

*А. А. Савченко*

## **К МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Статья посвящена анализу подходов к оценке эффектов корпоративной социальной деятельности (КСД), развивавшихся на протяжении последних 40 лет. Выделяются три относительно независимых направления исследований: теоретические подходы к методологии оценки эффектов; эмпирические исследования взаимосвязи КСД и финансовых результатов; практические инструменты составления нефинансовой отчетности и самооценки компаний. Автором приведена классификация доминирующих тем в сфере теоретических и эмпирических исследований, сопоставленная с этапами распространения и совершенствования практики нефинансовой отчетности. Представлены выводы о замедлении прогресса в изучении данной проблематики вследствие определенных проблем, связанных не только с неоднозначностью понятия эффектов КСД, но и с дискуссией о концепции КСО в целом и со сложившейся практикой реализации КСО различными компаниями.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная деятельность, заинтересованные стороны, социальный эффект, бизнес-эффект, социальные инвестиции.

Проблемы исследования корпоративной социальной ответственности (КСО) и корпоративной социальной деятельности (КСД) заняли в последние годы важное место на страницах отечественных научных и деловых изданий<sup>1</sup>. Тем не менее ряд сложных и актуальных вопросов все еще ищет своего решения. Среди них особое место отводится проблеме оценки генерируемых КСО эффектов, касающихся как результатов деятельности компании, так и благополучия заинтересованных сторон. Западные исследователи обычно обозначают ее как проблему оценки эффективности КСО/КСД (*measuring CSR/CSP efficiency*), также фигурируют

---

<sup>1</sup> См., напр.: [Благов, 2006; Гизатуллин, 2007; Вуд, 2009; Зенкевич, Зятчин, 2009]. Стоит отметить и исследования, проводимые Ассоциацией менеджеров России с 2003 г., включая «Доклад о социальных инвестициях в России — 2008», подготовленный совместно с ВШМ СПбГУ.

© А. А. Савченко, 2009

такие трактовки, как оценка эффектов КСО/КСД (measuring/evaluating CSR/CSP effects) или просто измерение КСД (measuring/evaluating CSP). В российской литературе, благодаря публикациям ряда организаций — Ассоциации менеджеров России, Российского союза промышленников и предпринимателей, Агентства социальной информации, — а также активной деятельности консалтинговых компаний, постепенно начала формироваться собственная оригинальная терминология, и проблема приобрела самые разные формулировки, в частности, такие, как оценка эффективности корпоративных социальных инвестиций<sup>2</sup>, оценка отдачи от инвестиций в КСО<sup>3</sup>, оценка эффективности КСО<sup>4</sup>, оценка экологической и социальной результативности<sup>5</sup>.

Представляется, что само использование понятий эффективности или результативности при изучении данной проблемы является не вполне адекватным, поскольку важнейшие элементы анализа эффективности — цель и результат — в области КСО нередко оказываются трудноопределяемыми. Так, например, цель улучшения взаимоотношений с поставщиками не поддается четкой операционализации, но вполне может существовать в рамках долгосрочной программы развития отношенческих активов. В свою очередь, результаты действий компании при реализации принципов КСО зачастую оказываются отложенными во времени и, кроме того, субъективно воспринимаемыми различными заинтересованными сторонами. Кроме того, стоит отметить и терминологическое затруднение, связанное с использованием общей концепции КСО в привязке к оценке неких результатов. Само по себе понятие «ответственность», исторически трактуемое прежде всего в моральном смысле, не является измеримым. Ответственность корпорации может рассматриваться как некая присущая ей характеристика (добродетель); она может принимать деонтологическое значение и анализироваться с позиции долга компании по отношению к заинтересованным сторонам; наконец, ответственность может быть интерпретирована с позиции казуальной — как вина за полученный вследствие определенных действий результат. Строго говоря, ни в одной из этих интерпретаций не идет речи о результатах, поскольку здесь не рассматриваются действия корпорации как таковые.

В качестве более релевантного термина, позволяющего разрешить вышеуказанные проблемы, предлагается использовать понятие *оценки эффектов корпоративной социальной деятельности*. Концепция КСД, подра-

---

<sup>2</sup> См.: [Доклад о социальных инвестициях..., 2008, с. 29].

<sup>3</sup> См.: [Из России с любовью..., 2008, с. 28].

<sup>4</sup> См.: [Управление корпоративной ответственностью..., 2008, с. 9].

<sup>5</sup> См.: [Базовые индикаторы результативности..., 2008].

зумевающая «систему *принципов* социальной ответственности, *процессов* социальной восприимчивости и соответствующих *результатов*, релевантных отношениям компании с обществом, представленным набором заинтересованных сторон» [Wood, 1991, p. 693], является более адекватной при оценке, поскольку оперирует не общим понятием ответственности, а конкретным значением результата, который может поддаваться измерению. В этом отношении концепция КСД не замещает, но операционализирует более общую концепцию КСО. При этом под эффектом КСД понимается изменение благосостояния компании и/или ее заинтересованных сторон в результате реализации принципов КСО посредством осуществления социальных инвестиций. Последние, в свою очередь, подразумевают материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы, направляемые на удовлетворение ожиданий различных заинтересованных сторон. Эффект КСД, в силу тесной взаимосвязи заинтересованных сторон и совмещения их различных типов в одном субъекте, оказывается значительно шире изначального целеполагания, мультиплицируется и, кроме того, субъективно воспринимается разными группами заинтересованных сторон.

Эффекты КСД можно разделить на два основных типа:

- 1) эффект изменения благосостояния непосредственно компании (и ее акционеров), определяемый как *бизнес-эффект КСД*;
- 2) эффект изменения благосостояния внешних и внутренних заинтересованных сторон (исключая акционеров, поскольку их интересы практически аналогичны интересам принадлежащей им компании), определяемый как *социальный эффект КСД*.

Первые исследования, посвященные оценке эффектов КСО (концепция КСД появилась значительно позже), начали появляться в 1970-х гг. Это было связано, во-первых, с постепенным распространением социальной отчетности и аудита и результирующей потребностью компаний в определенных стандартах отчетности и инструментах измерения. Во-вторых, стали предприниматься первые попытки увязки социально ответственных действий компании с ее финансовой результативностью, что также требовало неких методологий оценки. Разработка достоверных методов оценки эффективности КСО должна была обеспечить необходимую обратную связь для мониторинга реализации и корректировки, а также дальнейшего планирования корпоративных и бизнес-стратегий фирм.

Однако невзирая на то что история изучения проблемы насчитывает уже почти 40 лет, к настоящему моменту в литературе не представлено классификации подходов к оценке эффектов КСД. Различные упоминания и ссылки на соответствующие исследования не являются систематизированными и скорее отражают сам факт достаточно длительной дискуссии в от-

ношении проблемы, нежели возможные этапы или закономерности ее развития. К сожалению, как верно подметили Р. Лачмэн и Р. Вулф, «несмотря на то что многое их объединяет, области организационной эффективности и корпоративной социальной деятельности развивались независимо друг от друга, с минимальным взаимным оплодотворением» [Lachman, Wolfe, 1997, p. 194].

Представляется, что развивавшиеся в теории и на практике подходы к оценке эффектов КСД можно разделить на три группы, которые постепенно оформились в три относительно независимых направления исследований (рис. 1). К первому из них относятся работы, в которых специфицируются и описываются некие методы оценки, практически не тестируемые авторами на практике. Методология оценки эффектов в таких работах является центральной темой и целью исследования, поэтому эмпирика либо опускается, либо отходит на второй план. Ко второму направлению можно отнести все возрастающее количество эмпирических исследований, целью которых стали либо поиск корреляционной связи КСД с финансовыми показателями фирмы, либо некое сравнительное исследование по выявлению эффективности деятельности фирм, использующих, в частности, различные подходы к КСО и КСД. Такие работы носят ярко выраженный эмпирический характер, и модель оценки является здесь методологическим инструментом. Наконец, наиболее самостоятельно развивались практические инструменты оценки КСД, такие как стандарты социальной отчетности, социальные индексы и рейтинги, методологии самооценки в отношении поведения организации и ее членов и т. п.

