

ОБЩИЙ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Ю. Е. Благов

ГЕНЕЗИС КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье проанализирован генезис концепции корпоративной социальной ответственности (КСО). Данная концепция в ее современном состоянии рассмотрена как многоуровневая, включающая в себя как концепции «ядра», так и «альтернативные» темы. Показана диалектика развития концепции КСО, основанная на противоречии нормативного и позитивного подходов.

Проблематика корпоративной социальной ответственности (КСО) становится все более востребованной российским бизнес-сообществом. Ее теоретические аспекты остаются, однако, далеко за пределами проявляемого интереса. Концепция КСО воспринимается преимущественно на уровне неакадемических дефиниций, представленных международными организациями, бизнес-ассоциациями и НКО.¹ В то же время как внедрение КСО в практику российского бизнеса, так и его теоретическое осмысление невозможны без анализа процессов становления и развития концепции как таковой.

В настоящее время в мировой научной и деловой литературе, посвященной проблемам отношений бизнеса и общества, используется множество концепций, ассоциируемых с корпоративной социальной ответственностью. Среди них наибольшую известность получили следующие: собственно «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная социальная восприимчивость» и «корпоративная социальная добросовестность», «этика бизнеса» и «корпоративная филантропия», «социальные проблемы», «корпоративная социальная деятельность» и «процесс корпоративной социальной политики», «менеджмент заинтересованных сторон» и «корпоративное гражданство», «устойчивое развитие» и «корпоративная устойчивость», «корпо-

¹ См., напр.: [Корпоративная социальная ответственность..., 2003].

© Ю. Е. Благов, 2006

ративная репутация» и «социально ответственное инвестирование», «тройная отчетность» и «корпоративная социальная отчетность». Как справедливо подчеркнул на учредительной конференции Европейской академии бизнеса и общества (European Academy of Business and Society, EABiS) А. К. Де Беттинье, эти концепции «динамичны», их значение «изменяется во времени и пространстве», причем они «не столько сменяют, сколько дополняют и развивают друг друга» [De Bettignies, 2002].²

Важно отметить, что все указанные концепции были разработаны в исторически короткие сроки. Несмотря на то что первые попытки осмысления вопросов, ныне относимых к проблематике КСО, имели место еще в начале XX в.,³ их систематический научный анализ начался лишь в 1950-х гг. Роль пионерной сыграла работа Г. Боуена «Социальная ответственность бизнеса», опубликованная в 1953 г. [Bowen, 1953]. В этой монографии, принесшей автору заслуженную славу «отца корпоративной социальной ответственности» [Carroll, 1999, p. 270], во многом были определены рамки и заданы направления последующей дискуссии о КСО. Однако если важнейшей задачей, стоящей перед научными и деловыми кругами во второй половине XX в., являлась концептуализация обозначенной проблематики, то в настоящее время более актуальной становится систематизация достигнутого многообразия. Как справедливо отмечает в этой связи М. Ван Марревийк, «дальнейшее продолжение периода креативности — „пусть расцветают 100 цветов“ — приведет нас к ситуациям неопределенности...» [Van Marrewijk, 2003, p. 95]. Более того, уже сегодня даже определение базового понятия «корпоративная социальная ответственность» является нетривиальной задачей не потому, что такого объяснения не существует, а ввиду того, что благодаря плодотворной дискуссии их имеется слишком много.

Наиболее полный анализ становления и развития указанных концепций, а также попытки их систематизации приведены в работах А. Керрола [Carroll, 1999], Д. Виндзор [Windsor, 2001], М. Ван Марревийка [Van Marrewijk, 2003], Р. Штойера и др. [Steurer et al., 2005]. А. Керролл, осознавая сложность и противоречивость генезиса концепции КСО, поставил перед

² Приведенный перечень, безусловно, далеко не полон. Например, в указанном докладе Де Беттинье упоминалось 18 основных концепций, ассоциируемых с КСО [De Bettignies, 2002]. Очевидно, впрочем, что многие из них подразумевают терминологическую вариативность, не всегда носящую сущностный характер.

³ По мнению Д. Виндзор, среди лидеров бизнеса уже с 1920-х гг. широкую популярность приобрели как идеи социальной ответственности, так и следование практикам, соответствующим трем основным моделям: 1) «постделовой» филантропии; 2) «деловых» правовых ограничений; и 3) «делового» морального поведения [Windsor, 2001, p. 229]. Предельно широкую временную трактовку концепции КСО предлагает Д. Андерсон, соотнося ее начала с историей древних цивилизаций [Anderson, 1989, p. 30].

собой задачу проследить лишь основные терминологические изменения, выбрав в качестве «шага» десятилетний период. Так, 1950-е гг. были определены им как «начало современной эры социальной ответственности», 1960-е гг. — как период «содержательного углубления дефиниций КСО», 1970-е гг. — как «усиление разнообразия дефиниций КСО». Периодом, характеризующимся «уменьшением числа дефиниций, ростом исследований и появлением альтернативных тем», стали 1980-е гг.; 1990-е гг. продемонстрировали «сохранение концепции КСО как „ядра“ при его постепенной трансформации в альтернативные тематические рамки либо при его замещении последними» [Carroll, 1999, p. 268]. Показательно, что, используя термины «темы» и «тематические рамки», А. Керолл подчеркивал разные уровни концептуализации в рассматриваемых им подходах, не всегда подразумевающие возможность их прямого сопоставления. Не анализируя внутреннюю логику развития концепции КСО как многоуровневой, автор лишь выделил в качестве важнейших альтернативных тем «корпоративную социальную деятельность», «концепцию заинтересованных сторон» и «этику бизнеса». Д. Виндзор, соглашаясь с ролью концепции КСО как теоретического «ядра», указала на «экономическую концепцию ответственности», «глобальное корпоративное гражданство» и «управление заинтересованными сторонами» как на «альтернативные» или «конкурирующие» с классическим подходом к КСО [Windsor, 2001, p. 225]. М. Ван Марревиёк обратил внимание на необходимость согласования концепций КСО и «корпоративной устойчивости» [Van Marrewijk, 2003, p. 95]. Р. Штойер и его соавторы предложили модель, связывающую КСО с концепциями «устойчивого развития», «корпоративной устойчивости», «управления отношениями с заинтересованными сторонами» [Steurer et al., 2005, p. 263].

Следуя логике указанных авторов, возможно исследование генезиса концепции КСО как в рамках теоретического «ядра», так и в более широком контексте, включающем в себя «альтернативные темы» и позволяющем рассматривать КСО в качестве своего рода «зонтичной» концепции.⁴

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ «ЯДРО»: ОТ КСО К «КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Корпоративная социальная ответственность. Пытаясь проследить основные вехи на пути развития концепции КСО как теоретического «ядра», можно выделить работы таких авторов, как Г. Боуэн, К. Девис, Дж. МакГу-

⁴ Постановка вопроса об альтернативных темах требует дополнительного пояснения. Представляется, что концепция X может рассматриваться в качестве альтернативы концепции Y, если, во-первых, они будут описывать один и тот же объект и, во-вторых, являются взаимоисключающими.

