

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО СИНТЕЗА

Голованов А.И.

*ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет», Томск, Россия
(634050, Томск, пр. Ленина, 36), e-mail: antongolova88@gmail.com*

В данной статье рассмотрены аспекты корпоративной социальной ответственности с позиций эволюции общества и социально-экономических систем. Проанализированы причины возрастания интереса научного и делового сообществ к вопросам корпоративной социальной ответственности. Рассмотрены аспекты корпоративной социальной ответственности в контексте различных механизмов создания стоимости. Проанализированы этические аспекты корпоративной социальной ответственности. Выявлены взаимосвязи между корпоративной социальной ответственностью и устойчивым развитием бизнеса и общественных систем. Предложены новые подходы реализации стратегий корпоративной социальной ответственности на основе укрепления культурных основ общества, институтов семьи, труда и предпринимательства.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, общество, благосостояние, труд, предпринимательство, стоимость, лидерство, культура, этика, социальная эволюция.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF INTERDISCIPLINARY SYNTHESIS

Golovanov A.I.

National Research Tomsk State University, e-mail: antongolova88@gmail.com

This article covers the aspects of corporate social responsibility from the perspective of the society and socio-economic systems evolution. The reasons for the growing interest of the scientific and business communities about the issues of corporate social responsibility were analyzed. The aspects of corporate social responsibility in the context of various mechanisms of value delivery were examined. The ethical aspects of corporate social responsibility were re-viewed. The relationship between corporate social responsibility and sustainable business development and social systems were revealed. New approaches of corporate social responsibility strategies on the basis of strengthening cultural foundations of society, institutions of a family, work and entrepreneurship were suggested.

Keywords: corporate social responsibility, society, welfare, labor, business, value, leadership, culture, ethics, social evolution.

В социальных науках на протяжении последних лет идет плодотворная дискуссия о сущности корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) и ее роли в развитии общества. Под корпоративной социальной ответственностью принято понимать концепцию, в рамках которой организации в ходе хозяйственной деятельности руководствуются не только (и не столько) экономическими интересами, но и согласуют собственные решения с потребностями местных сообществ, партнеров, сотрудников и прочих заинтересованных сторон общественной жизни, а также проявляют заботу о состоянии окружающей среды. Важным аспектом является тот факт, что компании принимают нормы КСО добровольно и осознанно, а не под внешним давлением общества и законодательства.

Идеи КСО вовсе не новы. Об идее служения бизнеса интересам общества посвятил ни одну главу своей автобиографии «Моя жизнь – мои достижения» Г. Форд еще в начале XX века. Труд легендарного промышленника за прошедшие сто лет не потерял своей

актуальности – все сказанное верно и сегодня [23]. Позже КСО получила развитие в качестве двух самостоятельных направлений: как идея менеджмента (Донэм, Портер и др.) и как самостоятельная теоретическая концепция (Боуэн, Уолш и др.) [17; 25; 26; 31]. Процесс развития концепций КСО был неоднороден, который по мере трансформации социально-общественного устройства приобретал все новые и новые свойства, что лишь затрудняло их исследование и осмысление.

Анализ экономической литературы показал, что основными положениями критики идей КСО являются следующие тезисы.

1. Стремление компаний соответствовать нормам и правилам КСО уводит в сторону от фундаментальной экономической роли бизнеса – а именно создания прибавочной стоимости, лежащей в основе общественного благосостояния.

2. Реализация программ КСО является «ширмой» для отвлечения внимания общественности от этических вопросов, связанных с основной деятельностью компаний.

3. Концепция КСО являет собой попытку подменить роль государства в качестве основополагающего института общественного развития, и, как следствие, его упразднение в качестве контролера корпоративного сектора.

КСО – крайне сложное и противоречивое явление, и как объект научного анализа во многом выходит за рамки методологии современной экономической науки. В этой связи объективность таких оценок мы постараемся подтвердить или опровергнуть через призму общности социальных наук: экономики, социологии, философии и др.