В своем идеальном воплощении указанные направления исследований должны были бы представлять собой определенные этапы в изучении проблемы оценки эффектов КСД. Изначально надлежало появиться некой теоретической базе, интегрирующей общие принципы КСО в существующие теории оценки или подразумевающей создание принципиально новых методологий. Затем на базе теоретических умозаключений должны были народиться эмпирические исследования, тестирующие методологии на практике. И наконец, после апробации методологий могли создаваться практические инструменты, позволяющие компаниям проводить регулярную оценку конкретных эффектов конкретной деятельности. Тем не менее такая логическая последовательность развития была с самого начала нарушена. В 1970-х гг., пока появлялись первые работы, посвященные оценке КСО, уже шла крайне активная дискуссия в отношении КСО в целом. Компании, отвечая на растущие общественные ожидания, начинали внедрять зачатки нефинансовой отчетности в виде небольших разделов годовых отчетов и брошюр. Необходимость представления информации порождала острую потребность компаний в методах оценки их воздействия на благосостояние заинтересо-

ванных сторон. Одновременно появился естественный интерес к вопросу о бизнес-эффекте КСО, в первую очередь — о наличии или отсутствии отрицательного воздействия КСО на экономическую результативность компаний. Таким образом, при почти полном отсутствии теоретических наработок начали появляться эмпирические исследования взаимосвязи финансовых показателей компаний с их социальной деятельностью, а также первые практические инструменты оценки, сначала в виде индексов и рейтингов, а затем и в более серьезной форме стандартов и методологий самооценки. Поэтому эмпирические исследования чаще всего опирались именно на разработанные методологии индексов и рейтингов, а немногие работы теоретического характера, несмотря на многочисленные ссылки на них, в плане заимствований методологий оценки оставались в стороне.



Рис. 1. Три направления развития подходов к оценке эффектов КСО (КСД)

Именно эмпирические исследования взаимосвязи КСД с результативностью компании неоднократно подвергались различным классификациям, в том числе посвященным использовавшимся методам оценки эффектов КСД. Отсутствие обобщений и классификаций в одной области

и их многочисленность — в другой несложно увязать с количеством научных статей и проработанностью тематики. Если количество эмпирических исследований неуклонно возрастало начиная с 1970-х гг., и к 1990-м гг. достигло двух-трех десятков в год, то развитие теоретических подходов к оценке эффектов КСД происходило крайне медленно и разрозненно, оставляя существенные пробелы (например, проблема оценки социального эффекта КСД или специфика оценки относительно различных заинтересованных сторон до сих пор пользуются крайне низкой популярностью среди исследователей). Отсутствие крепкой теоретической базы привело, в частности, к тому, что в большинстве эмпирических исследований заимствуются исключительно методологии практических инструментов оценки КСД.

Задачей данной статьи является анализ различных методологий оценки эффектов КСД, развивавшихся в рамках эволюции собственно теоретических подходов и созданных при реализации эмпирических исследований. Что касается практических инструментов оценки, созданных компаниями, различными их объединениями и организациями по стандартизации, то они в основной своей массе не могут претендовать на звание концепций или методологий. Индексы и рейтинги подразумевают лишь мониторинг и ранжирование компаний; стандарты отчетности прописывают позиции оценки и показатели, опираясь, в частности, на декомпозицию по заинтересованным сторонам (заимствованную из запоздавших к развитию нефинансовой отчетности теоретических работ). Методологии самооценки, в свою очередь, опираются на анализ соответствия принципам КСО с помощью анкетирования (что также имеет под собой основательную теоретическую базу). Поэтому эти инструменты можно считать некими производными развивающихся с течением времени методологий, хотя остается открытым вопрос о первоисточниках: появлялись ли основные идеи в научной среде или они были подхвачены в пуле идей рейтинговых организаций и бизнес-консультантов?

#### РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТОВ КСО (КСД)

Необходимость выработки методов оценки эффектов деятельности компании впервые постулировалась исследователями в 1970-х гг. Зарождение этой дискуссии именно в данный период объясняется тем, что до середины 1970-х гг. трактовка самой концепции КСО носила лишь нормативный характер: широко обсуждались содержательное наполнение ответственности и ценности бизнеса и общества, в то время как позитивистский анализ КСО пока оставался в стороне. В середине 1970-х гг. появились первые работы, посвященные социальному аудиту [Ramanathan, 1976] и анализу добровольно раскрываемой компаниями информации как

базы для оценки вовлеченности бизнеса в решение социальных проблем [Abbott, Monsen, 1979]. Однако перед исследователями неминуемо встал вопрос, перечеркнувший до своего разрешения возможность создания методологии оценки: что именно должно подвергаться оценке? Этот вопрос был естественным продолжением дискуссии по поводу качественного содержания самого понятия КСО, а также эффектов, генерируемых деятельностью компании.

В 1980-х гг. поиск консенсуса по поводу понятия КСО и, соответственно, предмета оценки значительно продвинулся вперед за счет интеграции в теорию КСО понятия «заинтересованная сторона». Концепция заинтересованных сторон наполнила новым содержанием понятие КСО и позволила уйти от общей безадресной оценки эффектов. Как писал М. Кларксон, «корпоративная социальная деятельность может быть более эффективно проанализирована и оценена с использованием подхода, основанного на управлении взаимоотношениями с заинтересованными сторонами корпорации, нежели с помощью моделей и методологий, базирующихся на концепциях, связанных с корпоративной социальной ответственностью и восприимчивостью» [Clarkson, 1995, p. 92].

На рубеже 1980-х — 1990-х гг. оформилась вышеупомянутая концепция корпоративной социальной деятельности, которая ввела в дискуссию понятие «результат» и в принципе сместила акцент оценки с абстрактной ответственности к конкретной материализуемой деятельности. «Корпоративная социальная деятельность была создана с целью возбудить широкий интерес к влиянию поведения бизнеса на общество. Это влияние в конечном счете подразумевает последствия и результаты, а не просто политики и намерения; более того, предполагается, что эти результаты должны быть оценены, а не просто описаны» [Preston, 1988, p. 12]. Интеграция в теорию оценки эффективности КСО понятий «заинтересованная сторона» и «результат» заметно активизировала и разнообразила научные исследования в этой области.

В 1995 г. Кларксон описал методы оценки КСД, используя пирамидальную модель четырех параметров КСО, разработанную Кероллом. В 1997 г. Ланчмэн и Вулф предприняли попытку внедрить термин «организационная социальная эффективность» (ОСЭ) (organizational social effectiveness — OSE), который «отражал взаимовлияние концепций и перспектив, разрабатываемых для оценки КСД и функциональной эффективности» организации [Lachman, Wolfe, 1997, p. 198]. Авторы доказывали, что достижения в области оценки организационной эффективности (в частности, понятия перспективы восприятия, области деятельности, уровня анализа, временных рамок и стандартов для сравнения) могут быть достаточно успешно использованы при оценке ОСЭ. Термин ОСЭ однако не нашел широкого



распространения, вероятно, по причине того, что к концу 1990-х гг. он оказался добавлен к уже существующему большому количеству различных толкований КСО под разными названиями.

Ланчмэн и Вулф были не единственными, кто пытался применить к КСД модели оценки из других научных областей. Так, Б. Руф и соавторы в 1998 г. предложили использовать для оценки эффектов КСД концепцию аналитической иерархии процессов (Analytic Hierarchy Process — АНП), разработанную в 1980 г. Т. Саати в рамках теории оценки. Данная концепция подразумевает три основных шага оценки: 1) декомпозицию (разделение объекта оценки на составляющие компоненты или направления социальной ответственности в приложении к КСД); 2) сравнительное суждение (заинтересованных сторон); 3) синтез (сочетание мнений для формирования агрегированной оценки) [Ruf, Muralidhar, Paul, 1998, p. 124]. Несмотря на то что в работе содержится ряд противоречий (модель не всегда соответствует изначально выдвинутым требованиям к ее релевантности), сама идея декомпозиции оценки оказалась широко распространена в теории и на практике. Так, например, Б. Митник в 2000 г. предложил разделение на три уровня оценки: 1) *оценка обязательств* (commitment), подразумевающая определение ценностей, лежащих в основе КСД компании, и призванная помочь сбалансировать ценности, противоречащие друг другу; 2) *оценка достижений* (achievement), которая, в частности, ратифицирует заявленные ценности; и 3) *оценка восприятия и веры* (perception and belief), необходимая для понимания видения результатов КСД заинтересованными сторонами [Mitnick, 2000, p. 419–420]. Марголис и соавторы в 2007 г. выделили уровни оценки: 1) *легитимности* (с точки зрения бизнеса как института); 2) *ценности* (с позиции компании); 3) *эффективности* (с позиции заинтересованных сторон) КСД [Margolis, Elfenbein, Walsh, 2007, p. 25–27]. На практике одним из воплощений декомпозиции стал метод «тройственной базовой отчетности».

В 1999 г. вышла в свет ставшая классической статья Ш. Бермана и соавторов, посвященная связи менеджмента заинтересованных сторон со стратегией и финансовой результативностью фирмы. В рамках статьи были выделены [Berman et al., 1999, p. 488]:

- 1) *модель стратегического менеджмента заинтересованных сторон* (strategic stakeholder management model), подразумевающая, что природа и степень внимания менеджмента к заинтересованным сторонам детерминируется исключительно возможностью улучшения финансовых показателей компании;
- 2) *модель внутреннего обязательства перед заинтересованными сторонами* (intrinsic stakeholder commitment model), определяющая некое нормативное (моральное) обязательство фирмы заботиться о про-



блемах заинтересованных сторон, которое, в свою очередь, влияет на формирование стратегии и в конечном счете — на динамику финансовых показателей.

