

10.6. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Сайченко О.А., к.э.н., доцент кафедры «Международный бизнес»

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

В статье рассмотрены модели, концепции, определения корпоративной социальной ответственности, процесс глобализации в социальной этике российского бизнеса. Систематизированы определения корпоративной социальной ответственности.

На протяжении последних десятилетий вниманию научной общественности были предложены ряд моделей и концепций корпоративной социальной ответственности. Примеры наиболее известных из таких моделей приведены в табл. 1.

Таблица 1

МОДЕЛИ И КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

№	Концепция	Автор
1	«Пирамида корпоративной социальной ответственности» (1979). «Трехсферная модель корпоративной социальной ответственности» (2003). Матрица заинтересованных сторон (1991)	Американский ученый А. Керолл
2	Модель корпоративной социальной деятельности (1985)	С. Вартик, Ф. Кохрен
3	Концепция заинтересованных сторон (1984)	Э. Фримен

Можно согласиться с мнением российского специалиста в области корпоративной социальной ответственности Миминой И.А. [8], что в современной российской науке корпоративная социальная ответственность рассматривается не с позиции юриспруденции, а исключительно в экономическом и социальном разрезе, в рамках формирования процессов устойчивого развития бизнеса. По определению Европейской комиссии, корпоративная социальная ответственность является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды. На Западе участие бизнеса в решении социальных проблем можно объединить в три основные модели социального партнерства:

- первая модель предполагает активное участие государства в регулировании социальной политики, (характерна для США, Канады, Японии);
- вторая модель предполагает регулирование взаимодействия бизнес – общество практически без вмешательства государства (характерна для стран Центральной Европы – Австрии, Германии, Франции);
- третья модель представляет собой совокупность первой и второй модели.

В Российской Федерации в настоящее время процесс становления социального партнерства находится на начальных этапах своего развития и происходит в условиях господствующих позиций государства, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса.

Взаимодействие политических, социальных и экономических субъектов, основанное на принципах соци-

ального партнерства позволит обеспечить стабильное поступательное развитие государства.

Существует большое количество публикаций о корпоративной социальной ответственности, описывающих различные концепции. Среди них наибольшую известность получили «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная социальная восприимчивость», «корпоративная социальная деятельность», «этика бизнеса», «корпоративная филантропия», «социальные проблемы», «корпоративная социальная добросовестность», «процесс корпоративной социальной политики», «менеджмент заинтересованных сторон», «корпоративное гражданство», «устойчивое развитие», «корпоративная устойчивость», «корпоративная репутация», «социально ответственное инвестирование», «тройная отчетность», «корпоративная социальная отчетность» и др. [1]. Эти концепции изменяются во времени и пространстве, а также дополняют и развивают друг друга [2].

Возрастающий интерес к корпоративной социальной ответственности (КСО) способствовал появлению различных определений (табл. 2).

Таблица 2

ПЕРЕЧЕНЬ ОПРЕДЕЛЕНИЙ КСО

№	Определение КСО	Автор
1	Под социальной ответственностью мы понимаем такой подход к бизнесу, который реализует информационную прозрачность и этическое поведение, уважение к группам заинтересованных лиц и обязательства приносить добавленную экономическую, социальную и экологическую стоимость	Глобальный договор ООН
2	Если и существует концепция, которая охватывает множество проблем сегодняшнего и завтрашнего дня – концепция, над которой мы все должны задуматься – то это концепция социальной ответственности	Генеральный секретарь ООН К. Аннан
3	Первое – это уплата налогов, честно, не через оффшоры. Второе (только после уплаты всех налогов) – это меценатство, благотворительность... (третье) поддержка бизнесом тех политических сил, которые заботятся о развитии страны, в том числе и демократизации	Алексей Кудрин (министр финансов РФ, апрель 2004)
4	КСО – это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций	Доклад о социальных инвестициях в России, 2008, Ассоциация менеджеров

Все эти определения задействуют понятия этического поведения, экологической ответственности и, что очень важно, взаимодействия с заинтересованными сторонами (stakeholders) – т.е. теми, кто оказывает влияние на принятие решений в компании и теми, на кого оказывает влияние деятельность компании (потребители, работники, местные жители, на здоровье которых сказывается воздействие предприятия на окружающую среду, государство и др.).

В целом под социальной ответственностью бизнеса следует понимать материальные, технологические, управленческие и прочие ресурсы, а также финансовые средства компаний, которые по решению руководства направлены на реализацию социальных программ, разработанных с целью учета интересов заинтересованных лиц. Предполагается, что в стратеги-

ческом отношении компанией будет социальный и экономический эффект.