КСО и существующие механизмы создания стоимости

Идея обособленности интересов бизнеса и потребностей общества была обоснована в знаменитом эссе М. Фридмана «Социальная ответственность бизнеса – наращивать прибыль» в 1970 г. и доминирует в теории управления и по сей день [11]. Финансовый кризис 2008 г. заставил деловое и научное сообщества задуматься о сущности происходящих явлений, а также направлениях и механизмах трансформации капитализма как основной парадигмы развития мировой экономики. На страницах западной периодической литературы развернулась широкая дискуссия по заданному кругу вопросов, среди которых выделяются работы таких видных экономистов, как П. Кругман [27], М. Портер [28], Дж. Стиглиц [30] и др.

Основным выводом стал тот факт, что существующая концепция создания стоимости устарела и требует переосмысления. Сегодня мир оказался в ловушке «краткосрочности». С одной стороны, корпоративный сектор видит цель своей деятельности исключительно в достижении краткосрочных финансовых показателей, таких как максимизация прибыли и акционерного капитала. С другой, социально-экономической «близорукостью» страдает не

только бизнес, но и государства. Политика многих стран меняется от выборов к выборам, в стороне остаются важнейшие проблемы, как конкурентоспособность экономики, развитие здравоохранения и образования, состояние экологии. Инвестиции в данные отрасли все чаще рассматриваются как нерентабельные, набирают обороты процессы расслоения общества, растет напряжение в отношениях между странами.

М. Портер и М. Креймер, а также управляющий директор McKinsey Д. Бартон возлагают особую миссию в реформировании капитализма на лидеров корпоративного сектора. Так, Портер видит единственно возможный путь решения описанных проблем через воссоединение интересов бизнеса и общества на основе создания так называемых «общих ценностей». Отметим, что автор крайне размыто дает определение данному понятию, характеризуя его как парадигму создания стоимости таким способом, при котором одновременно создается и необходимое обществу благо, а благополучие самих предприятий зависит от общего социального прогресса (см. табл.) [5; 28].

Фактически авторы «переоткрывают» фордовскую идею служения бизнеса обществу. В частности, М. Кент, нынешний глава Coca-Cola, признает, что в его компании КСО вышла за пределы отдельного «благотворительного отдела» и превратилась в целенаправленную политику. Основная причина таких трансформаций – потребности самого бизнеса: Кент считает, что компания не сможет удержаться на плаву, если начнутся проблемы у тех стран, обществ, в которых она работает [6].

Анализ научной и деловой литературы показал, что развитие концепции КСО имеет ряд особенностей: во-первых, наибольшее внимание продвижению этих идей уделяют глобальные корпорации (главным образом из англо-саксонских стран). Во-вторых, большинство из них являются представителями реального сектора экономики (например, Coca-Cola, General Electric, Nestle, Shell, Unilever и т.д.), деятельность которых в явной форме отражается на местных сообществах, а их продукты ежедневно потребляются по всему миру. И, в-третьих, наибольшие усилия направлены на преобразование общественной среды стран третьего мира (в первую очередь Африки и Юго-Восточной Азии), которые, с одной стороны, обладают значительным потенциалом в качестве рынков сбыта, а с другой – богаты природными ресурсами. В этой связи невозможно не согласиться с тезисами М. Кента о том, что чем стабильнее развитие отдельных стран и всей мировой экономики в целом, тем более устойчивым является положение компаний на национальных и глобальных рынках. Однако возникает закономерный вопрос: с чем связан столь возросший интерес глобального бизнеса к вопросам КСО – осознанием собственной идентичности и ответственности за развитие общества или же вполне конкретной конъюнктурной задачей – предстать в «глазах» общества лучше, чем есть на самом деле?