ир, С. Сети, А. Керолл, а также их наиболее известных критиков — Т. Левитта и М. Фридмена.

Как отмечалось, работа Г. Боуена «Социальная ответственность бизнесмена» положила начало современной литературе о КСО. По мнению автора, социальная ответственность бизнесмена состоит в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества» [Bowen, 1953, p. 6]. Иными словами, исходное определение, предложенное Г. Боуэном, носило явно *нормативный* характер.⁵ На первый взгляд, подобный подход весьма банален: бизнес служит обществу, а не наоборот. Бизнес — порожденный общественным развитием институт, и очевидно, что организации, занимающиеся бизнесом, должны нести некую ответственность перед социумом, обязаны соответствовать определенным общественным ожиданиям. Сложнее другое: каким должно быть содержание этой ответственности и какие общественные ценности оно должно отражать, на какие именно общественные ожидания и в какой степени должен «по определению» реагировать бизнес?

Соответственно, первая волна критики, направленной на социальную ответственность, в целом не выходила за рамки нормативного подхода, касаясь преимущественно его содержательного наполнения. В то же время эта критика продемонстрировала необходимость обоснования КСО и с *позитивных* позиций, как концепции, не противоречащей основной функции бизнеса — получению прибыли, причем не на абстрактном уровне «бизнеса вообще», а применительно к конкретной компании и конкретным менеджерам. Начало современной критики КСО положил Т. Левитт — всемирно известный специалист в области маркетинга, представляющий Гарвардскую школу бизнеса. В своей классической статье «Угрозы социальной ответственности» он трактовал растущее внимание бизнеса к развитию школ, больниц и социальных служб как «новую ортодоксию», «новый феодализм» и даже «фашизм», как концепцию, широкое применение которой ведет к гибели капитализма [Levitt, 1958]. «Бизнес, — подчеркивал автор, — получит большие шансы на выживание, если откажется от абсурдного взгляда на свои цели, т. е. если долгосрочная максимизация прибыли останется единственной целью и в теории, и на практике» [Levitt, 1958, p. 49]. Нобелевский лауреат М. Фридман в работе «Капитализм и свобода» отмечал, что «некоторые тенденции в состоянии существенно подорвать самые основы свободного общества, в том числе принятие руководителями

⁵ Нормативный подход в данной статье трактуется с деонтологических позиций категорического императива. Он означает: «Делай (не делай) этого, поскольку это правильно (неправильно)».

корпораций социальной ответственности, иной, чем получение как можно больших денег для акционеров» [Friedman, 1962, p. 133]. Позднее в получившей широкую известность статье с «говорящим» названием «Социальная ответственность бизнеса состоит в повышении его прибылей» М. Фридман использовал более сложную, но преимущественно нормативную аргументацию.⁶ Выступая против менеджеров, практикующих социальную ответственность, как «ворующих деньги у собственников», а также вторгающихся в сферу, лежащую за пределами их профессиональной компетенции, он подчеркивал невозможность «воровства» и отрицания «разделения труда» с ценностных позиций, лишь имплицитно отмечая пагубное влияние «социальной ответственности» на эффективность бизнеса [Friedman, 1970].

Во многом под воздействием критики, претендующей на защиту интересов бизнес-сообщества, дальнейшее развитие концепции КСО шло в направлении прояснения управленческой природы социальной ответственности, а также — уточнения и систематизации ее содержания. К. Девис первым обосновал, что проблема социальной ответственности должна рассматриваться в управленческом контексте. Он подчеркивал, что эта ответственность имеет отношение к тем «решениям и действиям бизнесменов, которые осуществляются по причинам, по крайней мере частично выходящим за пределы прямого экономического или технического интереса фирм», причем «некоторые социально ответственные решения в бизнесе могут быть в ходе длительного, сложного процесса анализа объяснены как предоставляющие хороший шанс для получения фирмой долгосрочного экономического эффекта» [Davis, 1960, p. 70]. Проблема содержания КСО была уточнена Дж. МакГуиром, указавшим, что «корпорация имеет не только экономические и правовые обязательства, но несет и некую ответственность перед обществом, выходящую за их пределы» [McGuire, 1963, p. 144]. С. Сети, в свою очередь, конкретизировал содержание КСО, указав, что она «предполагает выведение корпоративного поведения на уровень, соответствующий превалирующим социальным нормам, ценностям и ожиданиям» [Sethi, 1975, p. 62]. В целом вплоть до середины 1970-х гг. в фокусе дискуссии находилась социальная ответственность, трактуемая именно в нормативном смысле. Как справедливо отмечал В. Фредерик, еще один видный представитель «первой волны» исследователей КСО, пионеры

⁶ Показательно, что Т. Дональдсон и Л. Престон, рассматривая роль нормативной аргументации при анализе проблем современной корпорации, подчеркивали, что «даже известная атака М. Фридмана на концепцию корпоративной социальной ответственности была проведена с использованием нормативной терминологии» [Donaldson, Preston, 1995, p. 71].

«ощупью брели сквозь нормативный туман, ища, но не находя моральных принципов, которые в нем безусловно были... Их работы были нормативными по тону, но не вполне конкретны в определении тех ценностей, которые находились в конфликте» [Frederick, 1986, p. 130]. Иными словами, попытки обосновать содержание КСО, не выходя за рамки нормативного подхода, вели исследователей в своеобразный логический тупик. С одной стороны, чрезмерно широкая трактовка содержания КСО не получала адекватного ценностного обоснования, с другой стороны, сведение КСО к «получению прибыли для акционеров» явно противоречило реалиям взаимодействия бизнеса и общества. В целом же концепция КСО оставалась чрезмерно широкой и неопределенной. Д. Вотав в этой связи отмечал: «Термин (КСО. — Ю. Б.) просто восхитителен; он что-то означает, но не для всех одно и то же. Для кого-то он выражает идею правовой ответственности или правовых обязательств; для других он характеризует социально ответственное поведение в этическом смысле; для следующей группы ему придается значение „быть ответственным“ в казуальном смысле; многие попросту приравнивают его к благотворительным вкладам; кто-то трактует его как общественную сознательность; большинство из тех, кто им пользуется, особо горячо отстаивают трактовку термина как простого синонима „легитимности“ в контексте... правильности и обоснованности; некоторые рассматривают его в качестве своего рода фидуциарной обязанности устанавливать более высокие стандарты поведения бизнесменов, чем граждан в целом» [Votaw, 1973, p. 11].⁷ Важно отметить, что подобная терминологическая неопределенность породила для менеджеров весьма комфортную «сумеречную зону», где вполне могли укрыться те, кто не желал брать на себя дополнительных обязательств, выглядевших чрезмерно амбициозными, идеалистическими или просто нетрадиционными для управленческой деятельности.