Основными заинтересованными группами людей, чьи интересы связаны с функционированием корпорации, являются:

- собственники, которые за счет результатов деятельности корпорации решают свои жизненные проблемы;
- наемные работники корпорации, обеспечивающие ее функционирование, получающие за это заработную плату и дополнительные выплаты, позволяющие решать свои жизненные проблемы;
- потребители продукции корпорации;
- деловые партнеры корпорации, находящиеся с ней в формальных и неформальных отношениях, оказывающие корпорации услуги;
- государственные институты, взаимодействующие с корпорацией в политической, экономической, правовой, институциональной и других сферах макро- и микроокружения;
- общество в целом, получающее от корпорации часть создаваемого богатства для обеспечения социально-экономического благополучия и развития, плодами которого наряду с другими членами общества пользуется и корпорация;
- местные сообщества, находящиеся с корпорацией во взаимодействии, связанном с формированием социальной и экологической сред обитания.

Процесс глобализации придал новый смысл вопросу о социальной этике российского бизнеса. Крупные отечественные компании, стремящиеся к выходу на международные рынки, вынуждены переходить к западной модели взаимодействия с общественностью, признающей необходимость ведения этического бизнеса и добровольную социальную активность. Быть социально-этичной компанией теперь становится не просто модным, но и необходимым условием для дальнейшего существования и развития, особенно крупных корпораций.

Российские исследователи в области КСО Голубева Н.А. и Карагод В.С. приводят несколько интересных примеров закрепления в США и Франции правил социальной ответственности на законодательном уровне [4]:

- Конгрессом США в 1977 г. принят закон о реинвестициях бизнеса в местные сообщества (в настоящее время этот закон остается основным инструментом социальногоощрения на местном уровне);
- в 1977 г. во Франции принят закон о социальном отчете предприятий с численностью занятых более 300 человек, предусматривающий подробный ежегодный отчет по целому ряду социальных показателей;
- во Франции с мая 2001 г. на основании в ст. 116 закона «О новых направлениях в экономическом регулировании» всем французским компаниям, котирующимся на фондовом рынке страны, предписывается предоставлять подробную отчетность, отражающую «экстрафинансовую» сторону их деятельности;
- в Декрете французского правительства от 20 февраля 2002 г. уточнен характер социальных и экологических показателей, необходимых для отчета.

Представляет интерес мнение Голубевой Н.А., что аудиторам, участвующие в проверках социальной отчетности компаний, следует проходить повышение квалификации по стандартизации социальной отчетности и отчетности, по нормативно-законодательному обеспечению социальных и экологических параметров деятельности бизнеса, с обязательным включением вопросов социальной ответственности в квалификационные экзамены.

При этом Голубева рекомендует производить многоуровневую аналитическую обработку учетной информации, информации, необходимую для составления корпоративной социальной отчетности на основе ра-

бочего план счетов бухгалтерского учета для отражения всех аспектов эколого-социальной деятельности предприятия. Степень детализации рабочего плана счетов зависит от потребностей руководства в той или иной информации [5]. Голубевой справедливо поднимается вопрос о подтверждении достоверности российской корпоративной социальной отчетности и предлагается два способа решения этой задачи:

- аудиторская фирма ежеквартально проверяет учетные регистры бухгалтерии на достоверность эколого-социальных затрат, а сводные ежеквартальные данные заносятся в рабочие документы аудиторов для дальнейшего суммирования с данными следующего периода;
- затраты предприятия на реализацию эколого-социальной деятельности собираются на аккумулятивных счетах управленческого учета с последующим подписанием аудиторами бумаги о неразглашении тайн.

Первый вариант предполагает абонентское обслуживание социальной отчетности, что более затратно по сравнению со вторым вариантом.

Необходимо отметить, что соприкосновение с опытом зарубежных компаний в области корпоративной социальной ответственности предоставляет информацию как позитивного, так и негативного характера. Например, нарушение норм деловой этики компаниями Boeing и Lockheed Martin [7].

Действующее законодательство не требует от предпринимательства финансирования социальных программ. Уже на начальном этапе перехода РФ к рыночной экономике государство освободило предприятия от избыточных социальных функций, а в 1993 г. Президент РФ издал указ о передаче объектов социальной инфраструктуры предприятий в ведение муниципальных образований.

По данным опроса, проведенного Аналитическим центром развития социального партнерства [9], в настоящее время 62% предприятий промышленности реализуют какие-либо социальные программы. Российские компании берут на себя дополнительную «социальную нагрузку», понимая, что без помощи со стороны бизнеса никакие положительные изменения не произойдет, и трактуют ее как часть своей миссии, своей стратегии развития.

Таким образом, широкая распространенность таких программ объясняется как недостаточным финансированием субъектами Федерации региональных социальных программ, так и желанием улучшить имидж компании, еще раз подтвердить ее надежность.

