

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ОСОБЕННОСТИ ТРАКТОВКИ В ЕВРОПЕ И США

В. Л. Дудкин

*преподаватель кафедры международной политической экономики,
Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь,
e-mail: DudkinVL@bsu.by*

В странах Запада распространены два подхода к корпоративной социальной ответственности (КСО): «ортодоксальное» англосаксонское течение и более «социальное» европейское. Американская концепция КСО, имеющая религиозные и этические корни, отличается от европейской главным образом тем, что последняя благодаря своей отсылке к устойчивому развитию приобретает более политически ориентированный характер и, следовательно, в большей степени институционализована.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: INTERPRETATION FEATURES IN EUROPE AND THE USA

V. L. Dudkin

*lecturer, department of international political economy, Belarusian State University,
Minsk, Republic of Belarus, e-mail: DudkinVL@bsu.by*

In Western countries, two approaches to corporate social responsibility (CSR) are common: the «orthodox» Anglo-Saxon view and the more «social» European one. The American concept of CSR, with its religious and ethical roots, differs from the European one mainly in that the latter, due to its reference to sustainable development, becomes more politically oriented and, therefore, more institutionalized.

Keywords: corporate social responsibility.

В отличие от США, где понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) имеет более длительную историю и уходит корнями в религиозные и этические предписания, КСО в Европе часто соотносится с концепцией устойчивого развития (sustainable development), с которой ее иногда и путают. Можно подумать, что европейские страны с их христианскими традициями тоже могли бы оставить католический или протестантский «отпечаток» на своих трактовках КСО. На самом деле наблюдается обратное, поскольку процесс распространения этой концепции прошел через своего рода секуляризацию понятия, что в итоге ознаменовалось появлением более «светской» концепции КСО.

Так, в европейских странах существует давняя традиция, согласно которой у компаний есть обязательства перед обществом, выходящие за рамки создания стоимости для акционеров. После промышленной революции это проявлялось через корпоративный патернализм, направленный на укрепление отношений компании с определенными группами, в том числе с рабочими. Предприятия уделяли

внимание, например, требованиям охраны труда и техники безопасности в отношении наемных работников и реализации концепции справедливой оплаты труда. В отличие от США с их моралистическим уклоном, в Европе КСО является, таким образом, частью традиции социал-капитализма.

Хотя концепция устойчивого развития оказывает особое влияние на КСО в том виде, в каком последняя практикуется в Европе, она не является чуждой и для американской интерпретации этого понятия: так или иначе компании обоих континентов добровольно или вынужденно стремятся к соответствию своей практики целям устойчивого развития. При этом, однако, сохраняются различия между англосаксонским подходом, который направлен в большей степени на исправление последствий экономической деятельности, и европейским подходом, который в целом более чувствителен к прогнозированию и предотвращению рисков.

Важно отметить также, что в центре американской концепции КСО находится человек. Вспомним, что основополагающая работа Говарда Боуэна, в которой, как считается, и был впервые предложен современный термин «корпоративная социальная ответственность», называется «Социальные обязанности бизнесмена» [1], изначально подразумевая, таким образом, чувство долга и личностную мораль деловых людей, но не компаний [2, с. 270]. Здесь можно предположить культурное объяснение, поскольку индивидуальная логика актуальнее все же в США, чем в европейских странах. В этом контексте отношения между компанией и ее заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) обусловлены управленческой этикой и волей действующих лиц, а регулирование осуществляется без участия государственных органов, вмешательство которых воспринимается как ограничение индивидуальных свобод. Представить себе навязывание ответственного поведения компаниям посредством законов или каких-либо нормативных актов в такой логике довольно трудно.

С другой стороны, в Европе КСО гораздо более открыта для влияния органов государственной власти. Наиболее яркой иллюстрацией этого является разработанная Генеральным директором Европейской комиссии по занятости и социальным вопросам т. н. Зеленая книга (англ. *green paper* – публикация, в которой излагаются предложения для всеобщего обсуждения) Европейского союза «Создание европейской системы КСО» [3], которая, как предполагается, должна стать инструментом, побуждающим компании придерживаться принципов КСО и определяющим их подходы. Европейскими авторами часто используется определение КСО, данное именно в этом документе: «концепция, в соответствии с которой компании интегрируют социальные мероприятия и мероприятия по защите окружающей среды в деловую практику и свои взаимодействия с акционерами на добровольной основе» [3; 8], признавая при этом, что ответственное поведение способствует успеху в бизнесе.

Что касается различий между американской и европейской практикой КСО, к наиболее существенным из них можно отнести следующие.

1. В США распространение КСО начиналось со значительного социального давления, в ответ на которое компании стали разрабатывать политику в области КСО; европейские компании, напротив, характеризуются тем, что они с большей вероятностью воспринимают социальную ответственность как возможное конкурентное преимущество, их роль в распространении концепции является значительной при большей степени добровольности со стороны бизнеса.

2. Нормативно-правовая база в США предусматривает относительно большую свободу для компаний, в то время как в Европе регламентация существенно ограничивает пространство для маневра.

3. При относительно однородной интерпретации концепции КСО в США, для Европы характерны существенные межстрановые различия.

Библиографические ссылки

1. *Bowen H. R.* Social Responsibilities of the Businessman. N. Y. : Harper & Row, 1953. 276 p.
2. *Carroll A. B.* Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct // *Business & Society*. 1999. Vol. 38, № 3. P. 268–295.
3. GREEN PAPER: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility [Электронный ресурс] // Commission of the European Communities, 2001. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/doc_01_9/DOC_01_9_EN.pdf (дата обращения: 22.09.2022).