Своего рода высшей точкой развития нормативного подхода в конце 1970-х гг. стала модель А. Керолла, предложившего трактовку КСО, подразумевающую «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период» [Carroll, 1979, p. 500]. Несколько позже автор придал этой

⁷ Подобная мешанина очень напоминает суждения о КСО, высказываемые в настоящее время в России. Ситуация к тому же усугубляется тем, что проблематика КСО привлекает широкие слои специалистов с разной профессиональной подготовкой — философов, социологов, психологов, экономистов, нередко приводимых в заблуждение кажущейся расплывчатостью и «мягкостью» обсуждаемых вопросов (см., например, материалы круглых столов, проводимых журналами «Персонал-микс», «Top-Manager», «Бизнес и общество»).

модели законченную форму, согласно которой КСО представляет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме пирамиды [Carroll, 1991]. Лежащая в основании пирамиды *экономическая ответственность* непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. *Правовая ответственность* подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах. *Этическая ответственность*, в свою очередь, требует от деловой практики соответствия ожиданиям общества, не оговоренным в соответствующих правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали. *Филантропическая (дискреционная) ответственность* побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ. Важно отметить, что в модели А. Керолла представлены не только упорядоченное содержание КСО, но и своего рода систематизация «уровней нормативности». Экономическая и социальная ответственность обязательны для бизнеса, они соответствуют жестким общественным *требованиям*; этическая ответственность обществом *ожидаема*, тогда как филантропическая — лишь *желаема*.⁸

Корпоративная социальная восприимчивость. Уже к началу 1970-х гг. стало очевидно, что концепция КСО, развивающаяся в рамках нормативного подхода, позволяет ответить на вопросы: *почему* корпорация должна нести социальную ответственность и *каково содержание* этой ответственности, но не дает рецептов, *как именно* корпорация должна реагировать на соответствующие требования, ожидания и пожелания общества. Соответственно, фокус дискуссии о КСО сместился от вопросов философского характера к проблеме реализации социальной ответственности на уровне отдельной фирмы. Особо заметную роль в этой дискуссии сыграли работы Р. Акермана, Дж. Поста и Л. Престона, В. Фредерика и А. Керолла.

В ходе дискуссии 1970-х — 1980-х гг. выделилось два основных подхода к повышению эффективности восприятия корпорацией общественных проблем. Первый из них подразумевал интегрирование вопросов взаимодействия бизнеса и общества в систему стратегического управления.

⁸ Интересно, что в недавней публикации, написанной в соавторстве с М. Шварцем, А. Керолл отказывается от выделения филантропической ответственности в качестве самостоятельного уровня. Очевидно, что одной из причин подобного упрощения является сложность нормативного обоснования удовлетворения общественных «желаний» [Schwartz, Carroll, 2003, p. 506].

Р. Акерман, в частности, подчеркнул, что процесс социальной восприимчивости включает в себя мониторинг внешней среды, анализ ожиданий конкретных социальных групп, разработку и внедрение планов взаимодействия с этими группами и соответствующего управленческого инструментария [Askerman, 1973]. Необходимость социальной восприимчивости была обоснована при этом сугубо прагматично. «Пока поставленные обществом проблемы не будут разрешаться с достаточной скоростью, — писал Р. Акерман, — они способны накапливаться до такой степени, которая в конечном счете лишит компанию возможности эффективно функционировать в своей традиционной роли поставщика товаров и услуг» [Askerman, 1973, p. 95]. Второй подход требовал прямого вовлечения корпорации в такие общественные процессы, как парламентские и президентские выборы, дискуссии в СМИ, лоббистские компании. Соответственно, социальная восприимчивость трактовалась как специфическая функция менеджмента, существующая наряду с планированием, отчетностью и иными функциями [Preston, Post, 1975, p. 10].

В. Фредерик, в свою очередь, первым сформулировал «корпоративную социальную восприимчивость» как концепцию, описывающую «способность корпорации воспринимать общественное воздействие», а также позиционировал ее как логическое продолжение и дополнение исходной концепции КСО [Frederick, 1978, p. 6].

Переход дискуссии в ценностно-нейтральные, позитивные рамки существенно приблизил проблематику КСО к рутине управленческих решений. По сути «корпоративная социальная восприимчивость» стала трактоваться с позиций рационального выбора менеджера конкретной компании. Так, А. Керолл, допуская широкий спектр возможных управленческих реакций от отрицания любой ответственности до принятия ответственности «с опережением», сформулировал четыре возможные стратегии восприимчивости: реактивную, защитную, адаптивную и проактивную [Caroll, 1979]. В то же время «вторая волна» исследований КСО не сняла внутренне присущих этой концепции противоречий. С одной стороны, начал возникать очевидный перекоп в сторону позитивных трактовок КСО.⁹ С другой стороны, как справедливо отмечает В. Фредерик, «после крайне плодотворного десятилетия, в ходе которого теория корпоративной социальной ответственности была подробно проработана второй волной пионеров, пробле-

⁹ В. Фредерик в этой связи иронично отмечал, что мы с уверенностью можем ожидать появления учебного кейса о трагедии в Бхопале, снабженного стандартным примечанием нейтрального характера: «Данный кейс описывает процедуры администрирования и не подразумевает оценки корректности или некорректности совершенных действий» [Frederick, 1986, p. 131].

матика отношений бизнеса и общества находилась примерно в том же состоянии, в каком она пребывала в начале периода озабоченности нормативными аспектами бизнес-операций» [Frederick, 1986, p. 133].

Показательно, что В. Фредерик рассматривал «восприимчивость» в качестве второй стадии развития концепции КСО, как путь перевода внимания академических и управленческих кругов в сторону реализации тех идей, которые были наработаны в ходе первой стадии. С. Сети предположил, что «восприимчивость» может рассматриваться как своего рода замена КСО. А. Керолл, однако, заключил, что «восприимчивость» концептуально неадекватна КСО и не может заменить последнюю, а компании могут быть весьма чувствительны к изменению условий внешней среды, но действовать при этом неэтично и безответственно. Д. Вуд, в свою очередь, отметила, что концепция, которая одобряет действия безотносительно к ответственности, не может рассматриваться в качестве «совершенствования» концепции, которая просто поддерживает идею социальной ответственности как таковую.