Однако авторы постулируют, что финансовые показатели не могут выступать целью менеджмента заинтересованных сторон, поскольку такая цель является инструментальной и дискредитирует саму идею моральных обязательств. Нельзя не отметить явное противоречие: изучать связь менеджмента заинтересованных сторон с финансовыми показателями, отрицая само целеполагание в отношении этих показателей, по меньшей мере, нецелесообразно, поскольку в таком случае исследователь отказывается от критериев оценки результатов, позволяющих делать выводы о положительной или отрицательной/отсутствующей связи.

На рубеже 1990-х — 2000-х гг. стало активно обсуждаться проблема влияния отраслевой принадлежности фирм на генерируемые эффекты КСД. Как отмечает С. Ваддок, поведение фирмы всегда имеет место в контексте «широкого набора отраслей с совершенно разными характеристиками, историей и результатами деятельности в различных направлениях КСД» [Waddock, Graves, 1997, p. 304]. Попытка исследования влияния отрасли на взаимоотношения с заинтересованными сторонами была предпринята Дж. Гриффин и Ч. Кербером, которые выделили пять характеристик отрасли, влияющих на взаимоотношения с сотрудниками, потребителями, местными сообществами и организациями по защите окружающей среды: конкуренцию в отрасли, регулирование, концентрацию, производство и доступность информации (visibility) [Griffin, Koerber, 2006, p. 1–6]. Необходимость включения в анализ отраслевых параметров отмечали также А. МакВильямс и Д. Зигель [McWilliams, Siegel, 2000, p. 607], а Д. Хайнц и соавторы эмпирически доказали, что отраслевые различия отражаются на характере связи КСД и финансовых показателей [Heinze, Sibary, Sikula, 1999, p. 341]. Возможно, данное отраслевое влияние должно каким-то образом отражаться на параметрах и коэффициентах оценки КСД, поскольку оно способно корректировать направления социальных инвестиций, воздействовать на эффекты от реализуемых программ, а также непосредственно предопределять набор заинтересованных сторон, их силу влияния и легитимность.

В 2001 г. М. Орлицкий и Дж. Бенжамин подробно рассмотрели взаимовлияние КСД и риска фирмы и аргументировали необходимость включения в оценку эффектов КСД ее влияния на рыночные и финансовые риски. С точки зрения авторов, на изменения в области КСД первым должен реагировать рынок: укрепление взаимоотношений с заинтересованными сторонами положительно сказывается на репутации и инвестиционной привлекательности фирмы. Соответственно, снижается риск падения курса акций, который, находясь под влиянием репутации, оказывает и обрат-

ное воздействие. Приток инвестиций приводит к увеличению доступа к капитальным ресурсам, что снижает финансовый риск и укрепляет способность к финансовому планированию. Последнее позволяет более четко и грамотно планировать социальный бюджет. При этом авторы не делают выводов об одностороннем влиянии КСД на риск, они подчеркивают возможность и обратной взаимосвязи, в случае которой определенные рыночные или финансовые риски влияют на объем вложенных средств и характер реализуемых инициатив по укреплению взаимоотношений с заинтересованными сторонами (рис. 2).

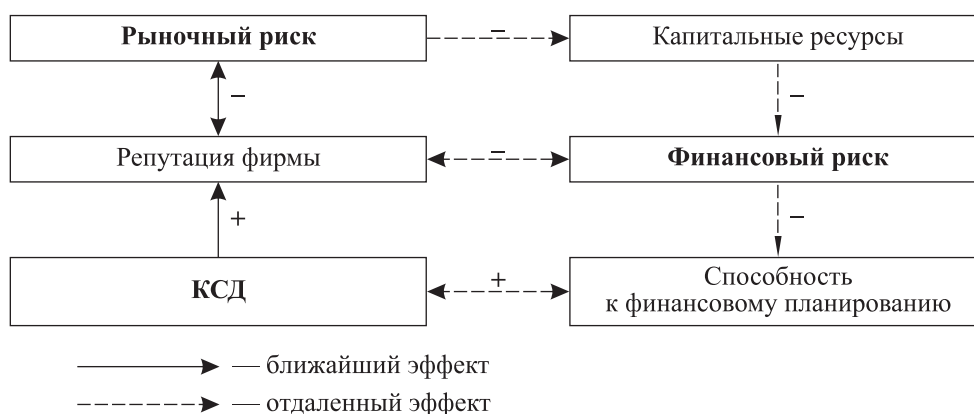


Рис. 2. Динамическая модель взаимосвязи КСД и риска

Источник: [Orlitzky, Benjamin, 2001, p. 374].

Т. Кацулакос и Я. Кацулакос в 2007 г. изучили значение менеджмента заинтересованных сторон для генерации ключевых компетенций и динамических способностей компании и попытались оценить его эффективность. В соответствии с их логикой КСД (наряду со стратегиями менеджмента знаний) влияет на финансовые показатели фирмы через создание ключевых компетенций и динамических способностей. В качестве инструментов оценки были выделены математические функции, позволяющие оценить: 1) влияние взаимоотношений с заинтересованными сторонами на генерацию знаний внутри фирмы; 2) степень их содействия внутрифирменным изменениям; 3) их роль в повышении значимости компании; 4) рост продуктивности, основанный на доверии и взаимообмене [Katsoulakos, Katsoulakos, 2007, p. 365]. Однако авторы не дали рекомендаций по практическому применению этих функций. Здесь возможен вывод о потенциале использования рейтинговых оценок, но они нередко оказываются плавающими и излишне субъективными.

#### МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ СВЯЗИ КСО С ФИНАНСОВЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

Эмпирические исследования бизнес-эффекта КСО стали появляться примерно с начала 1970-х гг. Применительно к задаче данной статьи эти исследования интересны не столько с точки зрения поиска корреляции между активностью фирмы в области КСО и ее финансовыми показателями, сколько с позиции анализа используемых в процессе этих исследований моделей, позволяющих авторам оценить эффекты осуществляемой фирмами КСО.

Первые исследования не отличались оригинальностью и сложностью моделей оценки. В основном для выявления эффектов КСО они использовали сравнительный анализ финансовых показателей фирм. Если связь между КСО и финансовыми результатами оказывалась положительной, то делался вывод о том, что КСО является эффективной с точки зрения бизнес-эффекта. В обратном случае КСО признавалась неэффективной и, как следствие, нецелесообразной. При этом авторы получали как положительные, так и отрицательные результаты. Общий анализ 51 исследования за период с 1972 по 1997 г., предпринятый Дж. Гриффин и Дж. Махоном, показал, что около 60% исследований доказали существование положительной корреляции [Griffin, Mahon, 1997, p. 7–9]. Анализ 127 подобных исследований за период с 1972 по 2002 г., проведенный Марголисом и Уолшом, также обнаружил чуть более 50% случаев положительной корреляции [Margolis, Walsh, 2003, p. 273–274].

В качестве достоинства этих исследований можно подчеркнуть, что авторы впервые занялись изучением связи КСО с общей результативностью деятельности фирмы. Существенным недостатком является то, что эффекты КСО выявлялись в этом контексте только с помощью сравнительных данных по выборке фирм, что не позволяет судить о внутренних эффектах. Кроме того, здесь не затрагивались проблемы социального эффекта как промежуточного звена между КСО и финансовой результативностью фирмы. Однако эти исследования «забивали» первые «сваи» в фундамент теории оценки эффектов КСО.

В исследованиях 1980-х — 1990-х гг. использовались более сложные модели оценки, во многих случаях включавшие уже не только бизнес-эффект, но и показатели, характеризующие степень удовлетворения ожиданий различных заинтересованных сторон. Так, в 1982 г. Дж. Сонненфелд для оценки социальной ответственности и социальной восприимчивости использовал анкеты для внешних заинтересованных сторон, построенные на системе выставления баллов [Sonnenfeld, 1982, p. 371–375]. В 1985 г. К. Опперле, А. Керролл и Дж. Хэтфилд на основе пирамиды Керолла разработали анкету для генеральных директоров компаний, которая содержала 20 утверждений из об-

ласти КСО фирмы, оценивавшихся по 10-балльной шкале [Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985, p. 455–456]. К. Опперле и Д. Ван Фам продолжили и расширили это исследование, сопоставляя данные КСО с расширенным набором финансовых показателей [Aupperle, Van Pham, 1989, p. 263–274]. П. Кохран и Р. Вуд в 1984 г. использовали для оценки эффектов КСД репутационные индексы Московича и изучали их взаимосвязь с финансовой результативностью на основе линейной регрессии [Cochran, Wood, 1984, p. 49–50].

