



<http://spero.socpol.ru>

№ 2. Зима 2005

Журнал издается Независимым институтом социальной политики

<http://www.socpol.ru>

Редакционная коллегия

Главный редактор	Малева Татьяна Михайловна, к.э.н., директор НИСП
Зам. главного редактора	Синявская Оксана Вячеславовна, к.э.н., зам. директора НИСП, директор программы международного сотрудничества НИСП
Ответственный редактор	Добрякова Мария Сергеевна, к.соц.н., директор публикационной программы НИСП

Координаты редакции

Москва, Глинищевский переулок, д. 3

Тел.: (095) 786 6718

Факс: (095) 292 9651

Е-mail: **spero@socpol.ru**

Редакционный совет журнала

Павлова-Сильванская Марина Павловна (<i>председатель</i>)	к.и.н., Московский центр Карнеги, консультант журнала <i>Pro et Contra</i> Московского центра Карнеги
Аузан Александр Александрович	д.э.н., профессор, Президент Института Национального проекта «Общественный договор», Президент Международной конфедерации обществ потребителей
Васильев Сергей Александрович	д.э.н., представитель в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от правительства Ленинградской области, Председатель Комитета Совета Федерации по финансовым рынкам и денежному обращению, научный руководитель Международного центра социально-экономических исследований «Леонтьевский центр»
Вишневецкий Анатолий Григорьевич	д.э.н., действительный член РАЕН, руководитель Центра демографии и экологии человека ИПП РАН, главный редактор информационного бюллетеня «Население и общество», главный редактор электронного еженедельника «Демоскоп Weekly»
Малева Татьяна Михайловна	к.э.н., директор НИСП, главный редактор журнала
Полетаев Андрей Владимирович	д.э.н., профессор, заместитель директора Института гуманитарных историко-теоретических исследований ГУ-ВШЭ, заведующий сектором Института мировой экономики и международных отношений РАН
Ясина Ирина Евгеньевна	к.э.н., директор проекта РОО «Открытая Россия»

Содержание

От главного редактора4

Экспертное мнение

Зубаревич Н.В. Социальное партнерство в регионах: как учитывать интересы крупного бизнеса?5

Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления.....17

Великий П.П., Михеев П.А. Российское село в перспективе вероятных перемен27

Обзор зарубежного опыта

Уочман П., Форстер М. Социальная ответственность бизнеса / Международная юридическая фирма «Freshfields Bruckhaus Deringer» (*перевод М.С. Добряковой*)....39

Мнение зарубежных экспертов

Брэдгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий (*перевод М.С. Добряковой*).....50

Социальное законодательство

Заборовская А.С. Государственные гарантии в сфере общего и профессионального образования71

Новое в аналитике: обзор научных публикаций77

Календарь событий.....85

От главного редактора

События последнего времени со всей очевидностью свидетельствуют, что проблемы социального развития окончательно вышли с политической периферии и переместились в эпицентр экономической повестки.

Некоторые из них получили официальный статус приоритета социально-экономического развития страны – директива Президента в обращении к Федеральному Собранию вдвое сократить масштаб российской бедности по общественно-политическому резонансу оказалась вполне конкурентоспособной с задачей двукратного повышения ВВП. Также не без подсказки власти бизнес активно начал обсуждать проблему своей социальной ответственности. Наконец, ставший печально знаменитым закон № 122 о монетизации льгот резко изменил весь социально-экономический и в конечном итоге политический фон начала 2005 г.

В таком контексте неудивительно, что сегодня социальные реформы в России де-факто рассматриваются в качестве крупнейших институциональных и структурных реформ.

В этих условиях как никогда востребован квалифицированный анализ и профессиональная экспертиза проблем, их причин и характера, методов решения и оценки последствий. В содействии решению этой задачи и видится миссия нашего журнала.

Настоящий номер в своей большей части посвящен вопросу о месте и возможной роли российского бизнеса в формировании и реализации социальной политики. Мы сознательно воздерживаемся от термина «социальная ответственность бизнеса», по крайней мере, до тех пор, пока не будут определены возможности и границы его активности в социальной сфере. Российский бизнес относительно молод, что частично объясняет тот факт, что зачастую он не позиционируется как реальный субъект и реальный актор в социальной политике. В этой связи мы обращаемся к мировому опыту, который демонстрирует существование различных (а не одной идеальной!) моделей социальной активности бизнеса. Надеемся, что обсуждение работ российских и зарубежных экспертов положат начало активному взаимодействию экспертного и бизнес-сообщества в поиске оптимальных моделей социальной политики, адекватных российским социально-экономическим реалиям.

Помимо вопросов, которые уже сегодня приобрели статус очевидного приоритета, мы считаем необходимым обсуждать темы завтрашнего дня, и в свете обсуждаемой и грядущей реформы высшего образования предлагаем читателю обзор современного законодательства по этому блоку проблем.

Наконец, есть темы, которые либо забыты, либо по-прежнему остаются на задворках экономической повестки. К ним, например, относится вопрос об аграрной реформе и социальных проблемах современной российской деревни. Обсуждение этих тем, активизация поисков ответов на существующие в этих сферах вопросы также составляет миссию журнала.

Эти аргументы и определили содержание второго номера журнала «SPERO», который мы представляем нашему Читателю.

Т. М. Малева

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА МЕЖДУ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКОЙ И ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЙ¹

Томас Брэдгард,

Центр исследований рынка труда Ольборгского университета (CARMA) и кафедры политики, экономической теории и управления Ольборгского университета, Дания

Email: thomas@socsci.auc.dk

Несмотря на свою размытость, неоднозначность и многоуровневость (а возможно, именно благодаря им) социальная ответственность бизнеса превратилась в весьма популярное словосочетание, активно используемое Европейским союзом, национальными правительствами и многочисленными европейскими компаниями. Чтобы внести некоторую концептуальную ясность, в данной статье выделены четыре типа социальной ответственности: (1) социальная ответственность между бизнесом и обществом (американский подход); (2) социальная ответственность в бизнесе (управление человеческими ресурсами внутри фирмы); (3) социальная ответственность между бизнесом и правительством (подход Европейской комиссии); (4) социальная ответственность между политикой занятости и бизнесом (датский подход). Дания демонстрирует подход к социальной ответственности, в рамках которого правительство и социальные партнеры играют активную роль в продвижении программ социальной ответственности и в котором инициативы узко сфокусированы на ответственности работодателей в сфере найма, развития и замещения рабочей силы. Таким образом, датский пример призывает к обсуждению вопроса, которому в специальной литературе пока не уделяется достаточного внимания: вопросу о роли государственных организаций и социальных партнеров для корпоративной социальной ответственности. С аналитической точки зрения основным вопросом статьи является создание связей между инструментами политики и интересами бизнеса, что позволит сократить масштаб исключения из рабочей силы и лучше интегрировать безработных и незанятых на рынке труда. Различные комбинации ролей государственных организаций и социальных партнеров в реализации программ социальной ответственности, предложенные в нашей схеме, позволяют преодолеть традиционное дихотомическое деление на стратегии добровольного участия и принуждения.

1. Типы подходов к социальной ответственности бизнеса

Социальная ответственность бизнеса [corporate social responsibility – CSR] – явление не новое [Segal et al. 2002; Sobczak 2003]. В ранних индустриальных обществах XVIII в. , еще до возникновения государства благосостояния некоторые частные, патерналистски ориентированные компании брали на себя ответственность за своих работников, зачастую руководствуясь при этом неписанным общественным договором (социальная защищенность в обмен на лояльность). Социальная ответственность корпорации нередко была обусловлена

¹ *Источник:* Bredgaard T. Corporate social responsibility between public policy and enterprise policy // Transfer – European Review of Labour and Research. 2004 (Autumn). Vol. 10. No. 3. P. 372–392. Публикуется с любезного согласия автора и журнала. Перевод М.С. Добряковой.

религиозными и этическими убеждениями ее собственника, а также страхом того, что рабочие начнут проявлять недовольство и радикализм.

Сегодня понятие социальной ответственности бизнеса снова в моде. В постиндустриальных хозяйствах оно стало ходовым модным словечком в сфере менеджмента. Некоторые правительства всячески стремятся освободить общественный сектор от его прежних обязательств и укрепить партнерства между государственной и частной сферами. Европейский Союз призывает европейское бизнес-сообщество взять на вооружение принципы социальной ответственности [European Commission 2001, 2002]. Политические деятели выдвинули новую волну требований к частным фирмам. Похоже, современные бизнес-менеджеры переживают настоящую осаду со стороны заинтересованных групп [stakeholders].

