

ХРЕСТОМАТИЯ: КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ДОЛГОСРОЧНЫЙ АНАЛИЗ

Ю. Е. БЛАГОВ, А. В. БУХВАЛОВ
Высшая школа менеджмента СПбГУ

Вопросы корпоративной социальной ответственности (КСО) — одни из наиболее важных в позиционировании крупных современных корпораций. Имеется множество подходов к пониманию теоретических основ корпоративной социальной деятельности и расставлению наиболее важных акцентов при ее практической реализации (см., напр.: [Благов, 2004; 2006; 2010]). В настоящей Хрестоматии мы приводим переводы двух заметных работ по теории КСО, в которых данное понятие осмысливается в терминах стратегического менеджмента.

Статья [Бурк, Логздон, 2010] является, безусловно, классикой в рассматриваемой области. Именно в этой статье впервые была предпринята попытка анализа корпоративной социальной деятельности в русле ресурсной концепции стратегического управления. Отказавшись от многочисленных, но не оправдавших себя попыток поиска прямой корреляции между программами КСО и краткосрочными финансовыми результатами, преобладавших в исследованиях конца 1980-х и начала 1990-х гг., Л. Бурк и Дж. Логздон сконцентрировались на путях извлечения фирмой долгосрочных конкурентных преимуществ. Соответственно, ими было предложено

определение *стратегической КСО* как не только удовлетворяющей интересы заинтересованных сторон (стейкхолдеров), но прежде всего приносящей самой фирме существенные выгоды, связанные с ее бизнесом. Пять важнейших измерений стратегической КСО — приоритетность, специфичность, проактивность, добровольность и наглядность — были рассмотрены в качестве критериев для выбора соответствующих проектов и программ, позволяющих максимизировать ценность, создаваемую фирмой.

Идеи, сформулированные в статье [Бурк, Логздон, 2010], нашли широкое применение в теории и практике КСО, а сама статья до сегодняшнего дня остается одной из наиболее цитируемых в своей области.

Вышедшая в 2005 г. статья [Хастед, 2010] во многом продолжает анализ, с которым читатель познакомится в статье [Бурк, Логздон, 2010]. Позиция, которой в целом придерживаются Л. Бурк и Дж. Логздон, заключается в том, что вся совокупность заинтересованных сторон является бенефициаром реализуемой компанией КСО. Столь общий подход, хотя его и можно признать концептуально правильным, дает мало шансов на выработку конкретных стратегических рекомендаций.

Как отмечено в [Jensen, 2001], нет никаких экономических предпосылок, позволяющих определить относительную важность рассматриваемых классов заинтересованных сторон. Точно так же, как в теории корпоративного управления, в подходах специалистов по стратегии намечается сдвиг от максимизации результата для акционеров-собственников к обеспечению процветания и устойчивости самой компании как организации (entity), в стратегической теории КСО наблюдается переход от учета интересов заинтересованных сторон как таковых к обеспечению устойчивости фирмы. Последняя может обеспечиваться системой риск-менеджмента, направленной, в частности, на создание позитивного имиджа компании. Именно такой подход обсуждается в [Хастед, 2010].

Статья [Хастед, 2010] представляет собой чрезвычайно содержательный обзор идей и литературы, связанных с управлением бизнес-рисками компании с учетом всех видов неопределенности. Для такого управления автор, следуя уже существующей традиции в этой области, предлагает использовать аппарат реальных опционов. Статья является хорошим введением в идеологию применения реальных опционов для широкого круга специалистов по менеджменту, не владе-

ющих техникой финансов.¹ Кроме того, в ней представлен богатый список литературы по количественному измерению бизнес-риска, которое позволяет эконометрически проверить гипотезу о том, что при возрастании КСО бизнес-риск снижается.

Публикуемые в Хрестоматии статьи объединяет идея о том, что учет КСО позволяет компаниям занимать более удачные стратегические позиции. В обеих работах мероприятия в сфере КСО рассматриваются как долгосрочные инвестиционные проекты. В первой статье этот подход не формализован через предложение конкретных инструментов, тогда как во второй — показана важность применения аппарата реальных опционов. Данное наблюдение демонстрирует развитие теории и практики управления корпоративной социальной деятельностью на промежутке времени, разделяющем эти две работы.

¹ При изложении теории реальных опционов в работе допущены мелкие неточности при употреблении терминов «цена» и «ценность» в связи с реальными опционами. Это, однако, абсолютно не мешает ее восприятию читателем, который хочет овладеть общими идеями без их модельной формализации. Для тех же, кто стремится видеть более аккуратное изложение, мы рекомендуем статью [Лерман, 2006], где аккуратно выписаны соотношения между понятиями «обычные опционы» и «реальные опционы».

ЛИТЕРАТУРА

- Благов Ю. Е. 2010. *Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции*. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента».
- Благов Ю. Е. 2006. Корпорация как моральный агент. *Российский журнал менеджмента* 4 (4): 93–98.
- Благов Ю. Е. 2004. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. *Российский журнал менеджмента* 2 (3): 17–34.
- Бурк Л., Логздон Дж. М. 2010. Как окупается корпоративная социальная ответственность. *Российский журнал менеджмента* 8 (4): 57–68.
- Лерман Т. А. 2006. Инвестиционные возможности как реальные опционы: начнем с цифр. *Российский журнал менеджмента* 4 (3): 85–106.
- Хастед Б. У. 2010. Риск-менеджмент, реальные опционы и корпоративная социальная ответственность. *Российский журнал менеджмента* 8 (4): 69–80.
- Jensen M. C. 2001. Value maximisation, stakeholder theory and the corporate objective function. *European Financial Management* 7 (3): 297–317.

Статья поступила в редакцию
15 декабря 2010 г.