Корпоративная социальная деятельность. Логичным этапом генезиса концепции КСО стали попытки создания комплексной модели, включающей в себя ранее выработанные концепции в качестве элементов, а также интегрирующей нормативный и позитивный подходы. Нетривиальные трактовки были предложены Э. Эпштайном и В. Фредериком. Наиболее востребованной как научным сообществом, так и деловыми кругами, оказалась, впрочем, модель, воплощенная в концепции «корпоративной социальной деятельности». Эта концепция, последовательно разрабатываемая С. Сети, А. Кероллом, С. Вартиком и Ф. Кохреном, нашла свое законченное воплощение в работах Д. Вуд.

Э. Эпштайн ввел в научный оборот категорию «процесс корпоративной социальной политики», суть которой была сформулирована как «институционализация в рамках бизнес-организации... ключевых элементов этики бизнеса, корпоративной социальной ответственности и корпоративной социальной восприимчивости» [Epstein, 1987, p. 106]. КСО в рамках данной модели была определена автором как «имеющая отношение преимущественно к достижению таких результатов организационных решений... которые (в соответствии с некоторыми нормативными стандартами) оказывают на релевантные заинтересованные стороны больше положительного эффекта, чем отрицательного» [Epstein, 1987, p. 104]. В. Фредерик, как отмечалось, рассматривал «корпоративную социальную восприимчивость» как позитивный ответ на нормативность «корпоративной социальной ответственности». Идея «волн» анализа КСО была им логически продолжена в концепции «корпоративной социальной добросовестности», трактуемой как «встраивание понятия моральной корректности в реализуемые действия и формули-

руемую политику» [Frederick, 1986, p. 135]. Важно отметить, что нормативная по своей природе «корпоративная социальная добросовестность» не является простым повторением исходных трактовок КСО, а представляет собой более сложную категорию — своего рода продукт диалектического развития. Критерием «моральной корректности» выступает уже не общая идея ответственности, а ее отражение в «этической культуре» конкретного общества, исповедующего «христианский, марксистский или гуманистический» взгляд на бизнес [Frederick, 1986, p. 134]. Широкую популярность подходу В. Фредерика принесло оригинальное использование аббревиатур. Используя совпадение заглавных букв в оригинальном написании соответствующих терминов, автор придал им порядковые номера, удачно подчеркнув последовательность их концептуализации. Исходной концепции «корпоративной социальной ответственности» (corporate social responsibility) была «придана» аббревиатура CSR-1, «корпоративной социальной восприимчивости» (corporate social responsiveness) — CSR-2, «корпоративной социальной добросовестности» (corporate social rectitude) — CSR-3. Данный подход, впрочем, оказался весьма ограничен. Если сокращения CSR-1 и CSR-2 стали в современной научной литературе общим местом, то аббревиатура CSR-3 уже рассматривалась как искусственная, а более поздняя попытка сформулировать в качестве «следующей» концепцию единства «космоса, науки и религии» (cosmos — science — religion) — CSR-4 [Frederick, 1998] осталась по сути незамеченной.¹⁰

Вопрос об измерениях «корпоративной социальной деятельности» был впервые поставлен С. Сети еще в 1975 г. Не формулируя новой концепции, автор попытался увязать ставшую уже традиционной проблему содержания КСО с особенностями ее реализации. По мнению С. Сети, «корпоративная социальная деятельность» представляет собой корпоративное поведение, разделяемое на выполнение «социальных обязательств», принимаемых в ответ на «действия рыночных сил и правовые ограничения», реализацию «социальной ответственности», превышающей жесткие обязательства экономического и правового характера, а также «социальную восприимчивость», понимаемую как способность корпорации приспособить свое поведение к нуждам общества [Sethi, 1975, p. 70]. А. Керолл также воздержался от детального концептуального обоснования «корпоративной социальной деятельности», предложив модель, включающую в себя

¹⁰ Очевидно, что попытка прямого воспроизведения предложенной В. Фредериком последовательности аббревиатур при переводе на русский язык приведет к неизбежной терминологической путанице. Придание порядковых номеров аббревиатуре КСО, ставшей уже привычной, не будет соответствовать последовательности русскоязычных терминов. Вполне возможно, впрочем, появление таких сокращений как КСВ, КСД, КНР и т. д., не подразумевающих сквозной нумерации.

три измерения: «корпоративную социальную ответственность», «социальные проблемы» и «социальную восприимчивость» [Caroll, 1979]. Логическим продолжением подхода А. Керолла стала модель, разработанная С. Вартиком и Ф. Кохреном, которые переформулировали соответствующие «измерения» как принципы, процессы и политику, пытаясь привести разнородные элементы развивающейся концепции КСО в единую систему. Согласно определению С. Вартика и Ф. Кохрена, «корпоративная социальная деятельность» представляет собой «основополагающую взаимосвязь между принципами социальной ответственности, процессом социальной восприимчивости и политикой, направленной на решение социальных проблем» [Wartick, Cochran, 1985, p. 758].

Д. Вуд, признавая «концептуальные достоинства» подхода С. Вартика и Ф. Кохрена, обратила внимание и на его серьезные недостатки. По ее мнению, во-первых, сам термин «деятельность» подразумевает не столько взаимодействие и интеграцию, сколько действия и результаты.¹¹ Во-вторых, «социальная восприимчивость» явно представляет собой не единый процесс, а «систему процессов». В-третьих, наличие формальной «политики, направленной на решение социальных проблем», вовсе не является необходимым условием достижения соответствующего результата. В-четвертых, вся концепция имеет вполне определенную коннотацию, подразумевая лишь «хорошую» деятельность «ответственной» компании. Соответственно, сам вопрос о положительной или отрицательной оценке деятельности любой компании становится некорректным [Wood, 1991, p. 692–693].

Переформулировав и реструктурировав предыдущие подходы, Д. Вуд предложила целостную концепцию «корпоративной социальной деятельности», определив ее как «существующую в бизнес-организации систему принципов социальной ответственности, процессов социальной восприимчивости и их обозримых результатов, относящихся к общественным взаимодействиям фирмы» [Wood, 1991, p. 693]. Каждый из элементов новой модели был, в свою очередь, подразделен на три составляющие (табл. 1).

«Корпоративная социальная ответственность» дает ответ на вопрос «Почему?». Принципы легитимности, публично-правовой ответственности¹² и свободы управленческого выбора структурируют, соответственно, отношения между обществом, бизнесом в целом, отдельными ком-

¹¹ В деловом английском языке этот терминологический нюанс еще более очевиден. Слово «performance» традиционно переводится прежде всего как «результат» и «эффективность» и лишь в определенном контексте — как «деятельность».

¹² Термин «публично-правовая ответственность» (public responsibility) используется Д. Вуд в трактовке Л. Престона и Д. Поста [Preston, Post, 1975], связывающих ее с ответственностью фирмы по отношению к «государственной политике», которая, наряду с рыночным механизмом, обеспечивает взаимодействие бизнеса и общества.