Содержание концепции «общих ценностей»

Характеристика	КСО	Концепция «общих ценностей»
Цель	Созидательным образом воздействовать на отдельные сферы общественной жизни. Делать добро	Приобретение экономических и социальных выгод с учетом возможных экономических и социальных издержек
Сущность	Благотворительность, гражданская ответственность	Устойчивое развитие на основе создания стоимости и блага для общества одновременно
Основной мотив	По собственной воле, либо в ответ на внешнее давление общества или законодательства	Рассматривается как часть конкурентных преимуществ
Соотнесение с целью получения прибыли	Независима от максимизации прибыли	Неотделима от максимизации прибыли
Направление	Направления определяются личными предпочтениями руководства, либо целями повышения имиджа или приобретения выгод компании	Неотделима от специфики деятельности компании и определяется руководством совместно с представителями общественности
Бюджет	Не связаны с основной деятельностью компании, реализуются отдельными департаментами на основе заранее планируемых бюджетов	Неотделима от основного производственного процесса и проходит по всем статьям основного бюджета

Промышленный сектор уже многие годы не является «локомотивом» современной экономики, уступив лидерство финансовым институтам. На сегодняшний день в ведении 35 крупнейших пенсионных и суверенных фондов из 15 стран находятся активы общей стоимостью более 10 трлн долл. При этом большая часть из них направлена не на финансирование реального сектора экономики, а на предоставление займов хедж-фондам для осуществления спекулятивных сделок. В этой связи Р. Мартин в одной из своих последних работ высказывает мысль о том, что сегодня имеется тенденция перехода от создания стоимости к торговле ею. При этом автор выражает крайнюю обеспокоенность тем, что лидерам финансового сектора и хедж-фондов выгодно поддерживать высокую волатильность рынков, хотя она и противоречит интересам капитала и труда [12]. Схожих позиций придерживается и Д. Бартон, говоря о том, что массовая практика совершения «сверхскоростных» сделок, время обладания финансовыми активами по которым может составлять всего лишь несколько секунд (в США на их долю приходится до 70 % операций купли-продажи) – ненормальная ситуация для экономики [5].

Таким образом, следуя логике М. Портера, с экономической точки зрения современная доктрина КСО вовсе не противоречит фундаментальной цели бизнеса, заключенной в создании стоимости. Напротив, она призвана укрепить ее, но и напомнить политикам и

лидерам корпораций и другую цель, о которой последние стали забывать – содействие всестороннему развитию благосостояния общества, а не личному обогащению и реализации внутренних «страстей» отдельных личностей или их групп.

Этические аспекты КСО

В последние годы в научной и деловой литературе, СМИ все чаще освещаются этические аспекты в бизнесе. Возникает закономерный вопрос: что понимать под данным термином? Философское обоснование этики лежит в плоскости интерпретации поступков, событий и явлений с позиции добра и зла. Глубинная идея Сократа состояла в том, что этике нельзя научиться, ее невозможно позаимствовать как некую абстрактную систему. Ее можно только выстрадать. С такой позиции этика – лишь некое динамичное коллективное «изображение» того, что пережили люди, общество. Значит, для формирования системы моральных принципов общество должно пройти через множество хороших и плохих ситуаций. Несомненно, данное утверждение относится и к бизнесу – как неотъемлемой части общества.

Г. Константинов развивает данную мысль, говоря о том, что этика в бизнесе – это форма коллективного самосознания. И бизнес будет этичен ровно настолько, насколько будет развито его самосознание. Такая этическая система и станет постоянно изменяющейся системой координат, которая будет регулироваться самим бизнесом. На основании этого автор делает вывод, что этика – иррациональная категория, поскольку является нематериальной субстанцией [9].

Ярким примером актуальности данной проблемы может служить эссе Р. Ашкеназа, управляющего партнера Schaffer Consulting, в котором он описывает дискуссию со студентами программы MBA одного из американских университетов по вопросам трудоустройства в компаниях, производящих вредную для общества продукцию. Объектом дискуссии стали табачные корпорации (BAT, JTI и PMI). В итоге автор приходит к выводу, что само деление компаний на «этичные» и «неэтичные» субъективно и в понятии «ответственное поведение» существует много оттенков серого [2].