Очень популярным методом оценки в эмпирических исследованиях оказался рейтинг *Fortune* «Наиболее уважаемые американские компании» («America's Most Admired Companies»). Данные ежегодного анкетирования высшего менеджмента компаний, независимых директоров и финансовых аналитиков по восьми измерениям репутации активно использовались исследователями в 1980-х–1990-х гг. Однако основная проблема оценок, основанных на различных индексах и рейтингах, заключается в том, что исследователи фактически не обладают информацией о КСД компании. Они вынуждены довольствоваться данными, уже интерпретированными менеджментом компании, а затем рейтинговыми агентствами. Модель оценки эффектов, построенная на индексах и рейтингах, утрачивает свою достоверность, и, что еще важнее, она практически бесполезна для внутренней оценки КСД непосредственно компаниями. Важно отметить и то, что рейтинги как таковые являются практическим инструментом оценки, для которого также необходима некая первичная внутренняя методология. Скептицизм в отношении чрезмерного использования в оценке индексов и рейтингов, отражающих в первую очередь репутацию компании, можно проследить и в работах некоторых авторов [Godfrey, 2005; Van der Laan, Van Ees, Van Witteloostuijn, 2008]. Здесь стоит отметить, что в единственной работе российского происхождения, затрагивающей вопросы оценки КСД и опубликованной в 2007 г. А. Гизатуллиным, также в качестве метода оценки используется авторская выборка показателей индексов группы KLD [Гизатуллин, 2007, с. 44].

В 2000-е гг. количество работ, посвященных анализу связи экономических результатов деятельности организации с ее активностью в области КСО, значительно уменьшилось. Снижение интереса исследователей объясняется тем, что в течение двух предыдущих десятилетий уже было проведено огромное количество подобных исследований, которые выявляли и положительную, и отрицательную, и нулевую взаимосвязь. Несмотря на то что в большинстве случаев исследователи обнаруживали положительную корреляцию, окончательного согласия в этом отношении до сих пор не наблюдается. Кроме того, многие критики приходили к выводу, что «любая наблюдаемая корреляция между метриками КСО и финансовой результативностью может быть следствием как действительной взаимосвязи... так и просто неправильного измерения КСО» [Chatterji, Levine, Toffel, 2007, p. 2–3].

Дальнейшее клонирование аналогичных исследований не имело серьезных перспектив, поэтому фокус стал постепенно смещаться к двум вопросам: 1) изучению *природы* взаимосвязи КСО с результативностью компании через определение вклада КСО в конкурентоспособность компании [Vilanova, Lozano, Arenas, 2009]; 2) анализу влияния различных заинтересованных сторон на эту взаимосвязь [Davenport, 2000; Barnett, 2007; Bertels, Pelozo, 2008; Van der Laan, Van Ees, Van Witteloostuijn, 2008; Pelozo, Papania, 2009]. Как справедливо отметил Дж. Пелоза, «определение взаимосвязи между КСО и финансовой результативностью необходимо, поскольку менеджеры балансируют ожидания заинтересованных сторон в отношении социальной ответственности и требования достижения финансовых результатов» [Pelozo, Papania, 2009, p. 169]. Г. Ван дер Лаан и соавторы высказали аналогичную точку зрения, заметив, что «вопрос взаимосвязи корпоративной социальной и финансовой результативности не может рассматриваться без анализа взаимоотношений корпораций с различными заинтересованными сторонами, которые по-разному оценивают основные измерения КСД» [Van der Laan, Van Ees, Van Witteloostuijn, 2008, p. 299]. Однако «в продолжающихся дебатах о взаимосвязи КСО с финансовой результативностью очень редко поднимается вопрос о конкуренции заинтересованных сторон за внимание фирмы, приоритизации заинтересованных сторон и последствиях игнорирования их конфликтующих требований» [Barnett, 2007].

Среди количественных исследований, в которых авторы постарались учесть разнообразные ожидания групп заинтересованных сторон, можно отметить работу Давенпорт, предложившей в качестве критерия оценки КСД 20 принципов корпоративного гражданства, в которых наряду с этичным поведением бизнеса и обязательствами по отношению к окружающей среде отражались обязательства перед заинтересованными сторонами [Davenport, 2000, p. 213–217]. Схожая идея прослеживается в работе Д. Теркера, который предложил использовать анализ соответствия компании 42 положениям, отражающим социально ответственную позицию [Turker, 2009, p. 416–423]. Однако сложность использования разработанных Давенпорт, Теркером и другими авторами методов оценки, основанных на опросах соответствия, заключается в крайней субъективности оценивающих компанию респондентов. Такой метод полезен с точки зрения картины *воспринимаемой* различными заинтересованными сторонами КСО, но мало говорит о *реальных* эффектах КСД. В целом не столь давно поднятый вопрос о разной роли групп заинтересованных сторон в генерации организационного богатства и их различных представлениях о том, как оценивать социальную ответственность организации, требует более основательного изучения. И вероятно, в ближайшие годы стоит ожидать увеличения количества научных статей, посвященных этой теме.

Неоднократно предпринимались попытки комплексного анализа выборки проведенных исследований, которые позволяли делать общие вы-

воды о достигнутых результатах, а также о достоинствах и недостатках используемых исследователями методологий оценки. Первый такой метаанализ принадлежит Р. Алдагу и К. Бартолу [Aldag, Bartol, 1978] далее по мере накопления эмпирических исследований появлялись и новые попытки их объединенного анализа, наиболее масштабными среди которых стали работы Дж. Гриффина и Дж. Махона [Griffin, Mahon, 1997], Дж. Марголиса и Дж. Уолша [Margolis, Walsh, 2003], М. Орлицкого и соавторов [Orlitzky, Schmidt, Rynes, 2003], Ж. Алуша и П. Лароша [Allouche, Laroche, 2005], М. Ву [Wu, 2006], Дж. Марголиса и соавторов [Margolis, Elfenbein, Walsh, 2007].

Резюмируя вышеописанные исследования и их статистический анализ, представляется возможным выделить наиболее популярные для эмпирических исследований методы оценки эффектов КСД (табл. 1).

Таблица 1

**Наиболее популярные методы оценки КСД, используемые в эмпирических исследованиях**

<b>Методы оценки</b>	<b>Примеры наиболее известных исследований</b>
Использование систем самооценки (анкетирование)	[Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985; Aupperle, Van Pham, 1989]
Содержательный анализ открытых источников информации о КСД	[Abbott, Monsen, 1979]
Использование репутационных индексов и рейтингов	[Гизатуллин, 2007; Cochran, Wood, 1984; Aupperle, Carroll, Hatfield, 1985; Wokutch, Spencer, 1987; McGuire, Sundgren, Schneeweis, 1988; Herremans, Akathaporn, McInnes, 1993; Brown, Perry, 1994; 1995; Simerly, 1994; Griffin, Mahon, 1997; Preston, O'Bannon, 1997; Waddock, Graves, 1997; Stanwick, Stanwick, 1998; Heinze, Sibary, Sikula, 1999]
Социальный аудит или оценка внешних обозревателей	[Vance, 1975; Sonnenfeld, 1982]
Оценка риска	[McGuire, Sundgren, Schneeweis, 1988; O'Neill, Saunders, McCarthy, 1989; Fombrun, Shanley, 1990; Herremans, Akathaporn, McInnes, 1993; Simerly, 1994; Pava, Krausz, 1996; Waddock, Graves, 1997]
Оценка ценностей и принципов КСО фирмы	[Davenport, 2000]
Анализ дискреционной деятельности	[Griffin, Mahon, 1997]
Анализ экологических показателей	[Griffin, Mahon, 1997]



Если рассмотреть общий массив работ, посвященных эмпирическому анализу КСД в привязке к бизнес-эффекту, выраженному в различных финансовых показателях, то можно прийти к радикальному выводу о принципиальной бесполезности этих исследований. Как отметили Вуд и Джонс, используемые в них различные «методы оценки были разработаны для конкретных целей — например, для тестирования статистической связи между корпоративными преступлениями и такими финансовыми показателями, как ROI... и они не могут быть легко использованы для других целей» [Wood, Jones, 1995, p. 230]. Разрозненность и «местечковое» применение показателей действительно становятся очевидны при близком знакомстве с методологией таких исследований. Это обстоятельство создает серьезную проблему в первую очередь для практикующих менеджеров, перед которыми стоит задача комплексной оценки КСД, объединяющей самые различные направления и учитывающей ожидания разных заинтересованных сторон.