Европейская комиссия определяет социальную ответственность бизнеса как «*понятие, руководствуясь которым компании на добровольной основе интегрируют социальные вопросы и вопросы охраны окружающей среды в свою деятельность и взаимодействие со всеми заинтересованными группами*» [European Commission 2002: 3]. Тем не менее, понятие социальной ответственности бизнеса остается размытым, неоднозначным и многоуровневым. Чтобы внести некоторую ясность, инициативы социальной ответственности можно классифицировать в двух плоскостях: (1) возникающие снизу (инициируемые предприятиями) либо сверху (инициируемые правительством) и дифференцируемые в зависимости от своей направленности; (2) социетальная ответственность либо ответственность на уровне рынка труда. Типология, в основе которой – выявление инициатора либо предмета социальной ответственности, позволяет сравнивать социальную ответственность бизнеса в условиях различных рынков труда и ситуаций социального государства. Если социальная ответственность бизнеса определена как добровольная инициатива бизнеса в рамках национальных законов и регулирующих положений, межстрановые сопоставления теряют смысл в силу огромных различий между системами социальной защиты и режимами занятости в Европе. То, что в одной стране считается добровольной социальной ответственностью, в другой нередко оказывается правовым обязательством. Таким образом, можно выделить четыре типа социальной ответственности бизнеса (при этом их не следует считать взаимоисключающими) (см. табл. 1).

Таблица 1. Типология подходов к социальной ответственности бизнеса

Инициатор	<i>Снизу вверх (инициатива бизнеса)</i>	<i>Сверху вниз (инициатива правительства)</i>
<i>Акцент</i>		
<i>Социетальная ответственность</i>	(1) Социальная ответственность между бизнесом и обществом	(3) Социальная ответственность между правительством и бизнесом
<i>Ответственность на уровне рынка труда</i>	(2) Социальная ответственность в бизнесе	(4) Социальная ответственность между политикой занятости и бизнесом

В современных практиках *первый тип* социальной ответственности бизнеса встречается в инициативах американского бизнеса, направленных на общество (например,

благотворительность). В широком смысле он сфокусирован на ответственности бизнеса по отношению к обществу и может включать ответственность по отношению к охране окружающей среды, ответственность за локальное сообщество, соблюдение прав человека, третий мир, ответственность в отношении наемных работников и т.д. Социальная ответственность здесь – инициатива бизнес-сообщества, в то время как общественные организации и социальные партнеры, как правило, играют минимальную роль (выступая в качестве одной из заинтересованных сторон). Представляется, что в основе данного типа две движущие силы: во-первых, амбиции бизнес-сообщества, нацеленные на улучшение репутации предприятий и рыночной экономики как совокупности социальных институтов [Mitchell 1986, 1989], и во-вторых, необходимость обеспечивать товары и услуги, которые связаны с деятельностью компании и которые государство не может обеспечить в полной мере в силу недостаточного развития его социальной сферы. *Второй тип* социальной ответственности близок к первому, но ориентирован более узко на ответственность фирмы на рынке труда, особенно ее практики найма, поддержания, развития и замещения рабочей силы. В данном случае корпоративная социальная ответственность может выражаться в том, что компании следуют законодательно закрепленным или коллективным соглашениям относительно охраны здоровья и безопасности труда, условий труда, навыков и квалификации, реструктуризации, вовлечения в рабочую силу и оказания консультационных услуг либо добровольно стремятся к более высоким стандартам. Данный тип социальной ответственности бизнеса выходит за рамки национальных различий и связан с человеческим капиталом, управлением человеческими ресурсами и внутренними обязательствами отдельных фирм. И в первом, и во втором типах социальной ответственности ведущая роль принадлежит бизнес-сообществу или отдельной фирме, в то время как государству и общественным организациям отведены второстепенные позиции; в третьем же и четвертом типах социальной ответственности расклад противоположный. *Третий тип* социальной ответственности описывает ситуацию, когда активную роль играют правительства и социальные партнеры, стремящиеся увеличить добавочную стоимость, повысить уровень прозрачности и сплоченности существующих бизнес-практик, а также коммуникативными методами побудить другие компании следовать такой же линии поведения. Программа действий здесь очень широка и касается того, каким образом бизнес-сообщество может способствовать социальному развитию общества на локальном, национальном и даже глобальном уровне [ср.: European Commission 2001, 2002]. К этому типу социальной ответственности относится деятельность Европейской комиссии [ср.: European Commission 2001, 2002], голландский [SER 2001] и британский [DTI 2001, 2002] подходы. К *четвертому типу* социальной ответственности отнесены ситуации, когда лидирующая роль также принадлежит правительствам и социальным партнерам, однако в этом случае акцент более узкий – на рынке труда в связи с предложением рабочей силы и спросом на нее. В данном контексте социальная ответственность вырастает из политики занятости и нацелена на то, чтобы убедить, мотивировать и принудить работодателей сокращать масштабы исключения из рабочей силы, увеличивать интеграцию на рынке труда безработных и индивидов, выпавших из рабочей силы.

Данная типология указывает на существование серьезных различий в подходах к корпоративной социальной ответственности между США и Европой, между европейскими странами и внутри европейской бизнес-сферы [ср. также: Bredgaard 2004]. Некоторые национальные различия можно объяснить различиями в формах государства благосостояния. Ориентированные на рынок англосаксонские государства благосостояния имеют длительную традицию передачи социальной ответственности компаниям и индивидам; эту традицию можно интерпретировать как функциональный эквивалент ситуации, когда рынок социальных услуг отсутствует, а государство благосостояния развито недостаточно. В корпоративных государствах благосостояния континентальной Европы социальная ответственность в значительной степени обусловлена правовыми и коллективными обязательствами конкретной компании. В скандинавских государствах всеобщего

благополучия компании имеют тенденцию перекладывать социальную ответственность на плечи государства и общественных организаций. В ответ на относительно высокие корпоративные налоги и затраты на заработную плату государство обеспечивает относительно щедрую социальную поддержку. Однако детальный анализ различных подходов к социальной ответственности выходит за рамки данной статьи.

Вместо этого мы рассмотрим случай *корпоративной социальной ответственности в Дании*, представляющей пример скандинавского государства всеобщего благополучия. Дания иллюстрирует четвертый подход к социальной ответственности бизнеса (ведущая роль принадлежит правительству, акцент – на ответственности на рынке труда). При этом обсуждаются два важных вопроса, имеющих значение и помимо описания нашего конкретного случая: (1) какова роль правительства и социальных партнеров в реализации программы социальной ответственности бизнеса? (2) как связать государственную политику и интересы бизнеса, чтобы выровнять проблемы рынка труда на добровольной основе и при этом не нарушить динамику и гибкость капиталистического рынка? Для государства всеобщего благополучия корпоративная социальная ответственность касается прежде всего ответственности бизнес-сообщества за проблемы, которые традиционно считались ответственностью государства / общества (в частности, длительная безработица и исключение из рабочей силы). Следовательно, социальная ответственность бизнеса размывает традиционные границы между государством и рынком и предполагает иное распределение ответственности между государственными и частными акторами. Однако характер «гибкой защиты» [flexicurity]² в Дании [ср.: Wilthagen 1998; Kongshøj, Madsen 1999; Larsen, Bredgaard 2004], где частные работодатели традиционно были освобождены от ответственности в случае сокращений, болезни или травм на рабочем месте, делает эту страну ярким примером того, насколько частные предприятия следуют практикам социальной ответственности бизнеса на добровольной основе.

Работа состоит из двух частей. В первой описываются особенности социальной ответственности бизнеса в Дании как государственной программы, во второй излагается аналитическая схема, связывающая программы государственной политики с интересами бизнеса. Важный вывод заключается в том, что доступные государству и общественным структурам программы и инструменты политики, выполняя различные роли, поддерживают дихотомическое деление на добровольные действия и принудительные (эта тема является предметом многих дискуссий о социальной ответственности бизнеса). С одной стороны, добровольная социальная ответственность порождает проблемы «безбилетника» [free-rider problems], спорадическое соблюдение принципов социальной ответственности и риск того, что социальная ответственность попросту перерастет в маркетинговое упражнение для бизнес-сообщества, не позволяя тем самым сгладить общие социальные проблемы. С другой стороны, социальная ответственность бизнеса, регулируемая в духе «команд и контроля», превращает бизнес-сообщество в оппонента, а не партнера, и подрывает

² Гибкая защита («гибкость») [flexicurity] – это стратегия действия, нацеленная на одновременное и осознанное увеличение гибкости рынков труда, организации труда и трудовых отношений, с одной стороны, и повышение уровня защищенности (прежде всего уязвимых групп) на рынке труда и за его пределами, с другой стороны.

Оценка соответствия рынка труда и стратегий занятости принципам «гибкой защиты» в настоящее время является вопросом эмпирическим и, таким образом, образует предмет эмпирических (желательно междисциплинарных) международных сравнительных исследований. Стратегии «гибкой защиты» часто анализируют как определенного рода компромиссы. В зависимости от своего уровня последние могут затрагивать отдельных работников, группы работников или всю рабочую силу, сектора промышленности и национальные системы управления. – *Прим. перев.*

<http://www.tilburguniversity.nl/faculties/frw/research/schoordijk/flexicurity/about.html>

существующие практики социально ответственного поведения. Поэтому в данной работе предлагаются иные инструменты политики, которые позволят преодолеть эту дихотомию.

