На правах рукописи

Таганов Максим Викторович

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук.

Специальность 09.00.11 – социальная философия



Москва 2015

Диссертация выполнена на кафедре философии и истории ФБГОУ ВПО Московский государственный индустриальный университет «МГИУ»

Научный руководитель: **Овчинников Герман Константинович,** доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты: **Панюков Александр Иванович**, доктор философских наук, профессор, Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимерязева, профессор кафедры философии

Гуськова Татьяна Васильевна, кандидат философских наук, доцент, Академия гражданской защиты МЧС России, гуманитарный факультет, доцент кафедры экономики финансов и менеджмента

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

Защита состоится « » сентября 2015 г. в 13.00 на заседании Диссертационного совета Д.212.141.12 по философским наукам в Московском Государственном техническом университете им. Н.Э. Баумана по адресу: 105005, г.Москва, Рубцовская набережная, 2/18, УЛК, ауд. 720

С диссертацией можно ознакомиться в Научно-технической библиотеке Московского государственного технического университета им. Н.Э. Баумана и на сайте www.bmstu.ru.

Автореферат разослан « » августа 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат философских наук, доцент Попова А.А.

Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертационного исследования «Социальная ответственность бизнеса: философский анализ» обусловлена рядом причин. Во-первых, возрастанием масштабов и роли товарно-рыночной экономики в постиндустриальном развитии общества и спецификой бизнеса как ее конкретной формы. Во-вторых, противоречиями и трудностями в социальном обеспечении жизни слабо защищенных слоев населения со стороны современного государства. В-третьих, активностью указанных слоев гражданского общества по защите своих интересов, и в частности, выступлениями против эгоистического отношения бизнес-сообщества к их социальным запросам. В-четвертых, недостаточной разработанностью теоретических основ конкретно-практических проблем социальной ответственности бизнеса.

Особое значение актуальность диссертационной темы имеет для России, перешедшей в конце XX столетия на рельсы товарно-рыночного развития. В российском обществе сложились непростые взаимоотношения, с одной стороны, между бизнесом (предпринимательством) и государственной властью, а с другой - между бизнесом и обществом. В частности, бизнес имеет серьезные претензии к законодательству с точки зрения обеспечения свободы предпринимательства. В то же время государство неудовлетворенно тем, как предпринимательство реагирует на его призывы активно включиться в процессы модернизации страны, начиная с развития наукоемкой высокотехнологичной промышленности и кончая активным участием в социальном обеспечении населения.

Противоречивая ситуация складывается и в области научных исследований. С одной стороны, представители отечественной науки настойчиво изучают опыт развития рыночной экономики Запада, в том числе повышения социальной ответственности бизнеса. Особенно заметен этот процесс, начиная с 2000-го года. Но этому изучению западного опыта не

хватает критической остроты. Оно во многом носит ученический характер. С другой стороны, практика социальной ответственности российских корпораций развивается крайне медленно.[1] Отсюда задача отечественной науки не ограничиваться исследованием конкретно-научных, прикладных аспектов проявления социальной ответственности бизнеса, а перейти к их более обобщенному философскому анализу.

Степень разработанности проблемы

Исторически сложилось так, что фундаментальный вклад в конкретно-научную разработку основ социальной ответственности бизнеса в ее современном понимании был внесен западными странами. В ряду западных исследователей получили известность работы таких ученых, как С.Ааронсон, С.Адамс, Р. Акерман, Й.Андриоф, Р.Барнетт, Г.Боуен, Д.Виндзор, М.Ван, Д.Вотав, Г.Годпастер, К.Девис, Т. Дональдсон, П.Друкер, А.Кэролл, А.Крейн, Т.Левитт, М.Ван Марревийк, Ф.Мохан, Л.Престон, Дж.Пост, С.Уаддок, В.Фредерик, П.Френч, М.Фридман, Р.Фридман, К.Фукукава, В.Чеппл, А.Шапиро, М.Шварц и многих других. Позитивные результаты достигнуты в раскрытии различных аспектов сущности корпоративной социальной ответственности бизнеса (КСО), ее структуры и механизмов практической реализации. Преимущественное развитие получили как раз экономические и социологические исследования указанного объекта (в аспекте микроэкономики, т.е. деятельности корпораций).