паниями и индивидуумами. «Корпоративная социальная восприимчивость» отвечает на вопрос «Как?». Очевидно, что три грани «восприимчивости» тесно переплетены и в теории и на практике: заинтересованные стороны вовлечены в проблемы, затрагивающие их интересы, информация о бизнес-среде необходима для выработки решений, в свою очередь затрагивающих интересы заинтересованных сторон и т. д. «Результаты корпоративного поведения» представляют собой единственный «измеряемый» элемент системы, поскольку, как справедливо подчеркивает Д. Вуд, «мотивация не поддается наблюдению, а процессы можно изучать лишь на уровне гипотез» [Wood, 1991, p. 711]. При этом важно отметить, что корпоративная «социальная политика» является по сути логическим завершением всей системы. Как указывает автор модели, «детально разработанная корпоративная социальная политика, полностью институционализированная и операционно отлаженная, явилась бы логическим финалом корпоративного поведения, мотивированного принципами ответственности и реализованного посредством социально восприимчивых процессов» [Wood, 1991, p. 709].

Таблица 1

Модель корпоративной социальной деятельности

<p>Принципы корпоративной социальной ответственности</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Институциональный принцип легитимности.</i> Общество обеспечивает бизнесу легитимность и наделяет его властью. В долгосрочной перспективе для тех, кто не использует эту власть приемлемым для общества способом, будет проявляться тенденция к ее потере. • <i>Организационный принцип публично-правовой ответственности.</i> Организации в бизнесе ответственны за те результаты, которые относятся к областям их «первичного» и «вторичного» взаимодействия с обществом. • <i>Индивидуальный принцип свободы управленческого выбора.</i> Менеджеры являются моральными агентами. На каждом уровне КСО они обязаны делать выбор из имеющихся альтернатив, который приведет к социально-ответственным результатам.
<p>Процесс корпоративной социальной восприимчивости</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценка среды ведения бизнеса (контекст) • Управление заинтересованными сторонами (действующие лица) • Управление проблемами (интересы)
<p>Результаты корпоративного поведения</p> <ul style="list-style-type: none"> • Воздействие на общество • Социальные программы • Социальная политика

Составлено по: [Wood, 1991, p. 693–695].

Концепция «корпоративной социальной деятельности» в трактовке Д. Вуд не только интегрировала в одной модели нормативный и позитивный подходы, но и сформировала целостную структуру для исследований, связанных с проблематикой КСО.

«АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ» ТЕМЫ

Концепция заинтересованных сторон. Важной особенностью концепции заинтересованных сторон является ее исторически сложившаяся релевантность широкому спектру управленческих дисциплин. Дискуссия о заинтересованных сторонах ведется в научной и деловой литературе как по проблемам взаимоотношений бизнеса и общества, так и в работах по общему и стратегическому менеджменту. За последние 20 лет было выпущено в свет огромное количество научных статей и монографий, а также практически ориентированных публикаций, посвященных разработке этой концепции.¹³

Современная история концепции началась с пионерной монографии Э. Фримена «Стратегическое управление: роль заинтересованных сторон», изданной в 1984 г. Согласно предложенному в работе определению, к заинтересованным сторонам компании были отнесены «любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и/или находящиеся под воздействием этих решений» [Freeman, 1984, p. 25]. Соответственно, классический перечень заинтересованных сторон фирмы включил в себя собственников, потребителей, группы защиты прав потребителей, конкурентов, средства массовой информации, работников, защитников окружающей среды, поставщиков, правительственные агентства, организации местных сообществ. Эта идея оказалась столь близка исследователям «корпоративной социальной восприимчивости», что начиная с середины 1980-х гг. термин «заинтересованная сторона» стал традиционным в их научном лексиконе.

Со временем, однако, и понятие «заинтересованная сторона», и концепция в целом испытали значительную трансформацию, постепенно обретая как необходимую четкость, так и собственное место в системе управленческих знаний.¹⁴ Особую роль в этом процессе сыграли работы Т. Дональдсона и Л. Престона, М. Кларксона, а также публикации в рамках

¹³ Так, в обзоре литературы, проведенном Т. Дональдсоном и Л. Престоном в 1995 г., упоминается около десятка книг и более сотни статей [Donaldson, Preston, 1995]. В исследовании К. Гибсона, опубликованном в 2000 г., указано около двухсот статей, изданных лишь за несколько предшествующих лет [Gibson, 2000].

¹⁴ Т. Дональдсон в этой связи справедливо отмечает: «Десять лет назад термин „заинтересованная сторона“ применялся как вульгаризм, описывающий любую группу, игнорируемую корпорацией, но находящуюся под ее воздействием. Строго говоря, сам термин был вполне точно сформулирован малочисленной, но

пятилетнего (1995–2000 гг.) исследовательского проекта «Переосмысление корпорации», поддержанного грантом Фонда Слоуна.

Т. Дональдсон и Л. Престон, исследовав огромный массив литературы, посвященной данной концепции, предложили комплексный подход, включающий в себя дескриптивную, нормативную и инструментальную составляющие.¹⁵ Этот подход «добавил концепции заинтересованных сторон логику, характерную для теории, а также обеспечил этой теории необходимую систематизацию» [Jones, Wicks, 1999, p. 206]. «Теория заинтересованных сторон, — отмечают Т. Дональдсон и Л. Престон, — является общей, но не бессодержательной; она выходит далеко за рамки эмпирического наблюдения, фиксирующего, что „у организаций существуют заинтересованные стороны“» [Donaldson, Preston, 1995, p. 70]. Важно подчеркнуть, что, выделяя дескриптивный и инструментальный аспекты теории как значимые, авторы трактуют ее «фундаментальную основу» в качестве нормативной. Они отмечают, что, во-первых, заинтересованные стороны имеют легитимные интересы в разных аспектах деятельности корпорации, и, во-вторых, интересы всех заинтересованных сторон обладают собственной внутренней ценностью [Donaldson, Preston, 1995, p. 67]. Нормативный аспект теории определяет ее инструментальную составляющую, а она, в свою очередь, — дескриптивную [Donaldson, Preston, 1995, p. 74]. При этом «персонализация» общества делает новую концепцию более конкретной и, соответственно, более «управленческой».

Новая трактовка концепции заинтересованных сторон, по сути, превратила ее в реальную альтернативу развивающейся концепции КСО, или, точнее, — комплексной концепции «корпоративной социальной деятельности». Как справедливо подчеркивал М. Кларксон, «корпоративная социальная деятельность может быть более эффективно проанализирована и оценена с использованием подхода, основанного на управлении отношений корпорации с ее заинтересованными сторонами, чем в рамках модели и методологии, базирующихся на концепциях, описывающих корпоративные социальную ответственность и восприимчивость» [Clarkson, 1995, p. 92]. Действительно, комплексный подход к концепции заинтересованных сто-

весьма значимой группой теоретиков в области менеджмента. Кроме того, он иногда использовался менеджерами, желающими найти оправдание своим обязанностям, связанным с группами, не относящимися к акционерам, например, с работниками и потребителями. Однако, как и любой вульгаризм, термин „заинтересованная сторона“ представлялся весьма пластичным и концептуально недоработанным» [Donaldson, 2002, p. 107].