2. Пример Дании: социальная ответственность между политикой на рынке труда и бизнесом

Дания, вероятно, является одной из первых европейских стран, в которых социальная ответственность бизнеса стала целенаправленной государственной стратегией. Концепция социальной ответственности бизнеса была введена Министерством социальных дел в 1994 г. и быстро подхвачена всеми политическими партиями, социальными партнерами, некоммерческими организациями и бизнес-сообществом. Она стала одной из тех современных тенденций, которые у всех на устах и на которые каждый стремится сослаться – быть может, потому, что никто не может точно определить, что же это такое. Для общества социальная ответственность бизнеса – это политический образ (будущее ожидание) более интегративного социального государства и нового типа рынка труда со сглаженной сегментацией. Для бизнеса социальная ответственность – это стратегия, возникшая в ответ на требование легитимизировать ожидания заинтересованных групп [stakeholder expectations] и получить прибыль. Одна из самых трудноразрешимых дилемм в связи со стратегией социальной ответственности заключается в сочетании проблем общества с интересами бизнеса.

Хотя сама по себе идея социальной ответственности предприятий не нова, в подходе, предложенном Министерством социальных дел, есть и некоторые инновационные элементы: например, сама идея сделать социальную ответственность делом общества и государства, а частные предприятия – объектом социальной политики и политики на рынке труда. В Дании введению программы социальной ответственности бизнеса предшествовала кампания под названием «Наша общая забота», инициированная Министерством социальных дел в январе 1994 г. Кампания имела целью побудить предприятия к принятию ответственности за своих работников в отношении риска исключения из состава рабочей силы и попадания в группу безработных, вместо того чтобы перекладывать человеческие и экономические издержки гибкого и мобильного рынка труда с либеральными (в отношении болезней, профессиональной усталости [burnout], сокращений и т.д.) практиками найма и увольнения на социальное государство. Второй инновационный элемент социальной ответственности бизнеса как государственной стратегии – это переход от традиционного вмешательства в сфере предложения рабочей силы (имеющего целью создание более мобильной и гибкой группы безработных) к вмешательству в сфере спроса (создание более инклюзивного рынка труда, где каждому найдется «место» и «применение»). Стандартная интерпретация корпоративной социальной ответственности акторами, определяющими политику занятости (включая ассоциации работодателей и профсоюзы), представлена в табл. 2.

Таблица 2. Стандартная интерпретация социальной ответственности бизнеса в Дании

	<i>Цель</i>	<i>Примеры инструментов³</i>
Внутренняя социальная ответственность	Предотвратить исключение из рабочей силы	Меры по охране здоровья и безопасности труда; методы сокращения отпусков по болезни; режим занятости, способствующий поддержанию семейных отношений; возможность устроиться на работу для каждого; обучение на протяжении всей жизни; гибкие программы выхода на пенсию
	Удерживать работников, рискующих оказаться исключенными из рабочей силы	Активная помощь лицам, расположенным к заболеваниям, или с ограниченной трудоспособностью в силу возраста, физических или умственных заболеваний; неформальные «гибкие» и «мягкие» рабочие места; социальные пункты в коллективных договорах
Внешняя социальная ответственность	Интегрировать безработных и исключенных из рабочей силы	Создание рабочих мест в целом и специализированных рабочих мест: например, формальные схемы субсидирования зарплаты (схемы «гибких» и «мягких» рабочих мест); обучение на рабочем месте в частном и государственном секторах; образование и профессиональная подготовка; ротация рабочих мест или схемы реабилитации

Как показано в таблице, социальная ответственность выстраивается вокруг ответственности работодателей в отношении имеющегося и потенциального предложения рабочей силы. Ожидается, что работодатель – государство или частная структура – будет предупреждать исключения из состава рабочей силы, активно удерживать индивидов, попавших в группу риска (т.е. внутренняя социальная ответственность), а также интегрировать безработных и исключенных из рабочей силы (внешняя социальная ответственность). В этом смысле социальная ответственность есть продолжение активной политики занятости, хотя и с некоторыми инновационными элементами. Во-первых, стратегия социальной ответственности предполагает расширительную трактовку целевых групп политики занятости, традиционно не охватываемых активной политикой реинтеграции: например, сюда включены лица, получающие пенсию по инвалидности; лица, рано вышедшие на пенсию; инвалиды; работники пожилого возраста; лица, находящиеся в длительном отпуске по болезни, и т.д. Однако государственные структуры не в состоянии самостоятельно

³ Мы не ставим перед собой задачи детального описания различных инструментов корпоративной социальной ответственности, однако хотели бы обратить особое внимание на социальные пункты в коллективных договорах. Эта практика была введена в 1995 г. после нескольких раундов переговоров между датскими социальными партнерами; данные пункты призваны показать стремление предприятий участвовать в программах социальной ответственности. Социальные пункты предполагают готовность отступить от режима труда и условий занятости, принятых в традиционных национальных или отраслевых соглашениях, с тем чтобы найти особые решения для отдельных работников на уровне рабочего места (например, более низкий уровень зарплаты или сокращенный рабочий день для лиц с ограниченной трудоспособностью).

вернуть эти группы в рабочую силу. Государственная политика должна действовать косвенным образом, опираясь на поддержку и «добрую волю» предприятий. Это предполагает определенную гармонию между инструментами государственной политики, с одной стороны, и поведением и установками частных предприятий, с другой (см. также следующий раздел). Возникает тройная связь между государственными властями, предприятиями и целевыми группами, что делает контакт с целевой группой более сложным, чем в случае традиционной политики с прямой связью между органами государственной власти и целевыми группами. Во-вторых, хотя активная политика занятости (политика активации [activation policy]) в значительной степени была ориентирована на предложение рабочей силы, стремясь реинтегрировать безработных на рынке труда при помощи образования, профессиональной подготовки и финансовой мотивации, стратегия корпоративной социальной ответственности при этом направлена и на сферу спроса на рабочую силу (т.е. работодателей), пытаясь побудить их изменить установки и поведение предприятий в отношении лиц с ограниченной трудоспособностью и безработных. Таким образом, стратегию корпоративной социальной ответственности можно рассматривать как средство, способствующее успешной реализации активной политики занятости. В-третьих (и, возможно, это ахиллесова пята стратегии корпоративной социальной ответственности), регулирование предложения рабочей силы осуществляется мягкими методами, зависящими от добровольного участия заинтересованных членов социальных партнерств (работодателей, профсоюзов, муниципальных властей, государственных служб занятости, системы здравоохранения и т.д.).

Стратегия добровольного участия

Как отмечалось выше, одним из фундаментальных условий датской политики социальной ответственности бизнеса является добровольное участие заинтересованных сторон. Принцип добровольности (или отсутствия регулирования, принуждающего к социальной ответственности) сформулирован также в международной литературе по социальной ответственности и в подходе Европейской комиссии. В датском контексте более важно то, что принцип добровольности соответствует стремлению социальных партнеров следовать стратегии корпоративной социальной ответственности, т.е. инициативы правительства *«опираются на основополагающее уважение к датской системе трудовых отношений и добровольное участие – а не принуждение или квотные схемы»* [Danish Confederation of Trade Unions and Danish Employers Association, LO/DA 1999: 3]. Почему датские социальные партнеры согласны добровольно участвовать в этой программе? Ответ следует искать в давних историко-институциональных традициях датской системы трудовых отношений. Исторически социальные партнеры (за немногими исключениями) регулировали рынок труда и трудовые отношения при минимальном вмешательстве государства. Если сравнивать с другими странами, то социальные партнеры здесь и поныне регулируют ряд вопросов, которые в других европейских странах регулируются законодательно, путем переговоров и коллективных договоров (например, вопросы заработной платы, трудовых пенсий, рабочего времени, праздничных и выходных дней и т.д.). Такому режиму добровольного регулирования рынка труда уже более ста лет: он зародился в сентябре 1899 г., когда профсоюзы и организации работодателей признали друг друга в качестве полноправных партнеров, а профсоюзы официально позволили работодателям «управлять процессом труда и распределять работу». Этот компромисс очертил русло для правил представления интересов и разрешения споров между сторонами и положил начало традиции невмешательства государства в коллективные соглашения и трудовые отношения [Ibsen, Jørgensen 1979; Due, Madsen 1993; Jørgensen 2002]. Первоначально социальная ответственность бизнеса рассматривалась как угроза этой традиции добровольного регулирования рынка труда, так как социальные партнеры опасались, что государство будет навязывать квотные схемы и устанавливать санкции в случае неповиновения социальных