Критику таких эмпирических исследований и беспокойство по поводу недостатка истинно теоретических работ можно найти и у Керолла. «Наша область оказалась перенаселена исследователями, компилирующими некие корреляции данных, которые им посчастливилось найти... Методология оценки будет тщательным образом построена только на прочном теоретическом фундаменте» [Carroll, 2000, p. 475]. Малое количество теоретических работ, посвященных оценке, и отсутствие единого мнения по поводу наполнения КСД привели к тому, что каждый исследователь позволяет себе толковать это понятие по-своему. Керолл настаивает на том, что, если исследователь занимается оценкой какой-то отдельной составляющей КСД (например, вовлеченности в решение вопросов экологии, филантропической деятельности, репутации и т. п.), то такой анализ никак нельзя назвать оценкой КСД. «Методология оценки КСД должна быть всеобъемлющей, т. е. должна отражать все важные аспекты или измерения взаимоотношений бизнеса и его заинтересованных сторон» [Carroll, 2000, p. 475].

Последняя мысль прослеживается и у Гриффин, которая справедливо заметила, что «КСД является сложным феноменом... и многомерной конструкцией. Дополнительную сложность, с эмпирической точки зрения, ей добавляет то обстоятельство, что каждое измерение имеет множество показателей и множество возможностей операционализации. Поэтому первая задача заключается в определении релевантных измерений КСД, а вторая — в операционализации каждого измерения» [Griffin, 2000, p. 482].

Анализируя научную литературу, посвященную оценке КСД, нетрудно заметить и существенный разрыв между оценкой социального и бизнес-эффекта. Представленное на данный момент очень малое количество чисто теоретических работ и практически все эмпирические исследования занимают методы оценки бизнес-эффекта, сосредоточиваясь на оценке выгод бизнеса.



Оценкой социального эффекта озабочены лишь различные организации, вовлеченные в создание стандартов отчетности. Что касается целостной модели оценки КСД, учитывающей интересы и компании, и заинтересованных сторон, то речь пока идет лишь о *необходимости* ее создания.

В качестве логического заключения анализа теоретических и эмпирических исследований можно предложить классификацию доминирующих тем и их развития во временном разрезе (табл. 2). В табл. 2 представлено поэтапное развитие трех описанных направлений и сделаны общие выводы об изменяющемся с течением времени фокусе исследований. Кроме того, в данной классификации логика развития проблемы оценки КСД сопоставляется с развитием практики нефинансовой отчетности, совершенствующейся с появлением практических инструментов оценки, создаваемых различными международными организациями.

Как следует из таблицы, дискуссия об оценке эффектов КСО началась только спустя двадцать лет после появления самой концепции КСО, впервые описанной Г. Боуэном в 1953 г. [Bowen, 1953]. Представляется, что для постановки проблемы оценки необходимо было сначала определить само понятие КСО, дать картину общественных ожиданий по отношению к бизнесу и, соответственно, установить характер реактивных действий последнего. В 1960 г. Т. Девис проанализировал управленческую природу КСО и отметил возможность долгосрочного экономического эффекта социально ответственных решений [Davis, 1960]. Такая идея привела к появлению в начале 1970-х гг. первых публикаций, посвященных взаимосвязи КСО и финансовой результативности. В это время компании начали внедрять первые формы нефинансовой отчетности, являющие собой не полноценные документы, а дополнения к годовым отчетам или небольшие брошюры. Научная мысль тут же отреагировала попыткой проанализировать эту информацию и оценить степень вовлеченности бизнеса в решение общественных проблем. Однако недостаток информационной базы, обусловленный в том числе и отсутствием стандартов представления информации, сдерживал развитие данной проблематики.

Предложенное в 1984 г. Э. Фрименом понятие «заинтересованная сторона» [Freeman, 1984] было тут же подхвачено в эмпирических исследованиях взаимосвязи КСО и финансовой результативности (где стали использоваться различные анкеты для заинтересованных сторон), а также в области нефинансовой отчетности. Однако стало проявляться запоздание развития теоретических исследований, где термин «заинтересованная сторона» прижился только в 1990-х гг. после длительной дискуссии относительно конкретного предмета оценки в области КСО. Декомпозиция оценки эффектов КСО также стала применяться в эмпирических исследованиях гораздо раньше, чем в теоретическом анализе. То же можно наблюдать в отношении включения фак-

Классификация доминирующих тем в развитии подходов к оценке эффектов КСО (КСД)

Период	Доминирующий фокус теоретических исследований методов оценки эффектов КСО (КСД)	Развитие эмпирических исследований взаимосвязи КСО и финансовых результатов	Разработка практических инструментов оценки	Развитие практики корпоративной нефинансовой отчетности
1	2	3	4	5
1950-е — 1960-е гг.	Не определены содержательное наполнение общественных ожиданий и, соответственно, качественный характер реактивных действий бизнеса. Не поставлен вопрос об оценке КСО, что объясняется неясностью ее содержания и сомнениями в ее релевантности и даже «безопасности» для бизнеса	Нет	Нет	Нет
1970-е гг.	Анализ добровольно раскрытой компаниями информации как базы для оценки вовлеченности бизнеса в решение социальных проблем. При этом констатируется крайний недостаток информации о КСО фирм.	Начало изучения взаимосвязи КСО с финансовой результативностью. Сравнительный анализ финансовых показателей фирм и сопоставление с уровнем КСО	1972 г. — появление репутационных индексов Московская	Начинается постепенное распространение нефинансовой отчетности в форме небольших разделов годовых отчетов и брошюр, обычно посвященных вопросам экологии.

1970-е гг.	Изучение социального аудита, ограниченное «постоянным отсутствием достоверных данных об агрегированных социальных затратах и выгодах бизнеса»	Появление шкалы оценки КСО на основе количества информации в годовом отчете. Содержательный анализ открытых источников информации о КСД. Анализ экологических показателей	1972 г. — появление первого финансового отчета, в котором был выделен специальный раздел для экологической отчетности (Abt Associates). Отказ внешних аудиторов брать на себя ответственность за достоверность информации по причине отсутствия стандартов
1980-е гг.	Поиск консенсуса относительно конкретного предмета оценки в области КСО (как эхо дискуссии в отношении содержания самой концепции). Перенос акцента с «политики и намерений» на «последствия и результаты», которые должны быть «оценены, а не просто описаны»	Появление в качестве инструмента оценки анкеты для внешних заинтересованных сторон. Разделение оценки на уровни (соответствующие пирамиде Керолла) Использование репутационных индексов и рейтингов. Включение фактора риска в оценку КСО. Анализ экологических показателей	1989 г. — появление первого отчета для заинтересованных сторон (stakeholder report) (Ben & Jerry). Первый случай участия в верификации отчета внешнего аудитора

1	2	3	4	5
1990-е гг.	<p>Утверждение понятия «результат» как единственного измеряемого элемента КСО. Попытки конкретизации понятия «результат» в отношении КСД.</p> <p>Появление дифференциации оценки эффектов КСД по заинтересованным сторонам.</p> <p>Изучение связи менеджмента заинтересованных сторон со стратегией и финансовой результативностью.</p> <p>Классификация организационных стратегий по шкале их вовлеченности и успешности в области КСО.</p> <p>Поиск моделей оценки в других научных областях.</p> <p>Декомпозиция оценки КСД (разделение на направления/этапы/уровни)</p>	<p>Использование репутационных индексов и рейтингов.</p> <p>Использование социально-ориентированных индексов KLD.</p> <p>Постулирование необходимости учета ожиданий заинтересованных сторон в оценке. Создание дифференцированных анкет и приоритизация заинтересованных сторон.</p> <p>Анализ дискреционной деятельности.</p> <p>Анализ экологических показателей</p>	<p>1990 г. — создание социально-ориентированного индекса Domini Social Index (DSI) 400 (KLD Research &amp; Analytics).</p> <p>1994 г. — формирование London Benchmarking Group и разработка их практических рекомендаций по оценке КСД.</p> <p>1996 г. — создание стандарта Sunshine по предоставлению корпоративных отчетов для заинтересованных сторон (Stakeholder Alliance).</p> <p>1997 г. — создание методологии отчетности 3BL («тройного итога» или «тройственной базовой отчетности»).</p>	<p>Массовое распространение экологических отчетов в Западной Европе, Северной Америке и Японии.</p> <p>Популяризация отчетов для заинтересованных сторон (Body Shop, Shell Canada и др.).</p> <p>1998 г. — выпуск первого отчета со структурой 3BL (Royal Dutch Shell) и постепенное распространение этой методологии (BP Amoco, Conoco, AT&amp;T, British Telecommunications, Unilever, Novo Nordisk, BC Hydro, Dow Chemical и др.)</p>