¹⁵ Под дескриптивным подходом авторы подразумевают раскрытие того, что реально происходит, под нормативным — то, что должно происходить, и под инструментальным — то, что необходимо сделать для получения конкретного результата.

рон позволил охватить весь набор проблем, традиционно рассматриваемых в рамках взаимодействия бизнеса и общества. Характерно, кстати, что дискуссия о сущностной дихотомии КСО во второй половине 1990-х гг. плавно переросла в соответствующую дискуссию о «синтетичности» теории заинтересованных сторон.¹⁶ Как справедливо подчеркивал Э. Фримен, «сама идея о чисто дескриптивной... ценностно-нейтральной теории заинтересованных сторон является терминологически противоречивой», поскольку термин «заинтересованная сторона» уже «подразумевает смешение „факта“ и „ценности“» [Freeman, 1999, p. 234].

Необходимо заметить, что, возводя концепцию заинтересованных сторон на уровень теории, Т. Дональдсон и Л. Престон трактовали ее как новую теорию корпорации. Дальнейшее развитие этот подход получил в рамках уже упомянутого международного исследовательского проекта, итоги которого были во многом подведены в книге Д. Поста, Л. Престона и С. Сакс «Переосмысление корпорации: менеджмент заинтересованных сторон и организационное богатство», вышедшей в 2002 г. [Post, Preston, Sachs, 2002].¹⁷

Развивая идею о сетевой природе корпорации, авторы впервые рассматривают систему заинтересованных сторон как ее важнейший атрибут. Используя категорию «организационного богатства», они выходят на новое определение корпорации как организации, вовлеченной «в мобилизацию ресурсов для их производительного использования с целью создания богатства и иных выгод (либо исключения преднамеренного разрушения богатства, усиления риска или нанесения ущерба) для своих многочисленных элементов, или заинтересованных сторон» [Post, Preston, Sachs, 2002, p. 17]. Соответственно, отношения корпорации с ее заинтересованными сторонами выступают источником создания «отношенческих активов», развитие и поддержание которых превращается в ключевую компетенцию менеджмента, основное средство достижения устойчивого развития. Таким образом, концепция заинтересованных сторон не только выступила альтернативой «корпоративной социальной деятельности», но и предложила новую парадигму исследований отношений бизнеса и общества.

Концепция корпоративного гражданства. Термин «корпоративное гражданство» впервые появился еще в легендарной работе Г. Боуена [Bowen, 1953, p. 5]. А. Керолл в ранних трактовках пирамиды КСО включал «корпоративное гражданство» в филантропический уровень социальной ответственности [Carroll, 1991]. Однако лишь со второй половины 1990-х гг. дан-

¹⁶ См., в частности, статью Т. Джонса и А. Вика «Конвергентная теория заинтересованных сторон» [Jones, Wicks, 1999] и ее обсуждение, в том числе реплику Э. Фримена [Freeman, 1999].

¹⁷ Развернутая рецензия на данную книгу представлена в [Благов, 2003].

ная концепция получила широкое распространение в научной и деловой литературе, причем именно в качестве «синтетической», альтернативной концепции. Как отмечает К. Давенпорт, «корпоративное гражданство стало термином, широко используемым практиками», поскольку данная концепция описывает корпоративное поведение более точно, чем «корпоративная социальная деятельность», являющаяся «теоретической конструкцией, предложенной академическими кругами» [Davenport, 2000, p. 211]. По мнению Д. Лонгсдон и Д. Вуд, внесшим наибольший вклад в разработку новой концепции, «язык корпоративного гражданства возник с целью замены языка корпоративной социальной ответственности», и «за этим лингвистическим переходом скрывается глубокое изменение в нормативной трактовке того, как организация в бизнесе должна действовать, проявляя уважение к своим заинтересованным сторонам» [Longsdon, Wood, 2002, p. 155].

Действительно, концепция «корпоративного гражданства» является не столько констатацией неопределенности традиционных трактовок КСО, сколько попыткой трансформировать «обязательства» в «права и обязанности» в процессе распределения ресурсов на деятельность, способствующую повышению репутации компании. Язык данной концепции ставит корпорацию на один уровень с гражданином-индивидуумом.

С одной стороны, это во многом упрощает трактовку «корпоративной социальной деятельности» для практического руководства конкретной компанией. Как подчеркивают Д. Лонгсдон и Д. Вуд, «корпоративное гражданство» фокусируется не на проблемах, порождаемых взаимодействием со всеми заинтересованными сторонами, а на нуждах местного сообщества, в котором функционирует конкретный бизнес, и на связанной с этим сообществом благотворительности. Это, соответственно, должно представить компанию как «хорошего гражданина». При этом, в отличие от традиционно трактуемой КСО, включающей как жесткие обязательства, так и дискреционную активность, новая концепция меньше акцентируется на правовой ответственности, подчеркивая добровольность «добрых действий компании». Соответственно, объясним тот интерес, который проявили к концепции «корпоративного гражданства» международные компании, столкнувшиеся с многообразными проблемами в отношениях с местными сообществами разных стран и регионов. Особо важно, что с практической точки зрения, в отличие от традиционного подхода, подразумевающего «сложности в доказательствах, операционализации, измерении и оценке», «корпоративное гражданство», будучи более «специфичным и четко определенным», представляется «более понятным в определениях и измерениях» [Longsdon, Wood, 2002, p. 155].

С другой стороны, концепция «корпоративного гражданства» порождает целый ряд новых теоретических проблем, превращая дискуссию из пре-

имущественно экономической в политическую, посвященную сравнительному анализу либеральной и консервативных трактовок гражданства [Moon, Crane, Matten, 2005, p. 431]. Очевидно, что, обладая синтетичностью, присущей концепции «корпоративной социальной деятельности», новая концепция все же существенно сужает поле как теоретических исследований, так и практического применения. Как справедливо подчеркивают Д. Мун, А. Крейн и Д. Маттен, «...если корпоративное гражданство является лишь эквивалентом филантропического взгляда на КСО, то почему мы должны сколь-либо серьезно думать о концепции гражданства?» [Moon, Crane, Matten, 2005, p. 432]. Представляется, впрочем, что данная концепция еще сравнительно молода и имеет серьезный потенциал для своего развития.