партнеров. Поскольку корпоративная социальная ответственность в Дании касается прежде всего ответственности на рынке труда, то она затрагивает фундаментальные интересы социальных партнеров. Для традиционно настроенных профсоюзов корпоративная социальная ответственность в принципе может породить три типа проблем: (1) принудительное регулирование социальной ответственности можно означать замещение и вытеснение обычных работников; (2) государственное регулирование может ослабить позиции добровольных коллективных договоров; (3) корпоративную социальную ответственность можно представить как переворот в фундаментальных принципах государства всеобщего благосостояния (таких, как социальное право на компенсацию доходов в случае безработицы, пенсии по болезни и старости) и означать большее полагание на «добрую волю» отдельных компаний. Для работодателей корпоративная социальная ответственность потенциально может означать: (1) нарушение права управлять трудовым процессом и распределять работу и тем самым разрушать международную конкурентоспособность, динамичность и гибкость датского рынка труда; (2) меньшую гибкость в более чем либеральных процедурах «найма и увольнения», характерных для датской системы занятости. Таким образом, и для профсоюзов, и для работодателей неприятие корпоративной социальной ответственности связано не столько с самой идеей, сколько с опасениями, что государство примется насаждать ее насильственно «командными» методами (например, через квотные схемы и санкции). Поэтому, в целях привлечения социальных партнеров, чиновники из Министерства социальных дел с самого начала всячески демонстрировали, что принцип добровольности – фундаментальная основа корпоративной социальной ответственности. Государственные органы вынуждены были убеждать бизнес-сообщество взять на себя социальную ответственность, заставить его понять, что социальная ответственность – это «общая забота» всех заинтересованных групп (общественного сектора, предприятий, локального сообщества, добровольных ассоциаций, профсоюзов и т.д.) [Rosdahl 2002]. Таким образом, важным мотивом, побуждавшим предприятия и социальных партнеров следовать стратегии социальной ответственности, являлась демонстрация принципа добровольности, что погашало риск вмешательства со стороны государства. Основная идея программы социальной ответственности бизнеса сформулирована в высказывании одного бывшего высокопоставленного сотрудника Министерства социальных дел:

«Окончательная ответственность будет на общественном секторе; участие должно быть добровольным; следует устанавливать тесное сотрудничество между всеми партнерами; это должно быть выгодно всем; общественные структуры должны помогать предприятиям» [Vakdal 1995: 209].

Как следует из высказывания, социальная ответственность бизнеса не означает, что частные предприятия должны взять на себя все обязательства, прежде выполнявшиеся общественным сектором; речь идет лишь о том, чтобы воспользоваться их сравнительным преимуществом и помочь государству и обществу в решении проблем безработицы и исключения из рабочей силы. Ответственность общественных структур – в том, чтобы предложить схему, которая позволит представить социально ответственное поведение как инициативу, посильную и привлекательную для бизнеса.

Изменения государственной программы

Теперь у нас есть предварительное представление о целях социальной ответственности бизнеса как правительственной программы и об основной стратегии ее реализации. Однако каковы предпосылки этой программы и какие политические и социетальные проблемы она

призвана решать? Чтобы ответить на эти вопросы, мы должны понять ситуацию на датском рынке труда в начале 1990-х гг. и то, как она изменилась во второй половине 1990-х гг. Важный момент заключается в том, что хотя социальная ответственность бизнеса как правительственная программа появилась вследствие высокого уровня безработицы и кризиса государства благосостояния начала 1990-х гг., она осталась в числе политических приоритетов, даже когда на пороге тысячелетий Дания вступила в фундаментально иную фазу развития, – представляется, что это указывает как на жизнеспособность данной концепции, так и на ее пригодность для решения различных общественных проблем.

В начале 1990-х гг. уровень безработицы в Дании достиг беспрецедентно высокой отметки в 12% от общей численности рабочей силы, а социальные расходы на выплаты по больничным листам и в связи с выходом на пенсию описывались как «настоящий взрыв». Многие опасались того, что «целое поколение окажется на дне», поскольку в результате устойчивой безработицы, недостаточной квалификации и негативных психологических последствий безработицы эти люди никогда не смогут интегрироваться на рынке труда. Политическое беспокойство усиливалось тем, что кризис в сфере занятости «оставит от общества две трети»: одна треть населения окажется постоянно исключенной из структуры занятости, что в свою очередь может повлечь за собой разрушение солидарности между интенсивно трудящимися средними классами и безработными (считающими себя жертвой) и таким образом еще более усугубить экономический кризис государства всеобщего благосостояния [Social Commission 1993]. В таком контексте социальная ответственность бизнеса была призвана решить срочные проблемы социальной политики, связанные с увеличением социальных расходов, и рассматривалась как возможность заключить новый альянс на смену государству всеобщего благосостояния. В качестве политической стратегии социальная ответственность бизнеса представляет собой компромисс, достигнутый доминирующими политическими акторами при столкновении с более радикальными требованиями распределять рабочие места более равномерно и следовать универсальной схеме базовых доходов.

Одновременно с этим Министерство труда запустило новую реформу рынка труда. Последняя сочетала новую комбинированную стратегию кейнсианской фискальной политики и активной политики на рынке труда, что в условиях международного экономического подъема позволило встать на путь существенного улучшения ситуации на датском рынке труда (некоторые наблюдатели даже называли его «датским чудом рабочих мест» [Danish job miracle] [Torfing 1999, 2000; Kongshøj Madsen 1999]. Уже в 1995 г. экономика Дании выровнялась, и в 2001 г. уровень безработицы снизился до всего лишь 5% от общей численности рабочей силы. Вместе с этим улучшением ситуации на рынке труда изменилась и проблема определения правительства (ранее – социально-демократического, ныне – либерально-консервативного). Основной задачей стало повышение эффективности предложения рабочей силы⁴.

Любопытно, что программы социальной ответственности бизнеса сохранили свои ведущие позиции даже после изменения приоритетов проблем социальной политики. Вероятно, это объясняется эластичностью и пластичностью понятия, что позволяет ему соответствовать различным определениям проблемы и стратегическим программам. Это отражает и тот факт, что в политических решениях редко наблюдается причинно-следственная связь между

⁴ Даже несмотря на то что с конца 2002 г. условия занятости значительно ухудшились, а уровень безработицы снова начал расти (с 4,5% во втором квартале 2002 г. до 5,6% во втором квартале 2003 г.). В результате правительство всячески пыталось убедить общественность в том, что стратегия повышения эффективности предложения рабочей силы по-прежнему оправдана, что ситуация с безработицей лишь временна и что вскоре демографический состав рабочей силы (меньшая численность молодых когорт и большая доля рабочей силы предпенсионного возраста) приведет к дефицитному предложению рабочей силы.

определением проблемы, ее решением и результирующей политикой [Cohen, March, Olsen 1972; Kingdon 1984]. Социальная ответственность бизнеса была переформулирована как программа активации «латентной рабочей силы» и предупреждения будущего дефицита рабочей силы. Ожидается, что при переходе от «пассивной» к «активной» политике занятости общественные расходы на поддержку уровня доходов будут сокращаться, а доходная база государства благосостояния – расти. Программа социальной ответственности бизнеса как стратегия государственной политики перешла от социальной политики к политике занятости и экономической политике, что означает ключевую роль бизнеса для убеждения, привлечения и переориентации предприятий на следование социально ответственной линии поведения⁵. Эволюция данной стратегии и меняющаяся трактовка социальной ответственности бизнеса представлена в табл. 3.

Таблица 3. Эволюция понятия и развитие стратегии социальной ответственности бизнеса в Дании

Название сферы политики	<i>Социальная ответственность бизнеса</i>	<i>Инклюзивный рынок труда</i>	<i>Социальная ответственность бизнеса</i>
Период	1991–1997 гг.	1998–2001 гг.	2002–
Лозунг	Каждому место на рынке труда	На рынке труда нужен каждый	Социальная ответственность окупится
Отношения между корпоративной социальной ответственностью и политикой занятости	Социальная ответственность как самостоятельная цель	Социальная ответственность как предпосылка создания более инклюзивного рынка труда	Стратегия социальной ответственности и политика занятости стали идентичны
Основная политическая задача	Выживание государства благосостояния и ограничение общественного сектора	Минимизация государственных расходов и увеличение эффективного предложения рабочей силы	Увеличение эффективного предложения рабочей силы и обеспечение будущего экономического роста и благосостояния
Основной акцент	Предупреждение и удержание (внутренняя социальная ответственность)	Предупреждение, удержание и интеграция (внутренняя и внешняя социальная ответственность)	Предупреждение и удержание (внутренняя социальная ответственность)
Ориентация	Спрос на рабочую силу	Предложение рабочей силы и спрос на нее	Предложение рабочей силы
Ответственное министерство	Министерство социальных дел	Министерство социальных дел	Министерство по вопросам занятости

⁵ Этот переход отражает также тот факт, что, приняв в 2001 г. бразды правления, новое либерально-консервативное правительство передало программы социальной ответственности бизнеса и инклюзивного рынка труда от Министерства социальных дел Министерству по вопросам занятости.

Даже несмотря на то что эти изменения были не столь очевидны, как это может показаться на основании таблицы, тем не менее ясно, что корпоративная социальная ответственность как программа правительства постепенно все больше смещалась от социально-политической ориентации на установки и поведение предприятий (сторона спроса на рабочую силу) к установкам и поведению целевых групп (сторона предложения). По мере того как стратегия корпоративной социальной ответственности все более идентифицировалась с ориентацией на предложение рабочей силы, присущей традиционной политике занятости, политики все более неохотно оказывали давление на бизнес-сообщество, убеждая его следовать социально ответственной линии поведения. Вместо того чтобы вызывать к моральным обязательствам бизнес-сообщества, они все больше начали апеллировать к экономическим интересам предприятий (представляя корпоративную социальную ответственность как выгодную бизнес-стратегию).