1990-е гг.			<p>1997 г. — учреждение стандарта отчетности Global Reporting Initiative (Коалиция экологически ответственных экономик, CERES).</p> <p>1999 г. — разработка стандарта отчетности AA1000 (Институт социальной и этической ответственности, ISEA).</p> <p>1999 г. — создание группы индексов устойчивости Dow Jones Sustainability Indexes</p>	
2000-е гг.	Значение менеджмента заинтересованных сторон для генерации ключевых компетенций и динамических способностей компании.	Оценка ценностей и критериев КСО фирмы. Критика эмпирических исследований за объективную разрозненность и «местечковость».	<p>2001 г. — создание социально-ориентированных индексов KLD Large Cap Social Index (LCSI) и Broad Market Social Index (BMSI) (KLD Research &amp; Analytics).</p>	<p>Распространение корпоративных нефинансовых отчетов по всему миру, в частности в Африке и Латинской Америке.</p> <p>Внедрение обязательной нефинансовой отчетности для крупных банков в Канаде и для всех предприятий во Франции и Скандинавии.</p>

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
<p>2000-е гг.</p>	<p>Классификация организационных стратегий по шкале их вовлеченности и успешности в области КСО (в частности поиск связи с организационным обучением). Изучение роли отраслевой принадлежности и размера компании в специфике и эффективности КСД. Исследование факторов рыночного и финансового рисков при оценке КСД. Дискуссия о принципиальной возможности создания универсальной методологии оценки КСД; критика существующих разрозненных инструментов оценки</p>	<p>Снижение количества исследований и постулирование необходимости прочного теоретического фундамента для их дальнейшего развития</p>	<p>2001 г. — создание семейства индексов FTSE4 Good (FTSE, совместное предприятие Financial Times и лондонской фондовой биржи LSE). 2002 г. — создание социально ориентированного индекса Nasdaq Social Index (KLD-NS Index) (KLD Research &amp; Analytics)</p>	<p>2002 г. — выпуск первого социального отчета в России (British American Tobacco). 2007 г. — введение обязательной нефинансовой отчетности в Индонезии. Растущая дифференциация нефинансовых отчетов (корпоративный социальный отчет, отчет об устойчивом развитии, отчет о корпоративном гражданстве и т. д.)</p>

тора риска в оценку, которое практиковалось в эмпирических исследованиях еще в 1980-е гг., а реально было описано только спустя два десятилетия.

Массовое распространение нефинансовой отчетности в 1990-х гг. в Западной Европе, Северной Америке и Японии привело к появлению большого количества стандартов отчетности, а также различных рейтингов, использующих раскрытую компаниями информацию для ранжирования компаний в отношении КСО. Быстро формировавшаяся огромная информационная база и, кроме того, появление концепции корпоративной социальной деятельности, поставившей в центр внимания понятие «результат», стали основой для более интенсивного развития теоретических подходов к оценке КСО (КСД). Исследователи приступили к изучению взаимосвязи менеджмента заинтересованных сторон со стратегией и финансовой результативностью, классификации организационных стратегий по шкале их вовлеченности и успешности в области КСО, поиску моделей оценки в других научных областях. Именно в этот период идеи включения заинтересованных сторон и декомпозиции оценки эффектов КСД получили развитие в теории.

Как отмечалось, 2000-е гг. ознаменовались снижением интереса к эмпирическим исследованиям взаимосвязи КСО и финансовой результативности. Однако поиски новых подходов к оценке эффектов КСО (КСД) продолжались, в частности, на основе идей, ранее предложенных в эмпирических исследованиях (например, касающихся изучения роли отраслевой принадлежности и размера компании, исследования факторов рыночного и финансового рисков при оценке эффектов КСД). Идеи теории стратегического управления, связанные с ключевыми компетенциями и динамическими способностями, организационным обучением, также стали интегрироваться в оценку эффектов КСД. Одновременно в научной среде нарастала тревожность по поводу малого количества и разрозненности теоретических подходов к оценке КСД, стали появляться вопросы о принципиальной возможности и даже необходимости создания универсальной методологии. К настоящему моменту исследователи пришли к осознанию необходимости создания прочного теоретического фундамента в области оценки эффектов КСД. Этот фундамент может опираться на мощную базу информации о КСД компаний, собранной благодаря распространению нефинансовой отчетности, и стать основой для разработки качественно новых эмпирических изысканий.

#### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ЭФФЕКТОВ КСД**

Несмотря на то что различные исследователи уже около 30 лет занимаются данной проблематикой, значительного продвижения на пути создания некоего общего понимания оценки эффектов КСД и того, каким образом ее проводить, пока не наблюдается. Представляется, что прогресс исследований



замедляется вследствие наличия определенных проблем, которые связаны не только с неоднозначностью понятия эффектов КСД, но и с дискуссией о концепции КСО в целом и со сложившейся практикой реализации КСО различными компаниями. Чтобы исследования в данной области активно развивались, предлагается сконцентрировать внимание на решении следующих проблем.

**Отсутствие консенсуса в отношении содержания КСД.** Интересы, ожидания и цели организации и ее заинтересованных сторон являются крайне разнообразными, зачастую противоречащими друг другу и сложными с точки зрения идентификации и приоритизации. Это приводит к различному пониманию как ответственности компании, так и «полюса» (положительно/отрицательно) или степени полезности эффектов, генерируемых в результате ее деятельности. Это затрудняет выработку политики КСД и делает почти невозможным определение стандартов, необходимых в качестве шаблона объективной оценки социального и бизнес-эффекта КСД. Теоретические наработки в области КСО задачу здесь не облегчают, поскольку до сих пор существует большое количество самых разных концепций, отражающих понимание ответственности организации. На практике это приводит к тому, что международные компании используют различные названия для деятельности примерно одинакового содержания. На электронных сайтах, в названиях должностей, в нефинансовых отчетах можно встретить такие понятия, как КСО (КО), КСД, устойчивое развитие, корпоративное гражданство и т. д. Отсутствие единства в понимании КСО в теории и на практике крайне затрудняет развитие серьезных исследований в области оценки.

**Сложность операционализации понятия КСД и выработки релевантных показателей.** Как еще в 1987 г. отметили Р. Уокуч и Б. Спенсер, «невозможно достигнуть консенсуса относительно ясной оценки КСД без соглашения по поводу того, что конкретно подвергается оценке» [Wokutch, Spencer, 1987, p. 63]. Эффекты КСД редко могут быть измерены в конкретных финансовых показателях и цифрах. Менеджеры могут опираться на данные расходных статей бюджета и затраченные трудочасы, чтобы определить фактические финансовые и трудовые затраты на интеграцию и поддержание принципов КСО, а также проведение мероприятий. Однако отдача от затраченных усилий и средств не выражается непосредственно в реальном потоке прибыли и, кроме того, может быть значительно отдалена во времени. Влияние успешной политики КСО отражается на развитии отношенческих активов, улучшении репутации компании, повышении лояльности потребителя, увеличении степени надежности компании в глазах настоящих и потенциальных инвесторов, привлечении новых бизнес-партнеров, приобретении поддержки со стороны регулирующих органов и т. д. Все это в конечном итоге приводит к реальному повышению эффектив-

ности бизнеса, росту продаж, улучшению качества продукции и увеличению прибыли компании. Однако оценка реального бизнес-эффекта КСД, при всей его очевидности, сильно затруднена, поскольку сложно выявить и разделить на отдельные составляющие комбинацию факторов повышения эффективности бизнес-деятельности и увеличения конкурентоспособности компании. С измерением социального эффекта дело обстоит несколько лучше в связи с тем, что различные организации (Коалиция экологически ответственных экономик (CERES), Институт социальной и этической ответственности (ISEA), британская консультационно-аналитическая организация SustainAbility, Лондонская группа сравнительного анализа и др.), разрабатывая стандарты социальной отчетности, специфицируют показатели изменения благосостояния заинтересованных сторон. Однако эти организации оказываются практически единственными, кто работает над измерением социального эффекта КСД, поскольку научной литературы по этой тематике практически нет и большинство исследований посвящено изучению только бизнес-эффекта.