С Ашкеназом трудно не согласиться: одни компании производят не совсем то, другие – не совсем так, как следовало бы. Например, Coca-Cola выпускает напитки с высоким содержанием углеводов и сахаров, потребление которых ведет к ожирению и другим заболеваниям. Чрезмерное употребление крепкого алкоголя и пива служат причиной алкоголизма, и в то же время такие корпорации, как Diageo, Bacardi и Heineken, тратят колоссальные средства на антиалкогольные компании и на пропаганду здорового образа жизни. Радиоэлектронная, космическая и химическая промышленность обслуживают также и военное производство. Общественность неоднократно обвиняла Nike и Foxconn

(крупнейшего в мире производителя электроники) в эксплуатации рабочих и в нарушениях безопасности производства [22]. Финансовый сектор генерирует огромное множество ничем не обеспеченных кредитов, что стало причиной финансового кризиса 2008 г.

Список примеров можно продолжать, и все они позволяют сделать несколько важных выводов. Во-первых, признавая иррациональную природу КСО, фактически необходимо признать, что сам объект дискуссии не укладывается в современную методологию экономического мейнстрима, что лишний раз говорит о необходимости «реформирования» самой экономической науки (глубокий экскурс в данную проблему, в частности, сделан в работах Е. Балацкого [4] и А. Московского [14], а также в серии статей на эту тему Ю. Князева). И, во-вторых, оценка этичности деятельности компании и отдельных ее членов основывается на глубинном осознании обществом и его гражданами собственных ценностей. Однако именно в данном аспекте, с нашей точки зрения, и заключается основная сложность осмысления сущности КСО. Основная причина – процесс глобализации характеризуется проникновением (а, зачастую, и агрессивным навязыванием) в различные страны и регионы элементов современной англо-саксонской этики с ложными и чуждыми для многих культур ценностями: демократии, равноправии полов, феминизме, правах сексуальных меньшинств и т.д.

Категория «ценность» была введена в научный оборот Ф. Ницше лишь в конце XIX века и получила распространение благодаря работам М. Вебера и Г. Зиммеля, которые на ее основе стали оценивать закономерности развития отдельных стран и наций.

О. Хархордин высказывает мнение о нерелевантности понятия «ценности» для изучения культур и призывает изучать поведение человека на основе его устойчивых черт характера, которые в социологии описываются термином «добродетели» или «доблести». Автор настаивает, что именно их изучение дает основание для такого сравнения, поскольку большинство моральных традиций относятся к одному источнику – к аристотелевской этике добродетели: мужество, справедливость, благоразумие, сдержанность [16].

Схожих позиций придерживается и А. Макинтайр. Выдающийся американский философ в труде «После добродетели» рассуждает о путях обретения человеком высших форм доблести и приходит к выводу, что все они связаны исключительно с личным желанием каждого человека, отмечая, что такой порыв – удел единиц. Что касается массовой модели, Макинтайр убежден, что изменения возможны, если моральное поведение станет необходимым условием изменения окружающей действительности (при этом саму жизнь философ сравнивает со спортивным соревнованием) и будет осознано каждым гражданином. Никаким иным способом – внушением, проповедью, устрашением – пытаться побудить людей быть «хорошими», по мнению автора, бессмысленно [10].

Следуя логике Макинтайра, сегодня мы наблюдаем неспешный процесс трансформации фридмановской парадигмы «безответственности» бизнеса. Осознание такой необходимости происходит, в том числе и на высшем иерархическом уровне корпораций. Именно об этом в косвенной форме говорят в своих работах М. Портер и Д. Бартон, формируя тем самым своеобразный «социальный заказ» на лидеров нового поколения [5; 28]. У. Хак в эссе «Кризис глобального лидерства» и вовсе обвиняет нынешних политических и бизнес лидеров в профнепригодности и утрате связи с реальностью [24].