Несмотря на эти изменения, корпоративная социальная ответственность как программа правительства по-прежнему включает три взаимопересекающихся компонента. (1) В Дании (как и почти во всех других странах, в которых правительство взяло на себя активную роль) программа социальной ответственности бизнеса была инициирована как *программа убеждения* [persuasion program]. При помощи информационных кампаний, взывая к нравственной сознательности предприятий, государственные власти пытались изменить установки и поведение частных предприятий. (2) Компонент убеждения дополняется *программами мотивации* [financial motivation programs], ориентированными на экономические интересы предприятий. Чтобы увеличить экономическую заинтересованность предприятий и сократить разрыв между уровнем зарплаты и производительностью труда индивидов с ограниченной трудоспособностью, были разработаны схемы субсидирования зарплаты (например, «гибкие» рабочие места [flexible jobs] или схемы «мягкой» занятости [soft jobs scheme]⁶). (3) Для предприятий, которые хотят, но не имеют возможности следовать социально ответственной линии поведения, разработаны *программы общественной деятельности* [public activity programs], помогающие предприятию (или индивиду) справиться с дефицитом ресурсов и навыков (например, государственная поддержка в формировании национальных и региональных сетей предприятий, разного рода консультационные структуры, учреждение местных координационных комитетов для создания более инклюзивного локального рынка труда, оказание административных услуг предприятиям при помощи муниципальных властей)⁷. Программа реализации социальной

⁶ Муниципальные власти обеспечивали «гибкие» рабочие места в частном и общественном секторах для лиц с постоянно ограниченной трудоспособностью. Субсидия на заработную плату достигала до 1/2 или 2/3 обычной зарплаты (не превышая при этом минимального размера оплаты труда). В ответ муниципальные власти получали компенсацию от государства в размере 65% расходов на поддержание таких рабочих мест, что должно было сделать такую схему привлекательным финансовым вариантом по сравнению с программами реабилитации (50%-я компенсация) и программами для лиц предпенсионного возраста (35%-я компенсация). Схемы «мягкой» занятости предназначены для лиц, уже получающих социальное пособие (т.е. лиц предпенсионного возраста [pre-pension]). На текущий момент создано порядка 20 тыс. «гибких» рабочих мест (преимущественно в общественном секторе, причем их резкое увеличение пришлось на последние два года), схемы же «мягкой» занятости застыли на отметке порядка 6 тыс. рабочих мест в год.

⁷ Одним из основных механизмов выработки общей программы действий в рамках социальной ответственности бизнеса являются *социальные партнерства*. В самом начале кампании Министерство иностранных дел решило пригласить лидеров бизнеса принять участие в дискуссии о корпоративной социальной ответственности. Для повышения мотивации, выявления общих интересов и путей решения были сформированы национальные и региональные бизнес-сети. Лишь позднее представители заинтересованных организаций были приглашены принять участие в дискуссии по поводу социальной ответственности бизнеса. Это произошло после принятия в 1998 г. Закона об учреждении местных координационных комитетов (для формирования более инклюзивного рынка труда) в каждом муниципалитете. Данные комитеты имеют равное число

ответственности бизнеса в Дании представляет собой не один, а несколько различных и взаимодополняющих инструментов политики, при этом она воздерживалась от использования традиционных инструментов регулирования и наложения санкций. Как, возможно, уже стало понятно, программы корпоративной социальной ответственности отказались от традиционных административных задач – заранее определенных, четко поставленных и предполагающих прозрачную иерархическую связь между политиками и администраторами. Вместо этого корпоративная социальная ответственность реализуется как *экспериментальная инициатива* [ср.: Matland 1995], следующая по пути проб и ошибок, обучения и оценивания, ориентированных на данную стратегию. Государственные чиновники воздерживаются от «командного» регулирования, надеясь вместо этого на то, что «наиболее успешные практики» и «хороший пример» постепенно сформируют более стандартизованные и единые реакции со стороны бизнеса. В свою очередь предприятиям легче соглашаться на эту идею, поворачивать и интерпретировать ее к собственным целям. Однако добровольный характер социальной ответственности бизнеса привел также к недостаточной степени участия в этих программах и к тому, что уже существующие практики получили новое название.

Итак, мы описали контекст реализации программ корпоративной социальной ответственности в Дании. Ниже я попытаюсь очертить теоретические рамки анализа государственной политики и неоклассической экономической теории, что позволит прийти к аналитическому и инструментальному пониманию того, каким образом возможно соединить программы государственной политики и интересы предприятий.

3. Аналитическая схема изучения корпоративной социальной ответственности бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий

Аналитический вызов заключается в том, чтобы установить инструментальные связи между государственной политикой и политикой предприятий, т.е. увязать воедино социетальные и политические задачи и тем самым сформировать установки и линии поведения. Однако устойчивой традиции исследовать поведение государственных и частных акторов вместе не сложилось ни в анализе государственной политики, ни в экономической анализе; напротив, государство и рынок традиционно воспринимаются как функционально противоположные начала, следующие различной логике. Фирмы рассматриваются как рациональные единицы, максимизирующие полезность, а государственные институты – как единицы, стремящиеся к «общему благу» при помощи регулирования и нейтрального управления, тем самым заставляя предприятия (и индивидов) подчиняться.

В политической науке (и ее подразделах – анализе или исследованиях политики [policy]) и государственном управлении единицей анализа традиционно является политический процесс, а также управление и организация общественного сектора. Хотя в отдельных работах и рассматривается реализация государственной политики и действия участвующих в ней акторов, сектор частных предприятий редко становится объектом анализа [исключения см. в работах: Hjern, Hull 1987; Hjern, Porter 1981]. В рамках политической науки

представителей социальных партнеров (местных представителей Датской конфедерации работодателей и Конфедерации профсоюзов) и муниципальных властей; они являются новаторской инициативой, поскольку прежде муниципальная социальная политика совершенно не учитывала влияния бизнеса [ср.: Larsen et al., 2001; Andersen, Torfing 2002a, 2002b]. Были также учреждены специализированные организации по распространению информации и наиболее успешных практик, оказанию образовательных и консультационных услуг различным акторам, заинтересованным в социальной ответственности бизнеса и формировании более инклюзивного рынка труда (например, Копенгагенский центр, Национальный центр по вопросам инклюзивного рынка труда, Информационный центр г. Орхус).

распространена тенденция рассматривать частные предприятия как нечто подчиненное действиям государственных акторов [Hjern, Hull 1987]; бизнесу же свойственно воспринимать государственную политику как нечто обусловленное основными экономическими функциями предприятий. Однако в рамках стратегии корпоративной социальной ответственности частные предприятия имеют право равного (если не решающего) голоса с государственными организациями в решениях о том, следовать ли той или иной государственной политике; при этом социальная ответственность бизнеса касается именно ключевых функций и требований современного менеджмента.

Наиболее выразительно традиционное видение частного бизнеса сформулировано в неоклассической экономической теории: государственная политика здесь чаще всего рассматривается как внешние помехи и просто препятствие на пути ровного функционирования «невидимой руки» свободных рыночных сил [Friedman 1962]. Основная посылка экономической рациональности заключается в том, что менеджеры видят перед собой четкие и выполнимые цели; обладают совершенной информацией; способны перечислить и реализовать альтернативные варианты и объективно оценить их издержки и выгоды; на основе всех этих знаний выбирают оптимальные способы действия. Однако данная модель рационального принятия решений была забракована как нереалистичная и, более того, неадекватно описывающая процессы принятия решений в политике [ср.: Simon 1945; Lindblom 1965; Stone 1997]. И в целом ее можно использовать лишь как идеал для оценивания экономического принятия решений [Cyert, March 1963]. Конечно, бизнес-менеджеров волнуют вопросы экономической устойчивости компании и ее интересы, они пытаются рассчитывать издержки и выгоды от возможных вариантов действия. Однако это лишь один тип рациональности. В других ситуациях бизнес-менеджеры и собственники в большей степени подчиняются нормам, ценностям и традициям (т.е. нормативной рациональности) или понимают, что иного пути, кроме как последовать ожиданиям общественности или государственной политике, у них просто нет (т.е. подчиняются принудительной рациональности) [ср.: Etzioni 1975]. Перед большинством предприятий стоит не одна задача, а несколько, и эти задачи порою порождают конфликты между разными подразделениями, группами сотрудников или отдельными индивидами в данной организации. Предприятия представляют собой коалиции интересов, это отнюдь не однородные акторы, действующие как единое целое [Cyert, March 1963].

