sharpe (2014).