**Недостаток открытой информации о корпоративной социальной деятельности компаний.** Как в 1970-х гг. писал К. Раманатан, «всесторонний анализ социального эффекта частного предприятия в настоящее время страдает от постоянного отсутствия достоверных данных об агрегированных социальных затратах и выгодах бизнеса» [Ramanathan, 1976, p. 516]. В. Эбботт и Р. Монсен в 1979 г. отмечали, что для грамотных исследований в области оценки и для возможности обобщений необходима информация о социальной деятельности организации, которая является плохо доступной [Abbott, Monsen, 1979, p. 502]. Несмотря на то что с момента этих публикаций прошло уже 30 лет, данная проблема все же остается актуальной. Конечно, за прошедшие с конца 1970-х гг. годы количество социальных отчетов и их качество значительно возросли. Это было связано с популяризацией КСО в большинстве развитых стран, с введением обязательной социальной отчетности в некоторых из них, например в Индонезии в 2007 г., а также с созданием и распространением стандартов и методологий составления социальной отчетности, которые дают подробные рекомендации по сбору информации, ее анализу и оформлению (стандарты Global Reporting Initiative (GRI) и AccountAbility 1000 (AA1000), методы Triple Bottom Line (3BL) и London Benchmarking Group (LBG), модель Arcturus Европейской ассоциации бизнеса в обществе (European Organization of Business in Society, EABIS) и др.). Нельзя не отметить однозначные улучшения, однако проблема доступности и качества собираемой и предоставляемой информации остается актуальной до сих пор. Социальная отчетность на данный момент в большинстве стран не является обязательной, и далеко не все компании публикуют данные о КСД. Что касается компаний, которые все же раскры-

вают эту информацию, для них не существует единой повсеместно стандартизированной отчетности. Поэтому статистически релевантная и годная для сравнительного анализа информация является относительно труднодоступной. Проблема усугубляется тем, что корпоративные социальные отчеты во многих случаях не верифицируются сторонними организациями и, соответственно, представленная в них информация может и должна подвергаться сомнению.

**Гетерогенность организаций, эффектов их деятельности и круга заинтересованных сторон.** Некоторые исследователи выражают сомнение в том, что универсальная система оценки КСД в принципе может быть создана. Т. Роули и С. Берман задались вопросом, существует ли универсальный метод оценки КСД, и подметили значительную разницу между многочисленными мерами оценки КСД и единой многомерной методологией оценки [Rowley, Berman, 2000]. Авторы выразили озабоченность тем обстоятельством, что практическая оценка эффектов КСД подвержена детальной конкретизации и требует учета многих специфичных для каждой компании параметров (от принадлежности к отрасли до вовлеченности в решение проблем отдельных людей и организаций). Это приводит к невозможности как сравнения результатов, демонстрируемых компаниями и отраслями, так и создания единых инструментов измерения эффектов КСД. Авторы даже предлагают отказаться от «лейбла» КСД и сосредоточиться на операционализации привычных понятий эффективности.

Действительно, простой обзор нефинансовой отчетности компаний говорит о том, насколько разные эффекты генерирует их деятельность и насколько разные ожидания существуют у их заинтересованных сторон. Например, «Газпром» практически всецело концентрируется на экологической отчетности, в то время как банковские организации естественным образом игнорируют эту составляющую КСО. Табачные компании уделяют много внимания вопросам сохранения здоровья несовершеннолетних потребителей, отчеты фармацевтических компаний изобилуют информацией о распространении лекарств в развивающихся странах, а добывающие компании, такие как «Норильский никель», почти весь отчет посвящают выполнению обязательств перед сотрудниками и местными сообществами. Существенные различия наблюдаются и с позиции географического распределения. В отчетах американских и европейских компаний почти всегда учитывается ответственность по отношению к различного рода меньшинствам (по расовому, медицинскому признакам), а также просчитывается гендерная принадлежность на разных уровнях управления. Что же касается российских компаний, то в их нефинансовых отчетах эти вопросы практически не затрагиваются. Кроме отраслевого и географического признаков нередко указывается и размер компании, который влияет

на широту круга заинтересованных сторон, на интенсивность их ожиданий и на возможности компании этим ожиданиям соответствовать. Такая разнородность напрямую противоречит искомой универсальности методологии оценки эффектов КСД. На практике, в совокупности с различным наполнением самого понятия КСД, это привело к появлению огромного массива самых разных и разрозненных показателей результативности КСД, а «склонность исследователей создавать и использовать многочисленные и разнообразные показатели результатов является барьером на пути разработки конвергентной базы знаний о КСД» [Lachman, Wolfe, 1997, p. 195]. Мысль об отсутствии систематичности в процессе создания методов оценки прослеживается и у Руф: «Обзор литературы, показывает, что, несмотря на постоянное совершенствование методов оценки КСД, до сих пор не существует систематической методологии, и необходимость создания более надежной методологии оценки очевидна» [Ruf, Muralidhar, Paul, 1998, p. 122]. За десятилетие, прошедшее с конца 1990-х гг., ситуация кардинально не поменялась, и решение проблемы разрозненности и релевантности используемых методов пока не найдено.

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представляется, что без релевантной системы оценки КСД самые различные решения и действия высшего менеджмента, связанные и не связанные с КСД и менеджментом заинтересованных сторон, складываются в некий «черный ящик», где встряхиваются, перемешиваются, взаимодействуют и на выходе дают определенный социальный и финансовый результат. Можно предположить и эмпирически доказать, что все «сложенные» в «черный ящик» компоненты имеют свое влияние на этот результат, но выделить и расставить коэффициенты такого влияния очень сложно. Значит ли это, что задача оценки эффектов КСД изначально является неразрешимой и, следовательно, не стоящей прилагаемых усилий? Нет, поскольку понимание цели данной оценки исключительно как поиска точной и аргументированной причинно-следственной связи «инвестиции → бизнес-процессы → финансовая отдача» является ограниченным. В некоторых случаях эта связь оказывается очевидной и легко доказуемой (классическим примером может послужить акция социально ответственного маркетинга компании *American Express*, проведенная в 1983 г., когда при совершении расчета по карте компании один цент направлялся на ремонт статуи Свободы; эта акция в первый же месяц привела к увеличению количества расчетов при помощи карт компании на 28% и росту количества новых пользователей на 45%). В других случаях о наличии исследуемой связи можно только догадываться (например, активное участие табачных компаний (*British-American Tobacco*, *Philip Morris Interna-*

tional (Altria Group, Inc.), Japan Tobacco International) в борьбе против курения несовершеннолетних обычно аргументируется необходимостью снижения неких институциональных рисков, связанных с этически сомнительной природой производимого продукта и влияющих на возможность получения прибыли; при этом доказать факт снижения этих рисков и результирующего сохранения/увеличения объема прибыли практически невозможно).

Для того чтобы не оказаться в тупике, необходимо расширить диаметр целеполагания, перейдя от отдельно оцениваемых социальных и финансовых показателей к созданию и поддержанию новых труднокопируемых конкурентных преимуществ, рождающихся из особой системы крепких и доверительных отношений с заинтересованными сторонами. Во-первых, этот более широкий угол зрения позволяет оценивать эффекты КСД с позиции долгосрочного и устойчивого существования фирмы; при этом меняется временной параметр оценки и можно проследить замедленные или отложенные во времени эффекты. Во-вторых, появляется возможность уйти от ограниченности показателей, характеризующих либо степень удовлетворенности заинтересованных сторон, либо направление изменения финансовых показателей. Наконец, в-третьих, определяется новая задача оценки эффектов КСД, заключающаяся в обеспечении процессов изменения, обновления, усовершенствования системы менеджмента заинтересованных сторон. Последний при этом превращается в динамический процесс, поддерживаемый наличием постоянной обратной связи, обеспечиваемой регулярной оценкой эффектов КСД — точной, приближительной или интуитивной.

### Литература

- Базовые индикаторы результативности: рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности.* 2008 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rspp.ru/Attachment.aspx?Id=3147>
- Благов Ю. Е.* Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // *Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент.* 2006. Вып. 2. № 8. С. 3–24.
- Вуд Д.* Корпоративная социальная деятельность: пересмотр концепции // *Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент.* 2009. Вып. 3. С. 38–74.
- Гизатуллин А. В.* Корпоративное управление, социальная ответственность и финансовая эффективность компании // *Российский журнал менеджмента.* 2007. Т. 5. № 1. С. 35–66.
- Доклад о социальных инвестициях в России — 2008.* Интеграция КСО в корпоративную стратегию / Ю. Е. Благов и др.; под общей ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. М.: Ассоциация менеджеров, 2008.
- Зенкевич Н. А., Зятчин А. В.* Модель олигополии при экологических ограничениях с позиций корпоративной социальной ответственности // *Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент.* 2009. Вып. 1. С. 33–54.

- Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО* — 2008 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rusal.ru/docs/FromRussiaWithLoveRUS.pdf>
- Управление корпоративной ответственностью: новый взгляд*. 2008 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.csjjournal.com/lib/instruments/1694-upravlenie-korporativnojj-socialnoj.html>
- Abbott W. F., Monsen R. J.* On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement // *Academy of Management Journal*. 1979. Vol. 22. N 3. P. 501–515.
- Aldag R. J., Bartol K. M.* Empirical Studies of Corporate Social Performance and Policy: A Survey of Problems and Results // *Research in Corporate Social Performance and Policy*. 1978. N 1. P. 165–199.
- Allouche J., Laroche P.* A Meta-Analytical Examination of the Link between Corporate Social and Financial Performance // *Academy of Management. JA/PL*. 2005. October 1st.
- Aupperle K. E., Carroll A. B., Hatfield J. D.* An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability // *Academy of Management Journal*. 1985. Vol. 28. N 2. P. 446–453.
- Aupperle K. E., D. Van Pham.* An Expanded Investigation into the Relationship of Corporate Social Responsibility and Financial Performance // *Employee Responsibilities and Rights Journal*. 1989. Vol. 2. N 4. P. 263–274.
- Barnett M. L.* Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility // *Academy of Management Review*. 2007. Vol. 32. N 3. P. 794–816.
- Berman Sh. L. et al.* Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance // *Academy of Management Journal*. 1999. Vol. 42. N 5. P. 488–506.
- Bertels S., Pelozo J.* Running Just to Stand Still? Managing CSR Reputation in an Era of Ratcheting Expectations // *Corporate Reputation Review*. 2008. Vol. 11. N 1. P. 56–72.
- Bowen H.* *Social Responsibilities of the Businessman*. N. Y.: Harper & Brothers, 1953.
- Brown B., Perry S.* Removing the Financial Performance Halo from Fortune's «Most Admired Companies» // *Academy of Management Journal*. 1994. Vol. 37. N 5. P. 1347–1359.
- Brown B., Perry S.* Halo-Removed Residuals of Fortune's «Responsibility to the Community and Environment»: A Decade of Data // *Business and Society*. 1995. Vol. 34. N 2. P. 199–215.
- Carroll A. B.* A Commentary and an Overview of Key Questions on Corporate Social Performance Measurement // *Business and Society*. 2000. Vol. 39. N 4. P. 466–478.
- Chatterji A. K., Levine D. I., Toffel M. W.* How Well Do Social Ratings Actually Measure Corporate Social Responsibility. Working Paper N 33. Cambridge, MA: Harvard University, John F. Kennedy School of Government, 2007.
- Clarkson M. B. E.* A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance // *Academy of Management Review*. 1995. Vol. 20. N 1. P. 92–117.



- Cochran P. L., Wood R. A.* Corporate Social Responsibility and Financial Performance // Academy of Management Journal. 1984. Vol. 27. N 1. P. 42–56.
- Davenport K.* Corporate Citizenship: A Stakeholder Approach for Defining Corporate Social 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.
- Fombrun C., Shanley M.* What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy // Academy of Management Journal. 1990. Vol. 33. N 2. P. 233–258.
- Freeman R. E.* Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman Publishing, 1984.
- Godfrey P. C.* The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective // Academy of Management Review. 2005. Vol. 30. N 4. P. 777–798.
- Griffin J. J.* Corporate Social Performance: Research Directions for the 21st Century // Business and Society. 2000. Vol. 39. N 4. P. 479–491.
- Griffin J. J., Koerber Ch. P.* Does Industry Matter When Managing Stakeholder Relations? // Academy of Management Best Conference Paper. 2006.
- Griffin J. J., Mahon J. F.* The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research // Business and Society. 1997. March. Vol. 36. N 1. P. 5–31.
- Heinze D., Sibary S., Sikula A. J.* Relations among Corporate Social Responsibility, Financial Soundness and Investment Value in 22 Manufacturing Industry Groups // Ethics and Behavior. 1999. Vol. 9. N 4. P. 331–347.
- Herremans I. M., Akathaporn P., McInnes M.* An Investigation of Corporate Social Responsibility Reputation and Economic Performance // Accounting, Organizations and Society. 1993. Vol. 18. N 7/8. P. 587–604.
- Katsoulakos T., Katsoulakos Y.* Strategic Management, Corporate Responsibility and Stakeholder Management. Integrating Corporate Responsibility Principles and Stakeholder Approaches into Mainstream Strategy: a Stakeholder-Oriented and Integrative Strategic Management Framework // Corporate Governance. 2007. Vol. 7. N 4. P. 355–369.
- Lachman R., Wolfe R.* The Interface of Organizational Effectiveness and Corporate Social Performance // Business and Society. 1997. Vol. 36. N 2. P. 194–214.
- Margolis J.D., Walsh J. P.* Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business // Administrative Science Quarterly. 2003. Vol. 48. N 2. P. 268–305.
- Margolis J. D., Elfenbein H. A., Walsh J. P.* Does It Pay to Be Good? A Meta-Analysis and Direction of Research on the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. Working Paper. Harvard: Harvard Business School, 2007.
- McGuire J. B., Sundgren A., Schneeweis Th.* Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance // Academy of Management Journal. 1988. Vol. 31. N 4. P. 854–872.
- McWilliams A., Siegel D.* Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? // Strategic Management Journal. 2000. Vol. 21. N 5. P. 603–609.



- Mitnick B.* Commitment, Revelation and the Testaments of Belief: The Metrics of Measurement of Corporate Social Performance // *Business and Society*. 2000. Vol. 39. N 4. P. 419–465.
- O’Neill H. M., Saunders O. B., McCarthy A. D.* Board Members, Corporate Social Responsiveness and Profitability: Are Tradeoffs Necessary? // *Journal of Business Ethics*. 1989. Vol. 8. N 5. P. 353–357.
- Orlitzky M., Schmidt F. L., Rynes S. L.* Corporate Social and Financial Performance: Meta-analysis // *Organization Studies*. 2003. Vol. 24. N 3. P. 403–441.
- Orlitzky M., Benjamin J. D.* Corporate Social Performance and Firm Risk: A Meta-Analytic Review // *Business and Society*. 2001. December. Vol. 40. N 4. P. 369–397.
- Pava M. L., Krausz J.* The Association Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost // *Journal of Business Ethics*. 1996. Vol. 15. N 3. P. 321–357.
- Pelozo J., Papania L.* The Missing Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Stakeholder Salience and Identification // *Corporate Reputation Review*. 2009. Vol. 11. N 2. P. 169–181.
- Preston L. E.* Research in Corporate Social Performance and Policy / Ed. by L. E. Preston. Vol. 10. Greenwich, CT: JAI Press, 1988.
- Preston L. E., O’Bannon D. P.* The Corporate Social-Financial Performance Relationship // *Business and Society*. 1997. Vol. 36. December. N 4. P. 419–429.
- Ramanathan K. V.* Toward a Theory of Corporate Social Accounting // *The Accounting Review*. 1976. Vol. 51. N 3. P. 516–518.
- Rowley T., Berman S.* A Brand New Brand of CSP // *Business and Society*. 2000. Vol. 39. N 4. P. 397–418.
- Ruf B. M., Muralidhar K., Paul K.* The Development of a Systematic, Aggregate Measure of Corporate Social Performance // *Journal of Management*. 1998. Vol. 24. N 1. P. 119–133.
- Simerly R. L.* Corporate Social Performance and Firms’ Financial Performance: An Alternative Perspective // *Psychological Reports*. 1994. Vol. 75. N 3. P. 1091–1103.
- Sonnenfeld J.* Measuring Corporate Social Performance // *Academy of Management Proceedings*. 1982. P. 371–375.
- Stanwick P. A., Stanwick S. D.* The Relationship between Corporate Social Performance and Organizational Size, Financial Performance and Environmental Performance: An Empirical Examination // *Journal of Business Ethics*. 1998. Vol. 17. N 2. P. 195–204.
- Turker D.* Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study // *Journal of Business Ethics*. 2009. Vol. 85. N 4. P. 411–427.
- Vance S. C.* Are Socially Responsible Corporations Good Investment Risks? // *Management Review*. 1975. Vol. 64. N 8. P. 18–24.
- Van der Laan G., Van Ees H., Van Witteloostuijn A.* Corporate Social and Financial Performance: An Extended Stakeholder Theory, and Empirical Test with Accounting Measures // *Journal of Business Ethics*. 2008. Vol. 79. N 3. P. 299–310.
- Vilanova M., Lozano J. M., Arenas D.* Exploring The Nature of the Relationship Between CSR and Competitiveness // *Journal of Business Ethics*. 2009. Vol. 87. Supplement 1. P. 57–69.

- Waddock S. A., Graves S. B.* The Corporate Social Performance — Financial Performance Link // *Strategic Management Journal*. 1997. Vol. 18. N 4. P. 303–319.
- Wokutch R. E., Spencer B. A.* Corporate Sinners and Saints: The Effects of Philanthropic and Illegal Activity on Organizational Performance // *California Management Review*. 1987. Vol. 29. N 2. P. 62–77.
- Wood D. J.* Corporate Social Performance Revisited // *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. N 4. P. 691–718.
- Wood D. J., Jones R. E.* Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance // *International Journal of Organizational Analysis*. 1995. Vol. 3. N 3. P. 229–267.
- Wu M. L.* Corporate Social Performance, Corporate Financial Performance and Firm Size: A Meta-Analysis // *Journal of American Academy of Business*. 2006. Vol. 8. N 1. P. 163–171.

Статья поступила в редакцию 6 июля 2009 г.