Однако на настоящий момент не сложилось единой парадигмы, в рамках которой можно было бы сопоставлять простую неоклассическую модель фирмы и хозяйство; хотя некоторые направления тем не менее развиваются, например: бихевиористская теория фирмы [Cyert, March 1963], теория заинтересованных групп [stakeholder theory] [Freeman 1984], теория корпоративной социальной ответственности и способности к реагированию [responsiveness framework] [Bowen 1953; Carroll 1979, 1999; Ackerman, Bauer 1976]. Отправной точкой для альтернативной неоклассической экономической теории могла бы служить посылка о том, что предприятия также являются политическими акторами и что государственные организации реализуют иные типы программ, нежели регулятивные или принудительные программы. Когда общественный сектор пытается вмешиваться в поведение корпораций при помощи программ финансовой мотивации, убеждения или вовлечения в общественную деятельность, с точки зрения бизнес-сообщества такое вмешательство можно расценивать как нечто иное, нежели «неуместное вторжение» в права менеджеров и автономию предприятий. Общественный сектор может пытаться влиять не только на краткосрочные экономические интересы фирмы, но и на их видение долгосрочных экономических интересов, что свидетельствует о наличии общих интересов в условиях социально сплоченного и справедливого общества. Фирма – это не монолит, изолированный от политической среды и политических ожиданий. Даже когда политики нацеливают свои программы на частные предприятия, они пытаются предвидеть их возможные действия и реакции и выстроить свои программы соответствующим образом (при этом они учитывают и

политическое давление со стороны бизнес-организаций, и потенциальное вознаграждение в виде перспективы быть переизбранными).

В таком случае что же могут предпринять правительства и социальные партнеры для продвижения социально ответственных бизнес-практик? В целом политики имеют в своем распоряжении по меньшей мере четыре типа программ и инструментов (см. табл. 4 ниже). От одного типа – регулятивных программ – отказались почти все, кто участвует в построении социально ответственных отношений между государством и бизнесом. Не только в Дании навязывание нежеланного регулирования частным предприятиям стало считаться чем-то немислимым – недопустимым покушением на исторически сложившееся право управлять, посягательством на поведенческую автономию предприятий. В литературе по политическому дизайну [ср.: Lowi 1972; Linder, Peters 1987; Peters, Nispen 1998, Vedung 1997, 1998], как правило, выделяются лишь три инструмента политики: (1) «кнут» (регулирование); (2) «пряник» (экономическая мотивация) и (3) «проповедь» (информация / убеждение). К этой типологии следует добавить четвертый элемент: (4) организация (программы вовлечения в общественную деятельность) [ср.: Hood 1983; Jørgensen 1990]. Каждый инструмент и его подтипы в разных ситуациях имеют свои достоинства и недостатки. Однако отбор и характер использования инструментов политики – это не просто техническая задача выбора наиболее рационального и эффективного инструмента в данной ситуации для решения определенных объективных проблем, но в основе своей – политической процесс. Стратегия добровольного участия предприятий в программах корпоративной социальной ответственности хорошо иллюстрирует это утверждение. Во-первых, от других, более принудительных по характеру типов политических инструментов (таких, как квотные схемы, санкции или ограничения при найме и увольнении) отказались с самого начала. Во-вторых, избранные инструменты должны соответствовать представлениям менеджеров об экономических интересах их предприятия и иным бихевиористским установкам предприятия либо должны быть нацелены на изменение этих представлений и установок. В-третьих, полагаясь на добровольно участие бизнес-сообщества, политики соглашались на значительные вариации в поведении предприятий и даже их отказ от участия в этих программах (проблема «безбилетника»).

Разные типы политических стратегий подразумевают разные типы власти и контроля для регулирования поведения целевой группы: (1) регулятивные программы опираются на законную власть и право разрешать или запрещать; (2) программы мотивации используют денежные средства вознаграждения или наказания; (3) программы убеждения поощряют или порицают; (4) программы вовлечения в общественную деятельность расширяют или сокращают сферу социальных услуг. Почти все без исключения стратегии корпоративной социальной ответственности построены на позитивной мотивации обеспечения легитимности и принятия политического вмешательства, нежели принуждению и контроле, и поэтому включают элементы выбора.

Таблица 4. Типы политических программ и инструментов

	<i>Регулятивные программы</i>	<i>Программы мотивации</i>	<i>Программы убеждения</i>	<i>Программы вовлечения в общественную деятельность</i>
Доминирующий инструмент политики	Общие правила	Экономическая мотивация	Коммуникация	Организация
Позитивная мотивация	Разрешение / Контракт / Права	Субсидии / Гранты	Распространение информации / Поощрение / Призывы	Расширение сферы общественных услуг

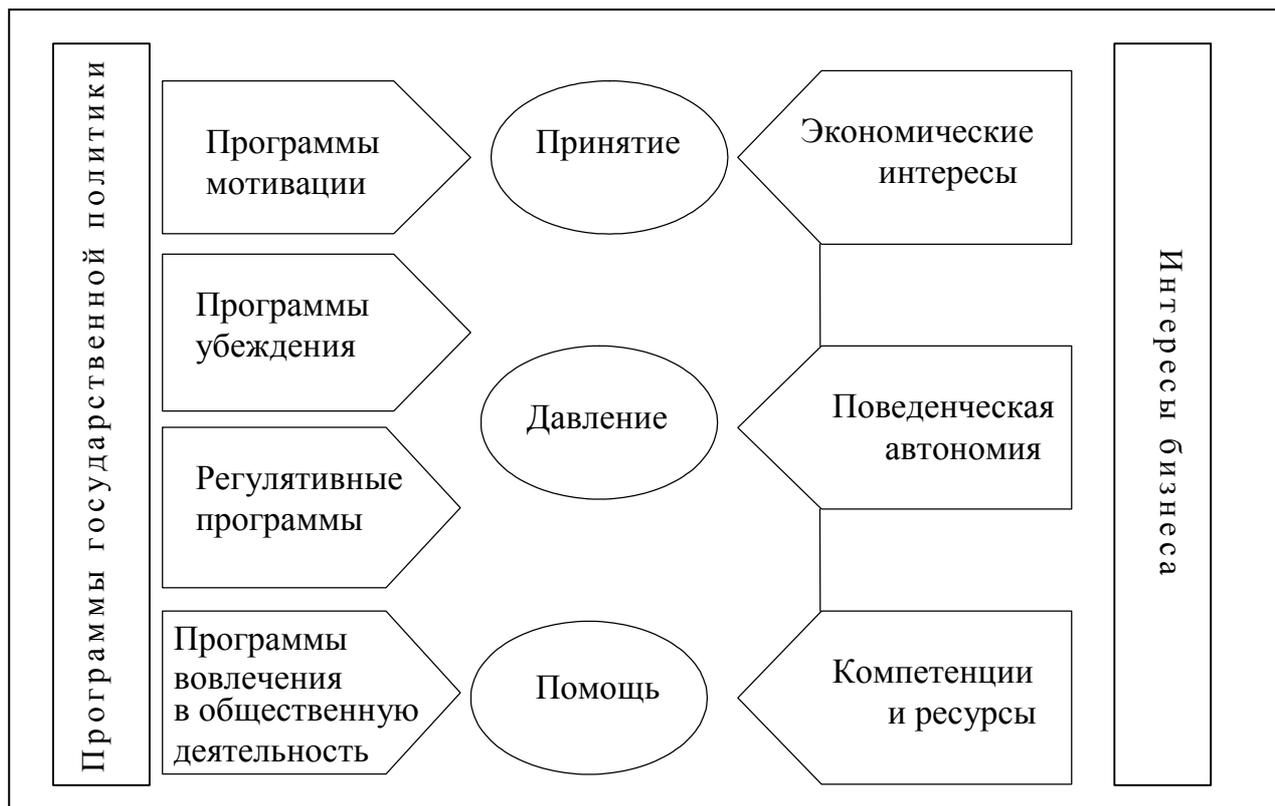
Негативная мотивация	Запреты / Распоряжения / Контроль	Налоги / Выплаты / Штрафы	Дезинформация / Порицание / Угрозы	Сокращение сферы общественных услуг
Средства контроля	Контроль на уровне поведения	Контроль на уровне мотивации	Контроль на уровне установок	Контроль на уровне предложения рабочей силы
Проблемы реализации	Сопrotивление со стороны тех, на кого ориентирована программа, и нарушение норм	Неопределенные последствия и проблемы координации	Низкая эффективность и невысокий уровень контроля	Успех зависит от привлекательности избыточного или недостаточного инвестирования / перспективы исключения «нуждающихся»