Критика Хака небезосновательна. Портер констатирует, что сегодня у общества, государства и бизнеса существует взаимное недоверие друг к другу. При этом автор пишет: «...когда-то лучшие компании старались идти навстречу своим сотрудникам и сообществам, поддерживать местные предприятия, и для этого им приходилось играть самые разные роли. Но когда на сцену вышли другие социальные институты, эти роли отпали за ненадобностью или были отданы кому-то...» [28]. Нам видится, что под словом «когда-то» Портер главным образом имеет в виду период 1860–1960 гг. – до формирования нынешней системы глобального транснационального капитализма, в которой бизнес, пользуясь терминологией Р.М. Кантер, превратился в «машину для зарабатывания денег» [7].

Сложившемуся положению дел предшествовало множество причин, но главные, с нашей точки зрения, заключаются в утрате западными странами семейной ориентированности бизнеса и массовым характером привлечения к руководству публичными компаниями так называемых «профессиональных управленцев». В США существует поговорка: «Из лохмотьев в лохмотья за три поколения». Ряд исследований показал, что около 70 % семейных предприятий разоряются или продаются уже в первом поколении собственников, и только 10 % остаются активными и переходят к внукам [18].

Д. Бартон отмечает, что с 1995 г. средний срок пребывания в должности гендиректора сократился с десяти лет до шести, притом, что сами компании стали больше и сложнее. С другой стороны, в семейном бизнесе период пребывания собственника на высших руководящих постах составляет 20–25 лет. Для семейных компаний главное – не финансовые результаты, а жизнестойкость [5]. Действительно, обязательства перед семьей и будущими поколениями подвигают руководство к совершенно иным стратегиям развития, что в свою очередь сказывается и на развитии местных сообществ. Для англо-саксонской модели развития глобального бизнеса, в которой были «реанимированы» многие черты традиционного колониализма XVI–XIX веков, такой подход чужд.

В McKinsey убеждены, что наиболее устойчивыми компаниями являются именно семейные предприятия со смешанной формой собственности, при которой часть акций находится в свободном обращении (что позволяет обеспечить достаточный приток капитала

для развития), а контрольный пакет – у членов семьи, ориентированных на длительное развитие. В крупных публичных компаниях структура собственности размыта, советы директоров редко исполняют функцию представителя единого собственника, высший менеджерский состав практически неконтролируем и преследует собственные корыстные интересы – в результате тирания краткосрочности крепнет [5].

КСО в концепциях социальной эволюции

Глобализация делает современный мир все менее прогнозируемым: все чаще происходят непредвиденные явления, которые не поддаются научному объяснению в рамках существующей экономической парадигмы, но оказывают огромное влияние на жизнь человека. Н. Талеб именует их «черными лебедями», к которым относит большинство значимых исторических событий, достижений культуры и искусства, научных открытий, техногенных катастроф. Автор убежден, что человек не способен успешно прогнозировать собственное будущее, а уверенность в собственных знаниях порождает феномен «сверхуверенности», который в определенный момент приводит к социальным ошибкам [21].

В одной из своих последних работ Е. Балацкий исследует один из таких феноменов, идентифицируя его как «главный парадокс эволюции». Основная суть – общество в целом умнеет, его отдельные части (индивиды), напротив, массово деградируют. Автор, анализируя природу явления, делает отсылку к философским основам развития общества – к дарвиновской и мальтузианской концепциям эволюции. Основой современного социума является именно дарвиновская парадигма развития, базовым положением которой является тезис «Выживает сильнейший» [3].

На протяжении всего XX столетия эгоистическая модель успешно реализовывалась. В экономической науке дарвиновские постулаты нашли отражение, например, в теории экономического роста Р. Солоу, на основе которой последние десятилетия развивалась вся мировая экономика [29]. Однако сегодня многие экономисты, среди которых можно выделить нобелевских лауреатов Д. Норта и Р. Лукаса, говорят о том, что экономический рост является скорее аномальным явлением и поэтому не исключено, что в недалеком будущем он может прекратиться [3].

Балацкий в своем исследовании приходит к выводу, что ничего противоестественного в дарвиновской концепции эволюции нет, напротив, такая модель на протяжении долгого времени служила прочной основой развития благосостояния западных стран. Конкуренция и мобилизация экономических ресурсов позволяла в кратчайшие сроки внедрять необходимые обществу инновации, которые позволяли решать разнообразные социально-экономические проблемы [3].

Подтверждение данной точки зрения мы находим в работе К. Мейра и Дж. Кирби, которые говорят о том, что капитализм в его нынешней форме довел до абсурда две блестящие идеи – рентабельность акционерного капитала и конкуренцию, которые из стимулов роста и новаторской мысли превратилась в самоцель. Как мы уже выяснили ранее, если в случае с акционерной стоимостью имеет место стремление менеджмента корпораций к достижению высоких краткосрочных финансовых показателей с целью собственного обогащения (как правило, в ущерб стратегическим интересам общества и самих корпораций), то в случае с конкуренцией дело обстоит еще сложнее [13].

Глобальному бизнесу конкуренция не нужна вовсе. Во многих отраслях уже сформировались столь сильные игроки, что они оказывают влияние не только на рынки, но и на политику целых государств. Многочисленные исследования лишь укрепляют веру бизнес-сообщества в правомерности такого подхода (например, У. Мэггинсон рассмотрел все сделки приватизации во всем мире и установил, что разгосударствление актива повышает его стоимость примерно на 20–30 %) [15]. И раз государство как институт является менее эффективным собственником и менеджером – с чего бы стало частному бизнесу реализовывать устремления правительств? Напротив, в таком случае их необходимо поставить на служение собственным интересам, и в этом устремлении все средства хороши.

В результате имеется тенденция к созданию все большего числа глобальных олигополистических рынков, где существует иллюзия конкуренции – псевдоконкуренция. При этом перспективы появления новых участников становятся все более неопределенными, поскольку главным инструментом защиты олигополистов (с нашей точки зрения, более уместной характеристикой стал бы термин «монополистов») являются деньги.

Описанные явления заложили основу разрушения трудовой этики в западных странах. В США диспропорция между доходами топ-менеджмента и рядовых служащих может достигать 300 раз, хотя в 1970-е гг. этот разрыв был в 10 раз меньше. При этом нередки случаи, когда наемные менеджеры публичных компаний за непродолжительный период пребывания на высших должностных постах становятся мультимиллиардерами, не обремененные при этом никакой чрезмерной (имущественной, моральной, правовой и др.) ответственностью за последствия собственных управленческих решений [12]. Подобное положение дел является неслыханным для семейного бизнеса, где руководителям приходится проводить гораздо более разумную и консервативную политику, чтобы соблюсти баланс интересов между членами трудового коллектива и семьи, и обеспечить долгосрочное устойчивое развитие предприятия.

В результате в обществе среди рядовых граждан массово начинает действовать принцип экономии сил: лучше ничего не делать и ничего не иметь, чем много работать – и

все равно почти ничего не иметь. Политики же в ответ на тенденции расслоения общества выдвигают все новые и новые «популистские» инициативы по повышению налогового бремени на состоятельных граждан. Итогом такой государственной политики становится продажа семейного бизнеса глобальным иностранным концернам и последующая эмиграция наиболее дееспособной части общества в страны с более «щадящей» налоговой системой. Яркий пример последних лет – Италия и Франция, в которых исторически развиты традиции семейного бизнеса (так в Италии действует наибольшее число семейных фирм, входящих во всемирную Ассоциацию енохианцев – объединение компаний с возрастом свыше 200 лет) [18]. Р. Авдеев по этому поводу тонко замечает: «... дальше подоходного налога в 75 % только рабовладение» [1]. Действительно, в ситуации, когда государство изымает 2/3 доходов, а многие граждане практически ничего не делают и живут на пособия и дотации, стимулы к какой-либо созидательной деятельности очень быстро гаснут. Результатом таких изменений является сбой процессов селекции общественных институтов и граждан на руководящие должности в государственном и частном секторах, а также стремительная деградация общества в целом.