Концепция корпоративной устойчивости. Концепция «корпоративной устойчивости» — самая молодая из претендующих на роль «альтернативной». Первые серьезные публикации, посвященные «корпоративной устойчивости», появились лишь после 2000 г. Строго говоря, она представляет собой своего рода «микроэкономический» уровень макроэкономической концепции устойчивого развития. Согласно Докладу ООН «Наше общее будущее», увидевшему свет в 1987 г. и более известному как «Отчет Брундтланда», устойчивым является такое развитие, которое «отвечает потребностям нынешнего поколения, не входя в противоречие с нуждами и стремлениями поколений будущего» [WCED..., 1987, p. 43]. В настоящее время устойчивое развитие, как правило, трактуется в качестве модели общественного развития, основанного на интегрированном подходе к решению экономических, социальных и экологических задач.

«Корпоративная устойчивость» переводит идею устойчивого развития на язык практического менеджмента, превращаясь в «модель управления корпорацией, охватывающую экономическую, социальную и экологическую деятельность корпорации как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе» [Steuer et al., 2005, p. 274]. Интересно, что, хотя теоретическая дискуссия о корпоративной устойчивости еще только разгорается, ее идеи уже нашли свое воплощение в таких популярных стандартах, как ISO 14001 и SA 8000, в формах социальной отчетности и моделях диалога корпораций с заинтересованными сторонами. Представляется, что подобная популярность концепции у практиков связана с их готовностью принять идею «устойчивости» как непосредственно связанную с основной функцией бизнеса. Устойчивая корпорация — это корпорация, устойчиво извлекающая прибыль, это стабильная, эффективная и, в конце концов, «хорошая» корпорация.

Что касается теоретической дискуссии, то она преимущественно ведется по поводу встраивания концепции «корпоративной устойчивости» в уже сложившуюся систему. Показательно, что, хотя «синтетичность» данной концепции представляется очевидной, особо остро обсуждается вопрос о разли-

чиях между «корпоративной устойчивостью» и «корпоративной социальной ответственностью» — исходной точкой концептуального развития. М. Ван Марревийк, в целом соглашаясь с тем, что указанные концепции могут трактоваться как синонимичные, предлагает ассоциировать КСО с общественными проблемами, затрагивающими организацию, а «корпоративную устойчивость» — с агентской проблемой. Иными словами, он предлагает связывать КСО с такими феноменами, как прозрачность ведения бизнеса, диалог с заинтересованными сторонами и социальная отчетность. «Корпоративная устойчивость», в свою очередь, ассоциируется с созданием стоимости, экологическим менеджментом, управлением человеческим капиталом и т. д. [Van Marrewijk, 2003, p. 102]. Р. Штойер и его соавторы полагают, что «устойчивое развитие», «корпоративная устойчивость» и «корпоративная социальная ответственность» являются тесно взаимосвязанными концепциями, относящимися к различным уровням спецификации и, соответственно, обладающими различными концептуальными нюансами. По их мнению, «устойчивое развитие может рассматриваться в качестве нормативной социальной концепции, являющейся основой для двух последующих; корпоративная устойчивость — концепция корпорации, а КСО — управленческий подход» [Steurer et al., 2005, p. 275]. Очевидно, что каждая из предложенных трактовок имеет теоретические изъяны, не столько «снимая» существующие противоречия, сколько воспроизводя на новом уровне все ту же дискуссию о нормативном и позитивном подходах к КСО. Очевидно также, что появление новых концепций, во многом инициированных как самим бизнесом, так и общественными организациями, отражает реальные изменения в ожиданиях заинтересованных сторон и требует дальнейшего развития и систематизации концепций, ассоциируемых с КСО.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исторически концепция КСО возникла и развивалась прежде всего как нормативная. Ее позитивные аспекты, востребованные практикой ведения бизнеса, получили свое развитие несколько позже. Противоречия между нормативным и позитивным подходами, «разнесенные» по самостоятельным концепциям, привели к созданию обобщающей модели «корпоративной социальной деятельности».¹⁸ Усложнение взаимодействий бизнеса и общества, усиление роли КСО привели к появлению новых «синтетиче-

¹⁸ Интересно, что в ходе дискуссии противоречие между «нормативным» и «позитивным» подходами постепенно трансформировалось в противоречие между «нормативными» аспектами теории, с одной стороны, и «инструментальными» — с другой, и далее — в противоречие между «нормативной аргументацией» и «бизнес-аргументацией». О последней трактовке дихотомии см., напр.: [Smith, 2003].

ских» концепций, претендующих на роль «альтернативных». При этом все указанные концепции, находясь в русле общей проблематики, во многом продолжают восприниматься как элементы общей «зонтичной» концепции КСО. В таблице 2 приведены основные концепции, ассоциируемые с КСО, рассмотренные в данной статье.

Используя трактовку научных революций Т. Куна [Kuhn, 1962], можно сформулировать гипотезу о конкуренции множества концепций как своего рода «допарадигмальных» школ (в рамках каждой из которых происходит некий сбор фактов и попытки их интерпретации), а также о попытках создания некой «синтетической теории». Эта «синтетическая» теория, в свою очередь, с одной стороны, абсорбирует (или пытается абсорбировать) существующие концепции или их элементы и, с другой стороны, определяет господствующую парадигму, в рамках которой происходит развитие «нормальной» науки. Применительно к проблематике КСО, однако, вопрос о становлении «синтетической» теории осложняется тем обстоятельством, что «допарадигмальные» школы развивались в рамках как «научных исследований» позитивного характера, так и «прогресса» нормативных учений, относящихся к философии (пусть и прикладной), относимой Т. Куном к «ненаучной области».

Таблица 2

Основные концепции, ассоциируемые с корпоративной социальной ответственностью

№	Русскоязычный термин (аббревиатура)	Оригинальный англоязычный термин (аббревиатура)	Основные источники	Типология
1	2	3	4	5
<i>Концепции «ядра»</i>				
1	«Корпоративная социальная ответственность» (КСО)	Corporate social responsibility (CSR, CSR-1)	[Bowen, 1953] [Davis, 1960] [McGuire, 1963] [Sethi, 1975] [Caroll, 1979]	Нормативная
2	«Корпоративная социальная восприимчивость» (КСВ?)	Corporate social responsiveness (CSR-2)	[Ackerman, 1973] [Preston, Post, 1975] [Frederick, 1978] [Caroll, 1979]	Позитивная (инструментальная)
3	«Корпоративная социальная деятельность» (КСД?)	Corporate social performance (CSP)	[Sethi, 1975] [Caroll, 1979] [Wartick, Cochran, 1985] [Wood, 1991]	Нормативная и позитивная (инструментальная)