Тогда что же заставляет частные предприятия следовать государственным программам корпоративной социальной ответственности? Во-первых, принятие или неприятие программы предприятием зависит от того, считают ли его менеджеры эту программу *экономически выгодной*, т.е. того, означает ли она для них положительное соотношение издержек и выгод. Однако стратегии оцениваются с учетом как краткосрочных, так и долгосрочных последствий. Программы экономической мотивации напрямую вызывают к экономическим интересам менеджеров корпораций: в качестве результата внутренней социальной ответственности они обещают более производительных, лояльных и удовлетворенных работников, а в качестве результата внешней социальной ответственности – сокращение (если не уничтожение) разрыва между уровнем зарплаты и производительностью труда. Во-вторых, государственные программы оцениваются частными предприятиями и с позиций их политической, легитимной и нормативной согласованности, т.е. фирмы могут принять те или иные правительственные программы, даже если соотношение издержек и выгод для них оказывается отрицательным, но если при этом программа кажется им легитимной, справедливой и обоснованной [ср.: Rothstein 1998]. Напротив, фирмы могут отвергнуть программу по политико-идеологическим причинам, даже если соотношение выгод и издержек окажется для них положительным. На реакцию предприятий положительно влияет степень, в какой государственные программы учитывают относительную *автономию поведения* предприятий. Однако данный аспект интересов бизнеса зачастую противоречит регулятивным программам, пытающимся навязать контроль за поведением предприятий и установить санкции за неповиновение.⁸ Программы убеждения играют решающую роль в информировании и побуждении предприятий следовать социально ответственной линии поведения, ссылаясь на «объективные факты», «общие проблемы» и апеллируя к общим ценностям и нормам. Таким образом, государство воздерживается от прямого контроля над поведением, но прибегает к косвенному контролю над установками и саморегулированием. Наконец, частные фирмы будут заинтересованы в расширении своих *компетенций и ресурсов* (человеческих, информационных и финансовых), поскольку это необходимо для достижения их экономических интересов. Как и прочим организациям, для успешного функционирования фирмам требуются хорошо образованные работники,

⁸ Тем не менее та или иная отрасль промышленности может активно стремиться к конкретным типам государственного регулирования – например, традиционное экономическое регулирование рынков (общие правила, критерии доступа и прибыльности) [Stigler 1971] или поле игры на определенном уровне [a level playing field], когда рынок может вознаградить фирмы, соблюдающие социальные и природоохранные стандарты выше минимального уровня.

организационные знания, административные и финансовые ресурсы. Государственные организации могут использовать программы вовлечения в общественную деятельность для того, чтобы обеспечивать фирмы поддерживающей организационной инфраструктурой, оказывать им консультационные услуги, предоставлять образовательные возможности и т.д. Таким образом, государственный сектор может компенсировать недостаток компетенций и возможностей фирм, что нередко становится особенно важным для малых и средних предприятий.

Рисунок 1. Логика инструментальных связей между политическими программами и интересами бизнеса



Описанная логика и конкретный набор инструментальных связей между программами государственной политики и интересами бизнеса представлены ниже (см. рис. 1). Программы мотивации соответствуют (кратко- и долгосрочным) экономическим интересам предприятий и нацелены на увеличение степени *принятия* вмешательства государства. Программы убеждения и регулятивные программы пытаются *принудить* предприятия следовать социально ответственным стратегиям, но делают это по-разному. Программы убеждения апеллируют к когнитивным и нормативным аспектам предприятий, используя информацию, методы убеждения, манипулирования и вызывая к общим ценностям и нормам; регулятивные же программы опираются на законную власть, пытаются с ее помощью вынудить к непосредственным изменениям в линии поведения, контролировать их и налагать санкции за неповиновение. Наконец, программы вовлечения в общественную деятельность апеллируют к возможностям предприятия, *помогая* им преодолеть недостаток компетенций и ресурсов.

Аналитическая возможность существования инструментальных связей между государственной политикой и политикой предприятий не означает автоматически практических связей между государственной политикой и социальной ответственностью бизнеса. Возникновение положительного взаимодействия между государственными и

частными акторами зависит, с одной стороны, от ряда контекстуальных факторов в представлениях менеджеров о том, насколько государственная политика соответствует их экономическим интересам, не нарушает автономию их поведения и отвечает их потребностям в компетенциях и ресурсах, и с другой стороны, от национальных традиций и готовности хозяйства принять вмешательство государства. Таким образом, корпоративная социальная ответственность варьируется как от страны к стране, так и в рамках отдельной страны. Однако в основной массе специальной литературы вариациям в подходах к корпоративной социальной ответственности (см. табл. 1 выше) и объяснению их причин и следствий достаточного внимания не уделялось.

4. Выводы

Нам необходимы теоретически обоснованные эмпирические (желательно сравнительные) исследования связей между бизнесом и обществом, а также внешних и внутренних препятствий на пути восприимчивости бизнеса к программам социальной ответственности [Frederick 1994]. В качестве отправной точки следует взять идею о «способности реагирования на программы социальной ответственности» [corporate social responsiveness], т.е. способность предприятий к реальным социальным мероприятиям и действиям, а не просто философско-этические призывы к ответственности в определенных сферах деятельности корпораций [ср.: Askerman, Bauer 1976; Carroll 1979]. Вопрос заключается в том, каким образом (а не почему) предприятия выполняют свои социальные обязательства и какие это приносит результаты.

В литературе по корпоративной социальной ответственности по-прежнему остается множество открытых вопросов: относится ли социальная ответственность только к добровольным действиям, не охваченным требованиями закона? Распространяется ли социальная ответственность за рамки непосредственных экономических интересов? Должны ли фирмы предвидеть будущие социальные потребности или же только реагировать на текущие ожидания среды, в которой они работают? Каков объем действий, которые необходимо предпринять, чтобы получить статус социально ответственного предприятия? В каких сферах корпоративная социальная ответственность полезна и уместна? Какую роль должны играть социальные партнеры и государство? Где компромиссные точки между улучшением для одной группы и соответствующим ухудшением для другой (принцип игры с нулевой суммой)?

Ни на один из этих вопросов нет прямого и однозначного ответа. Возможно, даже не стоит пытаться ответить на них заранее, поскольку социальная ответственность постепенно развивается в определенном контексте в зависимости от времени, окружения и участников [Sethi 1975]. Именно поэтому нам необходимы теоретически обоснованные эмпирические исследования степени распространенности и характера корпоративной социальной ответственности в различных (национальных) контекстах. Подходы к корпоративной социальной ответственности (ср. табл. 1) развиваются относительно традиций и проблем конкретных государств благосостояния и режимов рынка труда [ср.: Martin 2001], возможно, их и вовсе нельзя изымать из одного контекста и помещать в другой. Поэтому в каком-либо другом контексте не следует представлять опыт Дании и ее подход к корпоративной социальной ответственности как «наилучшую» или «наихудшую» практику. Однако на примере Дании можно вывести несколько аналитических обобщений.

Во-первых, существует серьезная вероятность того, что инициированный бизнесом подход к социальной ответственности (направленность снизу вверх), как на уровне рынка труда, так и социетальном уровне, современные мультинациональные компании превратят в обычное маркетинговое упражнение, «украшение витрин», оторванное от реальных проблем государственной политики, которые и вызвали к жизни данное понятие. Особенно это касается целей интеграции индивидов, оказавшихся вне рынка труда, (проблемы

социального исключения). У предприятий нет достаточных стимулов создавать рабочие места для лиц, длительное время не имевших работы, или с ограниченной трудоспособностью, если единственной мотивирующей силой выступают призывы к социальной благотворительности. Чтобы компенсировать работодателям предположительные потери в производительности, необходимы экономические субсидии и (или) регулятивные схемы. Значительно легче «продать» бизнес-сообществу внутреннюю социальную ответственность, однако последняя вовсе не обязательно приведет к возникновению более инклюзивного рынка труда. Побочным эффектом усиленного внимания к практикам управления человеческими ресурсами (например, обучение в течение всей жизни, возможность для каждого найти работу, стабильная занятость для основной рабочей силы) может стать повышение требований работодателей к уровню квалификации и навыков. Индивидам, исключенным из рынка труда, может становиться все более сложным найти свое место на обычном рынке труда. Поэтому предприятия, которые, как предполагается, следуют принципам социальной ответственности, в действительности могут лишь усиливать поляризацию жизненных шансов между инсайдерами и аутсайдерами. Данный пример свидетельствует о том, что корпоративная социальная ответственность не всегда означает выигрыш для всех.

Во-вторых, если корпоративная социальная ответственность – это реакция на общие социетальные проблемы, то не следует рассматривать государство и социальных партнеров просто как еще одну заинтересованную группу: они должны играть активную, наступательную роль в этой дискуссии. Государство (и социальные партнеры) не должно стыдиться *регулировать* экстерналии поведения бизнеса или устанавливать высокие минимальные стандарты (уровень игры [a level playing field]) корпоративной социальной ответственности. Более того, на государстве лежит важная ответственность *создания* благоприятных *условий* для реализации корпоративной социальной ответственности, т.е. стимулирования социальной ответственности и облегчения ее реализации при помощи программ убеждения, мотивации и вовлечения в общественную деятельность. Наконец, государство имеет и особую ответственность как *работодатель* (создающий социально ответственные государственные институты) и как *рыночный актер* (налагающий социальные обязательства на услуги, покупаемые в частном секторе) и тем самым демонстрирует социально ответственное поведение на собственном примере. По определению существует множество инструментов реализации данной политики помимо простой дихотомии «добровольное участие / принуждение» – например, программы экономической мотивации (схемы субсидирования зарплаты, корпоративные налоги, штрафы или субсидии), регулятивные программы (социальные пункты в государственных тендерах и заключении контрактов государства с частным сектором, социальные пункты в коллективных договорах, позволяющие создавать специальные рабочие места для лиц с ограниченной трудоспособностью), программы принуждения (индивидуальные консультации, схемы сертификации и отчетности, обязательное предоставление информации и т.д.) и программы вовлечения в общественную деятельность (административная помощь предприятиям, заинтересованным в реализации программ корпоративной социальной ответственности).