Прежнее невнимание российского бизнеса к социальной сфере вполне объяснимо. Его формирование происходило посредством поглощения собственности и захвата свободных ниш на рынке, максимальной эксплуатации технологий и инфраструктуры, доставшейся по наследству от советских времен. Первоначальное накопление капитала проходило в условиях кризиса, развала страны, одновременного формирования нового государства и попыток его переустройства по законам рыночной экономики.

Данные процессы сопровождалась ростом коррупции, применения криминальных способов регулирования экономических отношений и решения текущих проблем. Однако, несмотря на то, что пределы собственности, ушли в прошлое, а все незанятые доли рынка обрели владельцев, российский бизнес приобрел отчасти негативную репутацию. Цивилизованная конкуренция диктует грамотную стратегию поведения,

включающую переоценку нематериальных активов, инвестиционного планирования и серьезные затраты на маркетинговую и PR-политику.

Государство, со своей стороны, совсем недавно стало отходить от принципа противостояния с бизнесом и признало возможность сотрудничества с ним. Становятся достоянием прошлого примеры «принудительной благотворительности».

Несмотря на то, что в РФ не распространена практика давления государства на бизнес в плане социальной ответственности, отношение государства к социально-этичной политике бизнеса скорее потребительское. Это выражается в отсутствии стимулирования бизнеса государством посредством предоставления, каких либо льгот, например, освобождения от уплаты части налогов и др. Несовершенство налогового законодательства создает существенные препятствия для развития социальной этики бизнеса. Большая часть благотворительных выплат попадают под статью уплаты единого социального налога. С вводом нового налога на прибыль устроена единственная трехпроцентная льгота для компаний-благотворителей, действующая на федеральном уровне. Кроме того, эффективности ведения социально-этичного бизнеса в РФ во многом препятствует отношение к нему со стороны общества и государства как к должному, без учета связанных с этим сложностях.

В настоящее время сформировался четкий запрос со стороны бизнеса на изучение проблем КСО. Одной из пяти базовых характеристик успешного предприятия будущего, которые были сформулированы в ходе глобального исследования, проведенного компанией IBM в 2008 г. (IBM Global CEO Study – 2008) [1] названа социальная ответственность. Ведущие мировые компании активно поддерживают проведение исследований профильными исследовательскими центрами, профессиональными ассоциациями. выносят обсуждение на уровень крупнейших деловых и межправительственных форумов, объединяющих представителей бизнеса, академического сообщества, государственных учреждений, некоммерческих организаций. В ряду этих форумов: Коалиция за создание экологически ответственной экономики Мировой экономической форум, Всемирный деловой совет по устойчивому развитию, Организация экономического сотрудничества и развития, профильные комиссии и конференции ООН. В РФ – это мероприятия, проводимые Общественной палатой РФ, Ассоциацией менеджеров, Российским союзом промышленников и предпринимателей, Форумом доноров совместно с деловой газетой «Ведомости» и компанией PricewaterhouseCoopers, Национальным форумом КСО, консорциумом «Бизнес и общество» [1].

Приведенные выше доводы определяют актуальность изучения проблем деловой этики, социальной ответственности бизнеса в РФ. Социально ответственная деловая практика сегодня – это все более заметная и активная тенденция нормы поведения и этики ведения бизнеса. Ее очевидными преимуществами являются снижение рисков, управление ими, повышение корпоративной устойчивости, нефинансовой ценности, инвестиционной привлекательности, повышение репутации компании, повышение доверия заинтересованных сторон.

Развитие этого направления в современном бизнесе нашло отражение в дискуссиях академического сообщества на страницах научной литературы, начиная с

пятидесятых годов XX в. За этот период опубликовано значительное количество монографий и научных статей, в ведущих управленческих и экономических изданиях. Ученые анализируют в своих работах многочисленные концепции, ассоциируемые с корпоративной социальной ответственностью, демонстрируя устойчивое возрастание интереса к феномену КСО. Причиной этого стали как потребности бизнеса, так и накопленный опыт исследований, который позволял адекватно реагировать на эти потребности в рамках концепции КСО, описывающей взаимодействие бизнеса и общества.

Таким образом, можно говорить о двух причинах возрастания интереса академического сообщества к проблематике корпоративной социальной ответственности: изменение практики ведения бизнеса и четкий запрос со стороны бизнеса на изучение проблем КСО. Этот интерес, выразившийся в развитии научных исследований, в свою очередь стимулировал подготовку и внедрение в учебный процесс высших учебных заведений соответствующих программ управленческого образования и целых учебных курсов. До настоящего времени в РФ не проводились эмпирические исследования, посвященные преподаванию проблематики КСО на управленческих и экономических факультетах и в профильных вузах. Однако в ряде современных исследований достаточно четко прослеживается мысль об интеграции преподавания КСО в систему основных курсов, определяющих целостность учебного плана.