Сказанное дает основание сделать несколько важных выводов.

1. КСО – мощный инструмент развития социально-экономических систем. Однако стратегии ее реализации должны основываться на осознании лидерами делового сообщества, во-первых, истинных добродетелей служения обществу, и, во-вторых, на уважении многовековых традиций культур, в рамках которых ведется хозяйственная деятельность возглавляемыми ими компаний.

2. Успех реализации стратегий КСО зависит не только от усилий бизнес-сообщества, но и от вовлечения в этот процесс других сторон общественной жизни – представителей правительств и рядовых граждан. Последние должны поддерживать в обществе высокий статус труда, предпринимательской деятельности, института семьи, а также сохранять идентичность собственных культур в противовес процессам глобализации.

Яркий пример – Германия. В этой стране, которая хотя и глубоко интегрирована в международное разделение труда, по мнению С. Сумленного, удивительным образом сочетается настороженное отношение ее жителей к иностранцам и внутренний мультикультурализм. Именно Германия является европейским лидером по общему количеству семейных предприятий (самая старая из них, компания Ргум, которая специализируется на производстве пуговиц и прочей фурнитуры для одежды, основана еще в 1530 г.) [20]. Кроме того, согласно исследованию Г. Симона, в Германии действует свыше 1100 предприятий (автор именует их «скрытыми чемпионами») с объемом производства

свыше 1 млрд евро в год, которые по темпам роста обгоняют гигантов из Fortune 500, но при этом остаются малозаметными [19].

3. Но самой важной задачей КСО, с нашей точки зрения, является «воспитание» и побуждение к всестороннему саморазвитию (физическому, интеллектуальному, моральному, этическому и т.д.) граждан собственных стран. Особенно важно это стало сейчас, когда базовые материальные потребности людей удовлетворить достаточно просто, и угроза физического выживания не грозит, а стимулы к иной созидательной деятельности часто отсутствуют. Такое положение дел приводит к росту инфантилизма среди граждан даже самых развитых стран (глубокий экскурс в данную проблему сделан в работах Р. Капелюшника) [8].

Мы убеждены, что лидеры государств и бизнеса обязаны на личном примере «вдохновлять» своих соотечественников на саморазвитие и осознание императива личной ответственности не только за собственную жизнь, но и за благополучие местных сообществ и общества в целом. В этой связи нам видится крайне актуальным в современных реалиях тезис Базарова из «Отцов и детей»: «... каждый человек должен воспитать себя сам...», однако для этого все же необходимы достойные примеры.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ (Корпоративная социальная политика: модельное представление, оценка эффективности), проект № 13-32-01004.

Список литературы

1. Авдеев Р. Подходный налог в 75 %: дальше только рабовладение // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/sotsialnaya-otvetstvennost/p11327/#ixzz3DUWBYfWS> (дата обращения: 15.04.2015).
2. Ашкеназ Р. Хотели бы вы работать в табачной компании? // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/etika/p12602/#ixzz3DURt1JBH> (дата обращения: 15.04.2015).
3. Балацкий Е.В. Закономерности и парадоксы социальной эволюции // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 138-150.
4. Балацкий Е.В. Кризис социальных наук // Общество и экономика. – 2010. – № 5. – С. 14-35.
5. Бартон Д. Капитализм, нацеленный в будущее // Harvard Business Review Россия. – 2011. – № 5. – С. 78-86.

6. Галло Э. Корпоративная социальная ответственность: опыт Coca-Cola // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/sotsialnaya-otvetstvennost/p13938/#ixzz3DUVGWrTo> (дата обращения: 15.04.2015).
7. Кантер Р.М. Сильные компании делают не только деньги // Harvard Business Review Россия. – 2012. – №1. – С 58-69.
8. Капелюшников Р.И. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. Ч. II // Вопросы экономики. – 2013. – № 10. – С. 28-46.
9. Константинов Г. Парадоксы этики // Harvard Business Review Россия. – 2009. – № 3. – С.
10. Макинтайр А. После добродетели: Исследование теории морали / А. Макинтайр. – М.: Академический Проспект, 2000. – 384 с.
11. Мартин Р. Как переспорить Милтона Фридмана // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/sotsialnaya-otvetstvennost/p13945/> (дата обращения: 15.04.2015).
12. Мартин Р. Почему создавать стоимость – хорошо, а торговать ею – плохо // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://hbr-russia.ru/upravlenie/strategiya/a14613/#ixzz3Gb3PdZmr> (дата обращения: 15.04.2015).
13. Мейра К., Кирби Дж. Сбой эволюции капитализма // Harvard Business Review Россия. – 2012. – № 3. – С 42-54.
14. Московский А.И. Почему студенты Гарварда против лекций Г. Мэнкью // Экономист. – 2012. – № 1. – С. 74-85.
15. Натитник А. Государство – никчемный собственник // Harvard Business Review Россия. – 2012. – № 3. – С 70-75.
16. Натитник А. Слово о доблести // Harvard Business Review Россия. – 2011. – № 9. – С.
17. Портер М., Креймер М. Общество и социальная ответственность // Harvard Business Review Россия. – 2007. – № 2. – С 73-86.
18. Семейный бизнес: не дать промотать наследство // Harvard Business Review Россия. – 2012. – № 2. – С 19-21.
19. Симон Г. Скрытые чемпионы / Г. Симон. – М. : Дело, 2005. – 288 с.
20. Сумленный С. Немецкая система: Из чего сделана Германия и как она работает / С. Сумленный. – М. : ЗАО «Группа Эксперт», 2010. – 456 с.
21. Талеб Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. / Н. Талеб. – М. : Иностранка, 2012. – 736 с.
22. Фисман Р., Ванг Ю. Осторожно: капитализм по-китайски // Harvard Business Review Россия. – 2013. – № 2. – С 22.

23. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. – М. : ООО «Попурри», 2004. – 352 с.
24. Хак У. Кризис глобального лидерства // Harvard Business Review Россия. – 2014. – [Электронный ресурс]. – URL: hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/p14172/#ixzz3DUaS907S (дата обращения: 15.04.2015).
25. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – New York: Harper&Row. – 1953. – P. 5-18.
26. Donham W.B. The Social Significance of Business // Harvard Business Review. – July, 1927. – P. 406-419.
27. Krugman P. How Did Economists Get It So Wrong? // The New York Times Magazine. – September 2, 2009. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.nytimes.com/2009/09/06/magazine/06Economic-t.html?pagewanted=all&_r=0 (дата обращения: 15.04.2015).
28. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value // Harvard Business Review. – 2011. – № 1. – P. 62-77.
29. Solow R.M. The Last 50 Years in Growth Theory and The Next 10 // Oxford Review of Economic Policy. – Vol. 23, № 1. – 2007. – P. 3-14.
30. Stiglitz J.E. The Measurement of Economic Performance and Social Progress Revisited – Reflections and Overview / J.E. Stiglitz, A. Sen, J.P. Fitoussi. – Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress, 2009. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/overview-eng.pdf> (дата обращения: 15.04.2015).
31. Walsh J.P. Social Issues and Management: Our Lost Case Found / J.P. Walsh, K. Weber, J.D. Margolis // Journal of Management. – 2003. – P. 859-882.

Рецензенты:

Никулина И.Е., д.э.н., проф., заведующая кафедрой менеджмента, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», г. Томск;

Нехода Е.В., д.э.н., проф., заведующая кафедрой системного менеджмента и экономики предпринимательства, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет», г. Томск.