Значительную работу в области исследований КСО развернули отечественные ученые. В их числе: С.Н.Алямкин, И.Барбашин, С.Братющенко,

---

[1] По данным доклада, подготовленного Форумом доноров крупнейших благотворительных организаций в России для Общественной платы РФ, в стране работает 301 благотворительная организация. Но лишь 107 из них открывают (публикуют) финансовую отчетность. Годовой оборот последних составил в 2010 г. - 23,4 млрд. руб. В мировом рейтинге развития благотворительности Россия занимает лишь 138-е место из 153 стран.// Газета // Коммерсантъ.2011. 1 декабря.

И.Ю.Беляева, М.В.Бикеева, Ю.А.Благов, В.Г. Бочкарев, Д.А. Виноградов, А.Д.Григорьев, С.В. Гончаров, О.М.Демчук, М.В.Каргалова, А.В.Корчагин, Т.В.Кравцова, Н.А.Кричевский, Т.П.Ларионова, М.И.Либоракина, М.Л.Лучко, Н.П.Николаев, Ю.Ю.Петрунин, Е.Ю. Савичева, С.А.Стрижов, Г.Л.Тульчинский, Т.В.Чубарова, А.Н.Шохин, М.А.Эскиндаров, Э.Ю.Яровой и др. Общий вклад в науку российских исследователей заключается в осмыслении достижений западной мысли в разработке конкретных аспектов социальной ответственности бизнеса, в привязке этих достижений к российской действительности, в уточнении ряда теоретических позиций, конкретизации понятийного аппарата.

Вместе с тем в данной области западных и российских исследователей обнаруживаются серьезные трудности и противоречия. Прежде всего, обращает на себя внимание перекос в исследованиях социальной ответственности бизнеса в сторону конкретно-научных, проблем. По ходу их разработки временами затрагиваются и философские проблемы, но спорадически и фрагментарно.

Свидетельством тому являются затруднения с теоретическими интерпретациями самого понятия КСО. Одни авторы понимают КСО как исключительно нравственное деяние, обусловленное доброй волей руководства корпораций. Другие трактуют ее именно как объективную закономерность. Нет концептуального единства в понимании объема содержания КСО. Следует далее отметить, что в среде западных исследователей существует стремление заменить понятие КСО на альтернативные категории в рамках так называемых альтернативных тем (концепции корпоративного гражданства и т.д.). Слабым местом западных и отечественных разработок социальной ответственности бизнеса является также тот момент, что она рассматривается исключительно сама по себе, как самостоятельное явление. Т.е. вне связи с такими родственными концепциями, как теории социального государства, социально-ориентированной экономики,

социально-справедливого общества, хотя эта связь, что называется, самоочевидна. Почти не учитывается роль протестного движения населения за коренное улучшение своего социального положения. Эти трудности и недостатки присущи и российским исследованиям социальной ответственности предпринимательства. Как следствие всех этих моментов, преодолевается медленно традиционно недоверчивое отношение к бизнесу основной массы российского населения.

Цель диссертационного исследования: проанализировать философские основания социальной ответственности современного бизнеса в качестве условия решения конкретных проблем ее развития, ее место и роль в рамках общей эволюции общества вообще и российского общества, в частности.

Задачи работы:

1. Изучить теоретико-методологические аспекты исследования ответственности через ее соотношение с понятиями свобода, свобода воли.

2. Раскрыть сущность и структуру, место и роль социальной ответственности бизнеса в развитии общества.

3. Определить логику исторического развития социальной ответственности бизнеса, как в целом, так и в российском варианте.

4. Расширить проблемное поле исследования социальной ответственности бизнеса за счет соотношения ее концепции с конкретно-научными концепциями социально-ориентированной экономики, социального государства, правового государства и гражданского общества.

5. Обосновать роль и значение ведущих общественных организаций (ассоциаций) российского бизнеса (предпринимательства) в части формирования стратегии развития его социальной ответственности.

6. Раскрыть механизм реализации социальной ответственности бизнеса посредством формирования корпорациями социальных программ, стандартов отчетности, оценить уровень эффективности социальной ответственности российского бизнеса.

7. Выявить более точное значение в категориальном отношении концепций, развиваемых в западной литературе под общим названием «альтернативные темы» КСО.

Объект исследования: социальная ответственность бизнес-корпораций, включая деятельность общественных организаций бизнес-сообщества.

Предмет исследования: философские аспекты формирования и развития социальной ответственности бизнес-корпораций в целом, российского бизнеса, в частности.

Научная новизна диссертации состоит в следующем

1. Выверены философские основания исследования ответственности в деятельности людей, включая такую ее форму, как бизнес (предпринимательство), через раскрытие связи этой категории с категориями «свобода», «свобода и ответственность», «свобода воли», «права и свободы человека». Конкретизированы модальности свободы, ответственности и свободы воли.

2. Уточнены основные точки зрения на сущность и структуру социальной ответственности бизнеса в аспекте их широкого и узкого значения.

3. Социальная ответственность современного бизнеса включена в контекст концепций «свободного государства», «социально-ориентированной экономики».

4. Очерчены этапы исторического развития социальной ответственности современного делового мира (частно-хозяйствующих субъектов рыночной

экономики) от спорадических актов благотворительности (филантропии, меценатства) до институциализированных форм и методов его социальной практики.

5. Исследована роль основных общественных организаций российского предпринимательского сообщества в развитии социальной стратегии корпораций в направлении гармонизации интересов бизнеса, государства и общества.

6. Раскрыта уровневая структура системы социальной ответственности бизнеса, включая уровень корпораций, уровень предпринимательского сообщества как класса в социальной структуре общества, а также общенациональный уровень этой ответственности.

7. Дана более выдержанная в категориальном отношении интерпретация «альтернативных подходов» к концепции корпоративной социальной ответственности, но не в качестве ее замены, а в статусе ее основных модификаций. Эта интерпретация не отменяет правомерности использования понятия и самой концепции КСО, а, напротив, обогащает и углубляет ее содержание.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Общим теоретико-методологическим основанием исследования социальной ответственности бизнеса выступает анализ категориального ряда философских констант человеческой жизнедеятельности - свобода, свобода и ответственность, свобода воли; констант, конкретизированных в теории прав и свобод человека. Ответственность, как и свобода, есть результат познания необходимости и выступает как момент (сторона) закономерности взаимодействия людей. В дополнение к традиционно выделяемым двум модальностям свободы, ответственности и свободы воли выделена третья их модальность, связанная с определением границ или меры деятельности субъекта (государства, бизнеса) в части преобразования природной и

социальной среды. Превышение этой меры ведет к различным деформациям развития социальной системы в целом.

2. Главный вывод из философского анализа социальной ответственности бизнеса состоит в том, что она выступает в качестве важного структурного элемента в рамках широкой закономерности развития современного общества, отраженной в различных концепциях социальной науки (конкретно - «социального государства», «социально-ориентированной экономики»). Без учета закономерного характера социальной ответственности бизнеса невозможно полнокровное функционирование экономики общества и, соответственно, современных теорий общественного развития.

3. Современная система социальной ответственности предпринимательства (бизнеса) представляет собой завершающий этап эволюции традиционных форм благотворительности (меценатства, милосердия, спонсорства). Она приобретает институциональную форму закономерной активности корпораций в условиях завершения развития индустриального общества и его перехода в постиндустриальную стадию. Типичными ее чертами становятся формирование корпорациями социальных программ, официальных стандартов и отчетности по развитию своей социальной ответственности.

4. С исторической точки зрения бизнес и его социальная ответственность есть современный способ организации производства средств жизни, их распределения и обмена в условиях товарно-рыночных отношений и частной собственности на основные средства производства. Его отличает от традиционного предпринимательства ярко выраженное стремление к максимизации прибыли, обостренные формы конкуренции, высокий динамизм в развитии научно-технических и организационно-управленческих инноваций, более активное продвижение товара к потребителю, институционализация форм и способов социальной ответственности перед обществом. Все эти

свойства бизнеса способствуют повышению темпов эволюции социальной системы, развитию творческих сил человека при условии контроля со стороны государства и институтов гражданского общества.

5. Система социальной ответственности бизнеса характеризуется сложной уровневой структурой. Первый ее уровень (эмпирически базовый) составляют корпорации (фирмы и пр.). Второй уровень представлен классовой социальной ответственностью бизнеса. В этом качестве бизнес выступает локомотивом цивилизационной эволюции конкретного общества, как в части развития его производительных сил, так и формирования более высоких стандартов образа жизни. Третий уровень – национальная социальная ответственность бизнеса. При всем стремлении бизнеса разных стран к глобализации своих интересов, сглаживанию различий наций, он в целом подчинен объективной логике развития конкретных («митропольных») наций, (их государств), выступая в качестве одного из главных регуляторов их социальной ответственности друг перед другом за общий прогресс человечества в целом.

6. Важная ступень в цивилизованном развитии бизнеса – формирование его общественных ассоциаций (объединений) – национальных и мировых. Эти «надстроечные» организации выступают как своеобразные профсоюзы корпораций. В современной России сложился определенный ансамбль этих ассоциаций. Основные функции этих объединений состоят в защите интересов бизнеса, в разработке стратегии его развития, в регулировании отношений бизнеса и общества, бизнеса и государства, а также взаимосвязей между корпорациями.

7. В диссертации обоснована иная, более конкретная в категориальном отношении точка зрения на разнообразие специализированных концепций социальной ответственности бизнеса (КСО), представленное теориями корпоративной социальной деятельности, корпоративной социальной восприимчивости, корпоративного гражданства, заинтересованных сторон. В

противоположность распространенному в западной (англоязычной по преимуществу) литературе термину «альтернативные концепции» вводится понятие основных модификаций (направлений) КСО. В диссертации выдвинуто положение, что указанные предложения представляют стройную систему КСО в единстве ее основных модификаций, которые целесообразно рассматривать как в исторической, так и в логической последовательности.

Личный вклад аспиранта заключается в том, что все выводы были сделаны лично диссертантом, а результаты проведенного анализа достигнуты самим автором диссертации. Содержание диссертационного исследования отражает личный вклад автора в опубликованные работы. Им изучен большой объем теоретических исследований и дополнены имеющиеся концепции философского осмысления социальной ответственности бизнеса.

Апробация диссертации. Работа прошла апробацию на кафедре философии и истории Московского государственного индустриального университета, в ряде выступлений на международных и всероссийских конференциях. Основные положения диссертации изложены автором в научных публикациях, в том числе в журналах из перечня, определенного ВАК.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования. Данная диссертация представляет собой исследование, посвященное анализу философских оснований и насущных проблем развития социальной ответственности бизнеса. Работа опирается на разработки известных зарубежных и отечественных ученых в области КСО, а также на опыт авторского осмысления развития КСО российских бизнес-компаний.

Положения и рекомендации, полученные в ходе исследования могут быть использованы государственными органами, общественными организациями, связанными с решением задач по успешному развитию российского бизнеса, повышению его роли в росте благосостояния населения, в

обеспечении экономической и социальной безопасности страны, а также в целях возвышения его имиджа, как в рамках России, так и в международном плане. Результаты исследования могут быть также использованы в развитии теории КСО, в разработке учебных курсов в высших и средних учебных заведениях.

Структура диссертации состоит из введения, двух глав (по три параграфа в каждой), заключения и библиографического списка из 140 наименований на русском и английском языках. Общий объем диссертации 167 страниц.

Общая характеристика содержания диссертации

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, анализируется степень разработанности проблемы, определяется объект, предмет, цель, задачи исследования, формируется методологическая база, раскрывается практическая и теоретическая ценность работы, формируется новизна и основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Философские основания исследования социальной ответственности бизнеса»** дано обоснование теоретико-методологических основ исследования социальной ответственности современного бизнеса применительно к международному опыту и российской действительности.

В первом ее параграфе «Социальная ответственность как понятие и реальность» анализируется смысл и назначение ответственности как элемента человеческой деятельности вообще. Отталкиваясь от основных философских понятий – «свобода и ответственность», «свобода воли» (в связке с той же ответственностью), уточняется ее содержание и значение для человеческой деятельности. Она представляет собой *закономерную* сторону взаимодействия людей, суть которой их взаимозависимость как условие успеха не только их конкретной совместной деятельности, но и как фактор стабильного и устойчивого развития общества в целом. В основе ответственности лежит соглашение участников взаимодействия относительно взаимного учета их прав

и обязанностей, связанных с их интересами. Условно можно различать два способа развития мотивации ответственности в деятельности людей. Один представляет ответственность как призвание, т.е. как имманентное, само собой разумеющееся свойство поведения и деятельности человека в его взаимодействии с другими людьми. Эта форма не требует обязательного систематического внешнего принуждения и жесткого контроля. Другая, напротив, выступает именно как «добровольно-принудительная» и предполагает разнообразные меры принуждения и постоянного контроля.

Конкретное содержание выделенных категорий обычно раскрывается через их модальности: ответственность – «перед кем» и «за что»; свобода – «от чего» и «для чего», свобода воли – «воля к чему» и «с помощью как средств» (аспект «цели и средства их реализации»). В диссертации обосновывается необходимость введения еще одной модальности у всех трех явлений, указывающей субъектам взаимодействия на пределы (границы) или меру их свободы, ответственности и свободы воли. Эта мера определяется конкретными условиями действия людей. Свобода, понимаемая по принципу «что хочу, то и ворочу», провоцирует хаос, правовой и моральный беспредел. К этому же беспределу ведет нарушение границ ответственности, за которыми она превращается в свою противоположность. Основной вывод данного параграфа состоит в том, что ответственность взаимодействующих людей, как в целом, так и бизнеса, в частности, носит объективный характер. И потому является неотъемлемым условием успеха их деятельности, залогом стабильного, устойчивого развития общества.

Во втором параграфе «Место и роль социальной ответственности бизнеса в общей системе общества» раскрывается, прежде всего, сущность социальной ответственности бизнеса. Автор исходит из его определения как производственной, коммерческой и финансовой деятельности, организованной предпринимателями на началах известной автономии за счет своих средств.

Главный мотив их деятельности - извлечение прибыли, присваиваемой собственником средств производства.

Уточняется проблема различных, субъектно-объектных уровней рассмотрения деятельности бизнеса, его социальной ответственности: от общества, широких общностей, типа нация, класс, до отдельной корпорации и индивидуального предпринимателя (до личности). Раскрывается диалектика общества и личности. У Запада и России здесь выявляются свои особенности. Запад, начиная с эпохи А.Смита, исповедует принцип, по которому общественный интерес (интерес общества) реализуется исключительно через личный интерес. По этой логике помимо индивидуальных интересов никаких отдельных интересов общества в целом не существует. Марксисты, напротив, разводили общественные и индивидуальные интересы, отдавая первенство интересам общества.

Эти подходы нельзя противопоставлять. Они должны быть гармонично соединены. В этой связи выделяются две основных стратегии социальной ответственности бизнеса: ответственность перед обществом во всей совокупности его частей (групп и сфер), включая и личность, и ответственность перед государством (центральными и местными органами власти). Во втором случае бизнес социально ответственен перед государством и выстраивает свою деятельность в соответствии с правовой системой, формируемой этим государством (политическая, юридическая или гражданская ответственность). Опираясь на эту систему, государство регулирует деятельность бизнеса. Отсюда проблема правовой легитимности корпораций.

В первом случае бизнес непосредственно ответственен перед обществом и вынужден выстраивать свою деятельность и стратегию социальной ответственности при доминировании не столько права, сколько законов и норм морали данного общества. Это его ответственность перед наёмным трудом,

партнерами, потребительским сообществом, различными социальными институтами.

Среди последних важное значение имеет сфера образования, особенно ее вузовский сегмент, поскольку в этой сфере ведется профессиональная подготовка кадров или, на языке бизнеса, человеческого и социального капитала. Помимо всего прочего вузы выступают также центрами научных исследований, в том числе по проблемам бизнеса.

В третьем параграфе «Историческая логика формирования социальной ответственности бизнеса и концептуальная связь ее теории с другими социальными доктринами» рассматривается исторический процесс формирования концепции социальной ответственности бизнеса и ее связь с концепциями социального государства и социально-ориентированной экономики. Как пример анализа первой части проблемы принята книга «Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада» (2004). В ее основе лежит обследование, проведенное по инициативе общероссийской общественной бизнес - ассоциаций «Деловая Россия». Предметом заботы этой общественной ассоциации выступает средний и малый бизнес. Обследованием была охвачена деятельность 50 российских компаний. Монография включает также опрос 30 экспертов, в роли которых выступили представители администрации Президента РФ, Государственной думы, Совета Федерации, ведущих средств массовой информации и других организаций. Таким образом, книга по-своему отражает самосознание бизнеса и экспертного сообщества, близкого к высшим кругам государственной власти.

С опорой на эту книгу в диссертации дается развернутая характеристика исторических периодов (стадий) развития представлений о социальной ответственности бизнеса в сопряжении с известными стадиями развития капитализма (капитализм свободной конкуренции, монополистический капитализм). Первый период охватывает, в общем и целом, XVIII - конец XIX

вв. Завершающий этап этого периода (последняя треть XIX в.) ознаменовался развитием в странах Запада рабочего (или социального) законодательства. Своеобразным лидером в этом процессе выступила Англия как страна, первая вступившая в стадию индустриализации. Достаточно сослаться на законодательные акты, регламентирующие деятельность профсоюзов (1871г., 1875г., 1876 г.). Затем в лидеры выдвигается Германия (в период правления «железного канцлера» О.Бисмарка), чуть позднее - США.

Если в первый период социальная ответственность отождествлялась с благотворительностью (меценатством, спонсорством) в основном по религиозным мотивам, то во второй период (конец XIX в. – первая половина XX в.) социальная ответственность больше соответствовала деловой доктрине, общественным мотивом которого выступает прикладная (опытная) наука. Спорадическая благотворительность все более принимает форму систематической социальной ответственности. Бизнес с трудом, но все же начинает осознавать ее как социальную необходимость. Ее цели, организационные основы и практические действия теоретически осмыслены. Ее осознание, по крайней мере в лице прогрессивно мыслящих пионеров бизнеса, выступает в форме социально-экономического закона общества как системы. Третий период развития социальной ответственности бизнеса берет начало в середины XX в. Понятие «социальная ответственность» и сама доктрина (концепция) принимает у западных исследователей характер научной категории и наукоприменительной практики.

Отдавая должное картине исторического развития предпринимательства, созданной авторами «Социальная ответственность бизнеса...», в диссертации отмечается их теоретическая, а вместе с нею и политическая односторонность (своеобразная идеологическая ангажированность). Они оставили в стороне роль рабочего движения как фактора развития социальной ответственности бизнеса. В реальности именно под влиянием борьбы трудящихся за «освобождение труда»

предпринимательский класс и его верхи стали сознавать необходимость принятия юридических законов, гарантирующих наемным работникам улучшение условий труда, повышение уровня их благосостояния.

В этом параграфе уделяется внимание развитию социальной ответственности бизнеса в России. Отмечается опыт социальной ответственности государственных предприятий в советское время. Частный бизнес как таковой тогда отсутствовал, но традиция социальной ответственности хозяйствующих предприятий развивалась достаточно широко. Этот опыт не следует забывать не только из чувства исторической справедливости, но и практической ценности в настоящее время.

В диссертации анализируется связь концепции социальной ответственности бизнеса (КСО) с широко известными концепциями социального государства (КСГ) и социально-ориентированной экономики (СОЭ). КСО не подменяет эти последние концепции, а существенно конкретизирует их, особенно СОЭ. Концепция социально-ориентированной экономики шире концепции социальной ответственности бизнеса. Но последняя (КСО) выступает как одно из направлений СОЭ. В сущности, КСО можно интерпретировать как концепцию социально-ориентированного бизнеса. Только взятые в единстве все три концепции позволяют более или менее масштабно отразить поиски научной мысли и самой социально-экономической практики (Запада и новой России) по смягчению контрастов современного товарно-рыночного общества.

Во второй главе **«Основные организации бизнес-сообщества и направления развития социальной ответственности бизнеса в современной России»** анализируются наиболее общие особенности формирования организаций бизнес-сообщества в России, проблемы нормативно-правового регулирования отношений бизнеса и структур государства, бизнеса и населения страны.

В первом параграфе «Формирование стратегии развития социальной ответственности бизнеса в документах российского бизнес-сообщества» рассмотрена организационная структура указанного сообщества. Описывается деятельность шести общественных ассоциаций в части развития социальной ответственности бизнес-корпораций. (Торгово-промышленная палата РФ, РСПП, Деловая Россия). Появление этих ассоциаций – знаковый момент. Организационная система социальной ответственности выстраивается, что называется, доверху. Их деятельность, без сомнения, способствует ориентации и мобилизации российских корпораций на развитие социальной ответственности. Среди них особо выделяется Российский союз промышленников и предпринимателей. Он ориентируется в основном на крупный бизнес. Именно крупные корпорации – главный субъект развития социальной ответственности (основной ее инвестор). В разработанной Союзом «Социальной хартии бизнеса» понятие социальной ответственности компаний носит широкий характер. Особо отмечается такой нюанс «Хартии», как раскрытие социальной ответственности бизнес-сообщества в целом, т.е. как социального института российского общества. В этой особенности выражается, в частности, «национальная ответственность бизнеса». Авторы не ставят этой проблемы в качестве самостоятельного фактора, но предпосылки такой постановки есть. Они подтверждены уже тем, что ООН признала Хартию «*национальным* документом, соответствующим Глобальному Договору ООН». (Курсив – М.Т.).

Второй параграф «Программы социальной ответственности бизнеса: структура и эффективность их реализации (сравнительный анализ)» раскрывает инструментальную часть реализации принципиальных положений социальной ответственности бизнеса. Западные страны разработали определенную систему программ, включая в нее подсистему отчетности корпораций о практической реализации этих программ. Для российских корпораций они служат своеобразными моделями. На их основе российские

корпорации разрабатывают свои специальные тематические модули, что позволяет им оперативнее проходить курс обучения социальной ответственности.

В диссертации представлен анализ динамики реализации программ КСО в мировом и российском бизнесе, что важно для выявления прогресса развития этих типов бизнеса. По официальным периодическим обзорам картина этого прогресса выглядит следующим образом. В мире в 1992 г. было 26 нефинансовых корпоративных отчетов, в 2011 г. – 5152. Россия на фоне четырех стран-лидеров по отчетам 2011 г. выглядела весьма непрезентабельно: Великобритания – 31% (от всей суммы мировых отчетов), США – 27%, Япония – 24%, Германия – 16%, Россия – 2%. Но если брать внутрироссийскую динамику, то можно отметить определенный позитив. Если в первом «Обзоре» (2004 г.) было учтено 27 корпоративных отчетов, во втором (2006 г.) - 54, то в третьем (2008-2011) – 76. Рост достаточно убедителен. Но в целом, уровень развития КСО российского бизнеса остается невысок: «Социальную хартию» РСПП подписало свыше 200 компаний, из этого числа отчеты представили только 76. Это означает, что у остальных компаний нет социальных программ или они не обоснованы ни финансово, ни материально.

В третьем параграфе «Основные модификации (направления) развития корпоративной социальной ответственности» дается критический анализ западных концепций: а) корпоративной деятельности, б) заинтересованных сторон, в) корпоративной восприимчивости, г) корпоративного гражданства. В западной литературе они подаются как. альтернативные характеру и самой теории КСО. На этой основе некоторые исследователи вообще отказываются от понятия КСО.

Эта точка зрения оценивается в диссертации как неприемлемая. Она продиктована скорее соображениями идеологического характера, стремлением уйти или избавить бизнес от самого понятия его ответственности перед

обществом, а в конечном счете, перед историей и цивилизацией. Это не означает, что перечисленные концепции («альтернативные темы») не имеют позитивного содержания.

В диссертации выделены две проблемы их рассмотрения. Первая проблема связана с очередностью их анализа. Можно выстраивать эти модели, по историческому и логическому принципам. В первом случае речь идет о времени возникновения и разработки конкретной «альтернативной темы». В исследовании Ю.В.Благова «Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции», на которую диссертант опирается, они рассмотрены в целом именно в такой последовательности: корпоративная восприимчивость, корпоративная социальная деятельность, заинтересованные стороны, корпоративное гражданство, корпоративная устойчивость. В рамках же логического принципа их очередность рассматривается в соответствии с внутренней логикой их развития, что, в общем-то, укладывается в технологию единства логического и исторического как метода научного исследования.

С точки зрения логического принципа анализ указанных модификаций начинается с «концепции заинтересованных сторон», или, точнее, взаимно заинтересованных сторон (первый этап). Что касается корпоративной социальной деятельности, то она, в сущности, охватывает весь процесс КСО, от формирования идей и программ до практических действий, т.е. включительно до реализации этих программ в реальной практике. Поскольку момент реализации является замыкающим звеном реализации КСО, постольку логично ее анализ отнести к заключительному этапу.

«Концепция корпоративной восприимчивости» также охватывает весь процесс КСО. Но особый акцент при этом делается, прежде всего, на адекватности и гибкости восприятия руководством корпорации различных воздействий на нее социальной среды и последующей разработке соответствующей политики и ее реализации в практике. С точки зрения

диссертанта, анализ этой концепции (этого направления) следует отнести ко второй модификации. Она укладывается в логику парадигмы «вызов - ответ», разработанной в теории цивилизационного подхода А.Тойнби.

Анализ «концепции корпоративного гражданства» составляет задачу третьего этапа. Она также претендует на целостную интерпретацию всей системы КСО, ее теории и практики. Ее главная цель – преодолеть характеристику системы КСО только как некоей моральной системы и придать КСО статус гражданско-правового или, скорее, гражданско-культурного характера.

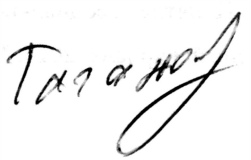
Вторая рассматриваемая проблема параграфа связана с анализом содержания указанных концепций (модификаций). Концепция взаимной заинтересованности сторон, сформировалась, когда круг субъектов взаимодействия компаний развился от простой схемы «производитель – потребитель» до достаточно сложной многочленной системы: собственники; группы защиты прав потребителей; потребители; конкуренты; СМИ; работники, сотрудники фирмы; группы по интересам; защитники окружающей среды; поставщики; правительственные агентства; организации местных сообществ. Все это не лишено практического значения для развития социальной ответственности.

Вторая модификация (направление) характеризует познавательные способности руководства корпораций. В частности, его способность учитывать (воспринимать, улавливать) социальное умонастроение социума, идти на опережение в развитии производства и мероприятий социальной ответственности.

Третья модификация (концепция корпоративного гражданства) важна с точки зрения развития социально-юридического самосознания субъектов бизнеса, социальной ответственности его корпораций. Они должны ощущать себя гражданами данного государства (и общества) со всей совокупностью наделенных конституцией прав и свобод, прав и обязанностей этого гражданства. Таким образом, объективное значение этой концепции усматривается в стремлении

Другие научные работы:

4. Таганов М.В. Инновационно–ориентированное развитие человеческих ресурсов // Проблемы и перспективы модернизации промышленности. МГИУ. 2012. С.227–232 (0,5 п.л.).
5. Таганов М.В. Социальная хартия Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) – как документ стратегического развития // Сборник материалов XI научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых специалистов РГУИТП. М:., 2014 С.279–281 (0,5 п.л.).
6. Таганов М.В. Социальная ответственность как понятие и реальность // Новые идеи в философии: материалы международной научной конференции. Пермь: Зебра, 2015. С.21–27 (0,5 п.л.).
7. Таганов М.В. Формирование стратегии развития социальной ответственности // Сборник статей по материалам XXV международной заочной научно–практической конференции. М.:, Изд. «Международный центр науки и образования», 2014. С.40–45 (0,5 п.л.)
8. Таганов М.В. Социальная ответственность бизнеса в России // Труды института социальных и гуманитарных технологий МГИУ. М.:2014. С.102–110 (0,5 п.л.).



Подписано в печать 22.06.15
Формат бумаги 60×84/16.
Усл. печ. л. 1,5. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 100. Заказ № 164

Издательство МГИУ, 115280, Москва, Автозаводская, 16
www.izdat.msiu.ru; e-mail: izdat@msiu.ru; тел. (495) 276-33-67

Отпечатано в типографии издательства МГИУ