Каждый инструмент политики следует тщательно оценивать с точки зрения эффективности, затрат, степени принятия его участниками, механизмов контроля и санкций и затем опробовать на практике. Возможно и сочетание нескольких инструментов – в зависимости от поставленной проблемы и искомых результатов, а также пожеланий и экспериментальных способностей агентов, реализующих данные программы. Однако определение корпоративной социальной ответственности только на основе *добровольности* участия заинтересованных сторон приводит к очень ограниченному представлению о том, что такое корпоративная социальная ответственность и как ее достичь. Что, однако, как раз и может быть установкой акторов, полностью не приемлющих данное понятие.

Literatura

- Ackerman R.W., Bauer R.A. Corporate social responsiveness: The modern dilemma. Reston, Virginia: Reston Publishing Company, 1976.
- Andersen J., Torfing J. Netværksstyring i kommunernes arbejdsrettede indsats – delrapport om de lokale koordinationsudvalg. Aalborg: CARMA, 2002a.
- Andersen J., Torfing J. Det rummelige arbejdsmarked og de lokale koordinationsudvalg – nye vitaminer til det inkluderende velfærdssamfund? // Jørgensen H. et al. Arbejde og politik – undervejs med CARMA 2002. Aalborg: CARMA, 2002b. P. 87–117.
- Bakdal B. Virksomhedernes sociale engagement – Et initiativ fra Socialministeriet om ansvar, frivillighed og samarbejde // Nordisk Sosialt Arbeid. 1995. No. 3. P. 209–212.
- Bowen H.R. Social responsibilities of the businessman. N.Y.: Harper & Brothers, 1953.
- Bredgaard T. Similar labels, different contents – A comparison of Corporate Social Responsibility in different contexts // Jørgensen H., Knudsen H., Lind J. (eds.). Labour and employment regulation in Europe. P.I.E. Lang, 2004 (forthcoming).
- Cohen M.D., March J., Olsen J.P. A garbage can model and organizational choice // Administrative Science Quarterly. 1972.
- Cyert R.M., March J.G. A behavioural theory of the firm. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1963.
- DTI. Business and Society: Developing Corporate Social Responsibility in the UK. UK: Department of Trade and Industry, 2001.
- DTI. Business and Society – Corporate Social Responsibility Report 2002. UK: Department of Trade and Industry, 2002.
- Due J., Madsen J.S. Den danske model. København: Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1993.
- European Commission. Green Paper – Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, COM (2001) 366 final. July 18, 2001.
- European Commission. Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development, COM (2002) 347. 2002.
- Etzioni A. A comparative analysis of complex organizations: On power, involvement, and their correlates. N.Y.: The Free Press, 1975.
- Frederick W.C. From CSR₁ to CSR₂ – The maturing of business-and-society thought // Business and Society. 1994. Vol. 33. No. 2. P. 150–164.
- Freeman R.E. Strategic management – A stakeholder approach. Marshfield, Mass.: Pitman Publishing, 1984.
- Friedman M. Capitalism and freedom. Chicago: University of Chicago Press, 1962 (3rd ed., 2002).
- Hjern B., Porter D.O. Implementation structures: a new unit of administrative analysis // Organization Studies. 1981. No. 2. P. 211–227.
- Hjern B., Hull C. Implementation research as empirical constitutionalism // European Journal of Political Research. 1982. Vol. 10. No. 2. P. 105–117.
- Hjern B., Hull C. Small firm employment creation: An assistance structure // Hanf K., Toonen T.A.J. (eds.). Policy implementation in federal and unitary systems – Questions for analysis and design. Dordrecht: Martin Nijhoff Publishers, 1985. P. 131–157.
- Hood C.C. The tools of government. L.: MacMillan Press, 1983.

- Hull C., Hjern B. Policy analysis in mixed economy: An implementation approach // *Policy and Politics*. 1983. Vol. 11. No. 3. P. 295–312.
- Hull C., Hjern B. Helping small firms grow – An implementation approach. L.: Croom Helm, 1987.
- Ibsen F., Jørgensen H. Fagbevægelse og Stat. København: Gyldendal, 1979.
- Jørgensen H. Virksomhedspolitik og offentlig politik // Nordiska Statsvetarforbundets congress. Reykjavik. August 15–19, 1990.
- Jørgensen H. Consensus, cooperation and conflict – the Policy-making process in Denmark. Cheltenham: Edward Elgar, 2002.
- Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. 2nd ed. N.Y.: HarperCollins College Publishers, 1995 (1984).
- Kongshøj Madsen P. Flexibility, Security and Labour Market Success // *Employment and Training Papers* No. 53. Geneva: ILO, 1999.
- Larsen F., Abildgaard N., Bredgaard T., Dalsgaard L. Kommunal aktivering mellem disciplinering og integration. Aalborg: Aalborg University Press, 2001.
- Larsen F., Bredgaard T. Flexicurity and older workers on the Danish labour market // Working paper No. 8. Aalborg: Centre for Labour market search (CARMA), 2004.
- Lindblom C.E. The intelligence of democracy. N.Y.: Free Press, 1965.
- Linder S.H., Peters G.B. A design perspective on policy implementation: The fallacies of misplaced prescription // *Policy Studies Review*. 1987. Vol. 6. No. 3. P. 459–475.
- LO/DA. Fællestemaer for LO og DA i forbindelse med videreudvikling af et mere rummeligt arbejdsmarked. June 3, 1999. (Joint themes of the Danish Confederation of Trade Unions and the Danish Employers Association in relation to the development of a more inclusive labour market).
- Lowi T.J. Four systems of policy politics and choice // *Public Administration Review*. 1972. Vol. 32. P. 298–310.
- Madsen P.K. Flexibility, Security and Labour Market Success // *Employment and Training Papers* No. 53. Geneva: ILO, 1999.
- Martin C.J. It takes two to tango – Corporate decisions to join social partnerships // Kjærgaard C., Westphalen S.-Å. (eds.). *From collective bargaining to social partnerships: New roles of the social partners in Europe*. Copenhagen: The Copenhagen Centre, 2001. P. 61–83.
- Matland R.E. Synthesizing the implementation literature: The ambiguity-conflict model of policy implementation // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 1995. Vol. 5. No. 2. P. 145–174.
- Mitchell N. Corporate Power, Legitimacy, and Social Policy // *The Western Political Quarterly*. 1986. Vol. 39. No. 2. P. 197–212.
- Mitchell N. *The Generous Corporation – A Political Analysis of Economic Power*. New Haven; L.: Yale University Press, 1989.
- Peters G.B., Van Nispen F.K.M. Public policy instruments – Evaluating the tools of public administration. Cheltenham: Edward Elgar, 1998.
- Rosdahl A. The Policy to Promote Social Responsibility of Enterprises in Denmark // Working Paper No. 10. Copenhagen: The Danish National Institute of Social Research (SFI), 2002.
- Rothstein B. *Just institutions matter – the moral and political logic of the universal welfare state*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

- Segal J.-P., Sobczak A., Triomphe C.-E. Corporate social responsibility and working conditions // Final Report for the European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. Paris: Université Européenne du Travail, 2002.
- SER. Corporate Social Responsibility – A Dutch Approach. Sociaal-Economische Raad: Royal Van Gorchum, 2001.
- Simon H.A. Administrative behaviour. N.Y.: The Free Press, 1945.
- Sobczak A. Codes of conduct in global supply chains: A new regulation model for labour relations // Invited paper for the 13th IIRA World Congress. Freie Universität, Berlin. September 8–12, 2003.
- Social Commission. Arbejde og velfærd – Forslag til en ydelses- og aktiveringsreform for midtergruppen. København: Socialkommissionen, 1993.
- Stigler G.J. The theory of economic regulation // The Bell Journal of Economics and Management Science. 1971. Vol. 2. No. 1. P. 3–21.
- Stone D. Policy paradox: The art of political decision making. N.Y.: W.W: Norton & Company, 1997.
- Torring J. Welfare with workfare: recent reforms of the Danish welfare state // Journal of European Social Policy. 1999. Vol. 9. No. 1. P. 5–28.
- Torring J. Towards A Schumpeterian Workfare Postnational Regime? A framework for analysing the changing face of Danish labour market policy // Working paper No. 4. Aalborg: CARMA, 2000.
- Vedung E. Public policy and program evaluation. L.: Transaction Publishers, 1997.
- Vedung E. Policy instruments: Typologies and theories // Bemelmans-Videc M.L., Rist R.C., Evert V. (eds.). Carrots, sticks and sermons – Policy instruments and their evaluation, L.: Transaction Publishers, 1998. P. 21–59.
- Wilthagen T. Flexicurity: A new paradigm for labour market policy reform?. Berlin: WZB discussion paper FS I 98–20X. 1998.