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
	<i>«Альтернативные» концепции</i>			
5	«Менеджмент заинтересованных сторон» (МЗС?)	Stakeholder management (SM)	[Freeman, 1984] [Clarkson, 1995] [Donaldson, Preston, 1995] [Post, Preston, Sachs, 2002]	Нормативная и позитивная (инструментальная, дескриптивная)
6	«Корпоративное гражданство» (КГ?)	Corporate citizenship (CC)	[Logsdon, Wood, 2002]	Нормативная и позитивная (инструментальная, дескриптивная)
7	«Корпоративная устойчивость» (КУ?)	Corporate sustainability (CS)	[Van Marrewijk, 2003] [Steurer et al., 2005]	Нормативная и позитивная (инструментальная, дескриптивная)

Иными словами, часть ученых концентрируют свои усилия не на сборе данных и использовании научных методов для проверки выдвинутых гипотез, а на нормативных проблемах.¹⁹ Более того, дуализм исследований в области КСО во многом обеспечил своего рода диалектику развития концепции от некой исходной идеи, сохраняющейся в качестве «ядра», до развернутой «синтетической» теории. Представляется, что именно он выступил катализатором генезиса концепции КСО, позволяющим ей на каждом новом этапе взаимодействия бизнеса и общества вырабатывать адекватную управленческую реакцию.

Литература

Благов Ю. Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований. Рецензия на книгу: Post J. E., Preston L. E., Sachs S. *Redefining the corporation: stakeholder management and organizational wealth*. Stanford: Stanford University Press, 2002 // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1. № 2. С. 151–159.

¹⁹ Показателен своего рода «академический конфликт» между Европейской ассоциацией этики бизнеса (EBEN) и Европейской академией бизнеса и общества (EABiS): если вторая подчеркивает инструментальный характер КСО, то первая видит огромную проблему в отрыве КСО от своих нормативных корней. Характерно, что тема ежегодной научной конференции EBEN в 2006 г. — «Нормативные основы социальной ответственности».

- Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России / Под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.*
- Ackerman R. W. How Companies Respond to Social Demands // Harvard Business Review. 1973. Vol. 51. N 4. P. 88–98.*
- Anderson J. Corporate Social Responsibility. N. Y.: Quorum Books, 1989.*
- Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. N. Y.: Harper & Row, 1953.*
- Carroll A. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance // Academy of Management Review. 1979. Vol. 4. N 4. P. 497–505.*
- Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // Business Horizons. 1991. Vol. 34. N 4. P. 39–48.*
- Carroll A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct // Business and Society. 1999. Vol. 38. N 3. P. 268–295.*
- Clarkson M. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance // Academy of Management Review. 1995. Vol. 20. N 1. P. 92–117.*
- Davenport K. Corporate Citizenship: A Stakeholder Approach for Defining Corporate Performance and Identifying Measures for Assessing it // Business and Society. 2000. Vol. 39. N 2. P. 210–219.*
- Davis K. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? // California Management Review. 1960. Vol. 2. N 3. P. 70–76.*
- De Bettines H. C. Reviewing Meanings and Contexts of Role of Business in Society. Launch of the European Academy of Business and Society. Fontenebleau. July 5. 2002 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.eabis.org*
- Donaldson T. The Stakeholder Revolution and the Clarkson Principles // Business Ethics Quarterly. 2002. Vol. 12. N 2. P. 107–111.*
- Donaldson T., Preston L. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications // Academy of Management Review. 1995. Vol. 20. N 1. P. 65–91.*
- Epstein E. The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness // California Management Review. 1987. Vol. 24. N 3. P. 53–63.*
- Frederick W. C. From CSR-1 to CSR-2: The Maturing of Business and Society Thought // Working paper 279. University of Pittsburg, Graduate School of Business, 1978.*
- Frederick W. C. Toward CSR-3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs // California Management Review. 1986. Vol. 18. N 2. P. 126–141.*
- Frederick W. C. Moving to CSR-4: What to Pack for the Trip // Business and Society. 1998. Vol. 37. N 1. P. 40–59.*
- Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman Publishing, 1984.*
- Freeman R. E. Divergent Stakeholder Theory // Academy of Management Review. 1999. Vol. 24. N 2. P. 233–236.*
- Friedman M. Capitalism and Freedom. Chicago: University of Chicago Press, 1962.*
- Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits // New York Times Magazine. 1970. September 13.*

- Gibson K.* The Moral Basis of Stakeholder Theory // *Journal of Business Ethics*. 2000. Vol. 26. P. 245–257.
- Jones Th., Wicks A.* Convergent Stakeholder Theory // *Academy of Management Review*. 1999. Vol. 24. N 2. P. 206–221.
- Kuhn T.* The Structure of Scientific Revolutions. Chicago: University of Chicago Press, 1962. (Рус. пер.: Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1977.)
- Longsdon J., Wood D.* Business Citizenship: From Domestic to Global Level of Analysis // *Business Ethics Quarterly*. 2002. Vol. 12. N 2. P. 155–187.
- Levitt T.* The Dangers of Social Responsibility // *Harvard Business Review*. 1958. Vol. 36. N 5. P. 41–50.
- McGuire J.* *Business and Society*. N. Y.: McGraw-Hill, 1963.
- Moon J., Crane A., Matten D.* Can Corporations Be Citizens? // *Business Ethics Quarterly*. 2005. Vol. 15. N 3. P. 429–453.
- Post J. E., Preston L. E., Sachs S.* *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*. Stanford: Stanford University Press, 2002.
- Preston L. E., Post J. E.* *Private Management and Public Policy*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1975.
- Schwartz M., Carroll A.* Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach // *Business Ethics Quarterly*. 2003. Vol. 13. N 4. P. 503–530.
- Sethi S.* Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework // *California Management Review*. 1975. Vol. 17. N 3. P. 58–64.
- Smith N. G.* Corporate Social Responsibility: Whether or How? // *California Management Review*. 2003. Vol. 45. N 4. P. 53–76.
- Steuere R., Langer M., Konrad A., Martinuzzi A.* Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations // *Journal of Business Ethics*. 2005. Vol. 61. N 3. P. 263–281.
- Van Marrewijk M.* Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion // *Journal of Business Ethics*. 2003. Vol. 44. N 2/3. P. 95–105.
- Votaw D.* Genius Becomes Rare // *The Corporate Dilemma* / Eds. D. Votaw, P. Sethi. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1973.
- Wartick S., Cochran P.* The Evolution of the Corporate Social Performance Model // *Academy of Management Review*. 1985. Vol. 10. N 4. P. 758–769.
- WCED.* *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.
- Windsor D.* The Future of Corporate Social Responsibility // *The International Journal of Organizational Analysis*. 2001. Vol. 9. N 3. P. 225–256.
- Wood D.* Corporate Social Performance Revisited // *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. N 4. P. 691–718.

Статья поступила в редакцию 17 марта 2006 г.