В РФ задачи внедрения соответствующих курсов во все форматы управленческого образования: программы бакалавриата, магистратуры, аспирантуры, MBA, EMBA и программ профессиональной переподготовки, постепенно решаются. Например, в новой редакции требований к программам MBA 2012 г. [1] предусмотрены «восприятие концепции социальной, экологической ответственности бизнеса, выработка приверженности цивилизованным этическим нормам его ведения». Для бакалаврских и магистерских программ новые возможности открывает принятие ФГОС ВПО третьего поколения, подразумевающего в рамках бакалаврской подготовки изучение обязательного курса КСО. Конечно же, этого недостаточно, и необходимо использовать накопленный опыт зарубежных и отечественных школ.

Подготовка курса «КСО» представляет определенные сложности, связанные, прежде всего, с многообразием концепций КСО. Кроме того, типичным остается противопоставление подходов, характерных для нормативной и позитивной науки.

Курс КСО призван заложить теоретические основы понимания концепции КСО, закономерностей ее эволюции; привить начальные навыки принятия этических управленческих решений в рамках формирования социально ответственного лидерства; ознакомить с лучшими практиками корпоративной социальной деятельности, а также с международными стандартами социальной отчетности.

Преподавание этого курса должно способствовать формированию образа эффективного и социально ответственного менеджера, соответствующего требованиям глобального бизнеса XXI в., а также обеспечивать бизнес-сообщество выпускниками, стремящимися к честным отношениям с другими представителями бизнес-сообщества во всех аспектах деловых взаимодействий, к уважению культуры российского и мирового

бизнес-сообществ, к уважению человеческого достоинства.

Литература

1. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Текст] / Ю.Е. Благоев. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2010. – 271 с.
2. Благоев Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности [Текст] / Ю.Е. Благоев // Вестник С.-Пб. ун-та ; Сер. Менеджмент. – 2006. – №2. – С. 3-24.
3. Глухов В.В. Менеджмент [Текст] : учеб. для вузов / В.В. Глухов. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 608 с.
4. Голубева Н.А. Особенности национальной базы формирования подходов к практике обеспечения аудиторского контроля социальной ответственности [Текст] / Н.А. Голубева, В.С. Карагод // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – №41. – С. 59-64.
5. Голубева Н.А. Постановка учета эколого-социальной деятельности предприятия в условиях формирования корпоративной социальной отчетности [Текст] / Н.А. Голубева // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – №27. – С. 61-66.
6. Доклад о социальных инвестициях в России [Текст] : 2008 / под общ. ред. Ю.Е. Благоева, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. – М. : Ассоциация менеджеров, 2008.
7. Катькало В.С. Основы бизнеса [Текст] / В.С. Катькало, А.Ю. Панибратов. – СПб. : Изд. Дом С.-Пб. ун-та, 2006. – 296 с.
8. Минина И.А. К вопросу о понятии корпоративной социальной ответственности [Текст] / И.А. Минина // Адвокат. – 2009. – №6.
9. Российское партнерство по развитию ответственного бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iblf.ru>.

Ключевые слова

Корпоративная социальная ответственность бизнеса; процесс глобализации; рыночная экономика; государство; зарубежные компании.

Сайченко Ольга Анатольевна

РЕЦЕНЗИЯ

Статья кандидата экономических наук, доцента кафедры «Международный бизнес», заместителя руководителя отделения Международной высшей школы управления (МВШУ) Санкт-Петербургского государственного политехнического университета (СПбГПУ) Сайченко Ольги Анатольевны содержит интересный и актуальный материал и посвящена вопросу о корпоративной социальной ответственности.

Возрастающий со временем интерес к корпоративной социальной ответственности приводит к появлению большого количества публикаций, описывающих различные концепции.

В данной статье автором рассмотрены основные теории развития корпоративной социальной ответственности, выделены различные мнения по данным вопросам, а так же приведено собственное мнение.

Автором данной статьи рассмотрены модели, концепции, определения корпоративной социальной ответственности, процесс глобализации в социальной этике российского бизнеса, так же систематизированы определения корпоративной социальной ответственности.

Очень важной и актуальной на сегодняшний день является проблема развития корпоративной социальной ответственности особенно для Российской Федерации, так как сейчас процесс становления социального партнерства находится на начальных этапах своего развития и все это происходит в условиях господствующих позиций государства, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса.

Таким образом, статья Сайченко Ольги Анатольевны может быть рекомендована к публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Барыкин С.Е., д.э.н., доцент, профессор кафедры логистики и организации перевозок Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета