



**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Рубцовский индустриальный институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова»**

Н.А. ЛЯПКИНА, И.В. ЧУГУНОВА

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Учебное пособие для студентов всех форм обучения
экономических направлений подготовки

Рубцовск 2021

ББК 65.29

Ляпкина Н.А., И.В. Чугунова. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие для студентов всех форм обучения экономических направлений подготовки / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2021. – 44 с.

Пособие предназначено для студентов всех форм обучения в помощь при изучении дисциплины и подготовке к экзамену. Представлены основные темы дисциплины, учебно-методические материалы, необходимые для усвоения основных положений дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» относительно сущности и специфики корпоративной социальной ответственности.

Рассмотрено и одобрено
на заседании каф. «ЭиУ» РИИ
Протокол №2 от 26.02.21г.

Рецензент:

к.ф.н., доцент, зав. кафедрой ГД

А.Ю. Павлов

Содержание

| | |
|---|----|
| <i>Основные положения изучения курса «Корпоративная социальная ответственность»</i> | 4 |
| <i>1. ЭВОЛЮЦИЯ И СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ</i> | 6 |
| <i>2. ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ</i> | 8 |
| <i>3. СПЕЦИФИКА ВНУТРЕННЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ</i> | 24 |
| <i>4. СПЕЦИФИКА ВНЕШНЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ</i> | 31 |
| <i>Тесты по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»</i> | 36 |
| <i>Задания для работы на семинарских занятиях</i> | 39 |
| <i>Задания и требования для выполнения контрольной работы</i> | 42 |
| <i>Рекомендуемые информационные источники по дисциплине</i> | 44 |

1. ЭВОЛЮЦИЯ И СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

1.1. Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности

Все типы ответственности проявляются не только во внутренней организации менеджмента, но и во взаимоотношениях организации и общества, которые имеют большое значение в развитии того и другого.

В современных условиях решающую роль играет социальная ответственность корпораций. По мере развития производства, научно-технического прогресса, урбанизации жизни возникают и обостряются новые, чрезвычайно сложные проблемы: экологические, социально-экономические, технические, информационные, урбанистические, культурологические и др. От комплексного решения этих проблем зависит будущее цивилизации. Но решение их в значительной мере определяется деятельностью современных корпораций, их ответственностью перед обществом и будущим. Вот почему проблема корпоративной социальной ответственности сегодня становится центральной проблемой менеджмента. Ее решение в экономическом, научно-техническом, социально-политическом ракурсе волнует умы многих представителей политики, науки, бизнеса и менеджмента.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) — реализация интересов компании (корпорации) посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества.

Понятие КСО включает:

- ответственность организации перед партнерами;
- социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями продукции и услуг;
- корпоративное развитие — проведение реструктуризации и организационных изменений с участием представителей высшего менеджмента компаний, персонала и общественных организаций;
- здоровье и безопасность персонала на рабочем месте;
- ответственную политику в отношении работников, управление развитием персонала;
- экологическую ответственность, экологическую политику и использование природных ресурсов;
- взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем;
- ответственность организации перед обществом в целом.

Корпоративная социальная ответственность в отличие от правовой подразумевает определенный уровень добровольного стремления выделять

финансовые и материальные ресурсы на решение социальных проблем со стороны менеджмента организации. Это стремление имеет место по отношению к тому, что лежит вне определяемых законом или регулируемыми органами требований или же сверх этих требований.

Жизнеобеспечение общества обусловлено в процессах жизнедеятельности уровнем потребляемых ресурсов и производством материальных благ. Совокупность территорий, природных ресурсов, населения в среде его проживания составляет жизненное пространство общества, пространство деятельности организаций.

Социальная ответственность менеджеров корпорации (топ-менеджеров), таким образом, состоит в организации и успешном управлении бизнесом, в постоянном поиске выгодных взаимодействий с государством. Плодами этого сотрудничества является сбалансированное и динамически развивающееся общество, в котором работа каждого члена общества выступает предпосылкой для общего благосостояния.

1.2. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности

Источники КСО — те силы, которые диктуют корпорации и менеджерам соответствующие обязанности ответственного поведения.

Внешние источники КСО — это силы, диктующие ответственное поведение бизнеса, которые вызваны существующим в обществе негласным договором, согласующим поведение бизнеса с целями и ценностями всего общества.

Внутренние источники КСО — ответственность, вызванная существующей реальной властью бизнесмена.

Развивая идеи социальной ответственности бизнеса, различные экономисты дают различные трактовки источников КСО, диктующие обязанности ответственного поведения:

- 1) рыночные силы;
- 2) политические процессы;
- 3) комплексные — внешние (диктует институт бизнеса) и внутренние (диктует реальная социальная власть бизнесмена).

Вопросы для самостоятельной работы

1. Каково содержание понятия корпоративной социальной ответственности?
2. Из каких концепций сформировалась комплексная модель КСО?
3. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?
4. Какой «закон ответственности» сформулировал К. Девис? Как вы его понимаете?
5. Как рассматривали ответственность бизнеса неоклассические экономисты (Т. Левитт, М. Фридман)?

6. Каковы особенности понимания ответственности бизнеса у институциональных экономистов (Дж. Гелбрейт, госрегулирование)?
7. Каково определение А. Керрола для КСО?
8. Опишите пирамиду А. Керрола.
9. В чем суть трехмерной модели А. Керрола?
10. В чем особенности модели С. Вартика и Ф. Кохрена?
11. Какие принципы КСО содержит модель Д. Вуд?
12. Какие процессы корпоративной социальной восприимчивости включены в модель Д. Вуд?
13. Получение каких результатов КСО предполагает модель Д. Вуд?
14. Что такое «экономайзинг», «экологджайзинг» и каково должно быть их соотношение со стремлением к власти у корпоративно-ответственной организации?
15. В чем суть стратегического и реагирующего характера КСО в модели М. Портера и М. Креймера?
16. Сформулируйте принципы управления стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) М. Кларксона.
17. Каков тройной итог деятельности корпорации в модели корпоративной устойчивости?
18. Какие исследования российской практики КСО вам известны?

2. ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

2.1. Экономическая и общественная необходимость появления и проявления корпоративной социальной ответственности

Споры о роли предпринимательства в обществе породили многочисленные аргументы «за» и «против» социальной ответственности. Аргументы в поддержку социальной ответственности:

1. В интересах дела заниматься социальной деятельностью. Этот аргумент может быть изложен в двух формах: позитивной и негативной. Позитивная форма базируется на концепции о том, что выполнение производителями обязательств перед обществом в долгосрочной перспективе приносит прибыль самой организации. Негативная сторона этого аргумента базируется на предположении, что в интересах самого предпринимателя заниматься социальными проблемами, потому что общество рано или поздно все равно потребует, чтобы он делал это. Согласно этому аргументу, если организация не будет активно принимать участие в решении социальных проблем, общество может не воспользоваться ее продукцией. Этот аргумент также подтверждает, что социальная ответственность, в конечном итоге, вызывает огромный интерес у организаций, так как помогает предотвратить возможное вторжение правительства в их деятельность в дальнейшем.

2. Осуществление социальных программ может быть прибыльным. Хотя и нет четких доказательств существования причинно-следственной связи между социальными действиями организации и прибылью, существует мнение, что поддержка социальных дел вносит свой вклад в долгосрочную прибыльность деловой организации. Например, крупная корпорация в рамках осуществления социальной программы повышения уровня образования поддерживает в финансовом плане какой-либо университет. Выгоды, которые имеет корпорация от такого сотрудничества, очевидны: она может брать на работу многообещающих выпускников.

3. Этого требует этика. Данный аргумент базируется на том, что организация должна заниматься социальными вопросами, так как она имеет нравственные обязательства перед обществом делать это.

4. В любых обстоятельствах нельзя игнорировать закон. Согласно этому утверждению, любая фирма имеет обязательства поддерживать правовое общество. Этот аргумент подчеркивает наличие тесных взаимоотношений между юридическим и этическим аспектами социальной деятельности. Желание вести себя этично часто сопутствует желанию вести себя соответственно закону. Можно утверждать, что компания, которая проявляет инициативу и добровольно участвует в осуществлении социальных программ, больше уважает законы, чем другие.

Факторы ограничения социальной ответственности:

1. Решение социальных проблем должно находиться в компетенции правительства. Исходя из этого, организация выполняет все свои социальные обязательства уже тем, что получает прибыль, налоги с которой обеспечивают государство достаточным количеством средств для проведения социальных программ. В результате получается, что фирмы все же неким образом участвуют в социальных действиях, поэтому этот аргумент опровергает утверждение, что прибыль — единственная причина, ради которой функционирует предприятие.

2. Социальные программы не могут быть точно оценены, так как менеджеры не в состоянии точно измерить эффект социальной программы. Проблемы, связанные с вложением денежных средств в социальные инвестиции, очень сложны. Очень трудно количественно оценить ценность для общества того или иного социально направленного мероприятия.

3. Социальная активность организации расплывает усилия, которые должны быть направлены на достижение основных целей любого вида деятельности. Любая социальная активность, которой занимается компания, отвлекает трудовые, материальные и финансовые ресурсы от основных целей деятельности, которые, согласно этой точке зрения, заключаются в максимизации прибыли акционеров.

Таким образом, аргументы «за» и «против» социальной ответственности выглядят следующим образом.

ЗА:

1. Прибыль в перспективе.

2. Лучше добровольное участие по возможности, чем обязательное по «закону».

3. Подготовка трудовых ресурсов.

4. Обучение и повышение компетентностей персонала.

5. Позитивный имидж компании.

6. Диверсификация бизнеса.

ПРОТИВ:

1. Ответственность за приоритеты и формы корпоративной социальной деятельности.

2. Финансирование непрофильных направлений бизнеса.

3. Отсутствие норм и границ в оценках корпоративной социальной ответственности.

Возможность КСО проявляется в возникновении разнообразных организационных форм и средств регулирования взаимодействия субъектов хозяйствования как социально-экономических систем, способствующих достижению целей управления их (субъектов) жизнедеятельности на основе общности интересов и ценностей, создания условий для проявления синергизма.

Чтобы корпорации осознали выгодность социальной активности, необходимы определенные условия со стороны государства, совместное принятие и осуществление конкретных мер по созданию соответствующей инфраструктуры, механизмов выбора приоритетных направлений социальной поддержки рынка труда, согласованности благотворительности со стратегиями корпораций, согласование экономических интересов бизнеса и общества. Подобные условия складываются исторически. Развитие концепции корпоративной социальной ответственности происходит как ответ бизнес-сообщества на проблему устойчивого развития.

Наиболее продвинутые корпоративные организации с точки зрения социальной ответственности рассматривают свою внешнюю и внутреннюю среду как множество заинтересованных групп. Заинтересованной группой называется любое сообщество внутри организации или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции. Среди множества заинтересованных групп выделяют: собственников, акционеров, органы федеральной и местной власти, поставщиков, топ-менеджеров, работников, профсоюзы, торговые группы, потребителей (внутренних, зарубежных), население, партнеров, инвесторов, кредиторов, конкурентов (внутренних, международных), профессиональные ассоциации, суды и др. Интересы инвесторов, акционеров и поставщиков связаны с эффективностью управления организацией (прибыльным использованием ресурсов). Наемные работники ожидают удовлетворения их труда в формах адекватной оплаты, возможностей профессионального роста и построения деловой карьеры, здоровой моральной атмосферы, приемлемых условий и режима труда, хорошего руководства.

Покупателей интересуют качество, безопасность и доступность товаров и услуг. Администрации местных органов самоуправления заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона. Топ-менеджеры заинтересованы в возможности контроля и управления финансовыми потоками, мощность которых свидетельствует о финансовой состоятельности предприятий. Интересы кредиторов удовлетворяются своевременным исполнением обязательств по погашению процентов и кредитов.

Если какая-либо заинтересованная группа лиц не удовлетворена деятельностью организации, ее реакция может поставить под угрозу дальнейшее существование самой организации. К числу влиятельных заинтересованных групп относятся также правительство и жители регионов, в которых находятся организации. Среди жителей региона выделяют не только проживающих в нем людей, но и местные власти, природную среду и физическое окружение, качество жизни людей. Отдельные группы с особыми интересами (торговые, профессиональные ассоциации, комиссии по защите прав потребителей и др.) могут оказывать давление на корпорации в части осуществления социальных реформ, законов.

Необходимость корпоративной социальной ответственности проявляется в наличии потребности корпораций обеспечивать ресурсную основу для своей жизнедеятельности как социально-экономической системы. Это прежде всего трудовые ресурсы, наличие которых является ключевым фактором их (корпораций) развития в конкурентной среде.

Современные тенденции в экономических отношениях корпораций отражают их нарастающий динамизм. Рост конкуренции, совершенствование технологий, борьба за потребителя и качество продукции заставляют предприятие по-новому рассматривать весь комплекс вопросов управления. В условиях все более усиливающихся процессов глобализации, интеграции и международной конкуренции выделяются процессы стирания различий межнационального рынка, все более широкое проникновение новых технологий в сферу менеджмента и возрастание социальной ответственности менеджеров. Изменились и требования к работнику. Главным здесь является признание высокой социальной ответственности, лежащей на всех сотрудниках организации и, в первую очередь, на управляющих.

Деятельность корпорации — это адекватная реакция на быстрые перемены, непрерывно меняющиеся технологии и неопределенность среды. Современное корпоративное управление поэтому представляет собой сбалансированное сочетание человеческих ценностей, организационных изменений и непрерывных адаптаций к изменениям внешней среды. Все это потребовало существенных изменений в принципах, методах и формах работы с человеком в организации. Человеческий потенциал, способность руководителя правильно поставить цель и эффективно распорядиться ресурсами становятся главными факторами успеха организации. Проблемы

управления человеческими ресурсами организации выдвигаются в разряд ключевых.

Социально ответственные компании уделяют большое внимание предоставлению такой работы, которая была бы значима для исполнителей и помогала бы сотрудникам развить и реализовать свой потенциал. Такие компании стремятся обеспечить справедливый уровень заработной платы, здоровые и безопасные условия труда, а также создать атмосферу взаимоуважения. Таким образом, работники рассматриваются не как простые исполнители, а как носители знаний, от производительной работы которых напрямую зависит успех деятельности любого предприятия. Процесс переобучения и повышения квалификации становится постоянным в течение всей трудовой жизни человека. Причем повышение квалификации — это задача и государства, и работодателей, и профсоюзов. Где высока цена труда, там наблюдается и высокий профессионализм. Осознание корпорацией необходимости социальной ответственности связано с действием различных факторов: познавательных, мотивационных, ситуационных, характерологических, личностных и др.

На социальную ответственность воздействуют ценности, особенности субкультуры и моральные обязанности организации. Корпоративная социальная ответственность является добровольной и сознательной деятельностью, поэтому первоначально каждая организация, группа работников определяет для себя социальные нормы. Социальная ответственность имеет непосредственное отношение к выполнению групповых норм поведения.

Концепция социальной ответственности на примерах ведущих стран Запада, развиваясь, превращается в другую, более всеобъемлющую концепцию «корпоративного гражданства». Эта концепция впитала в себя основные положения доктрины социальной ответственности, обоснования необходимости для организаций установления тесных, конструктивных отношений со всеми элементами социально-нравственного института современного менеджмента не только на национальном, но и на глобальном и региональном уровнях. Реальность концепции характеризуется деятельностью международных организаций (Давосского форума комиссии Европейского союза по социальной ответственности, международной организации «Социальный контракт», созданной по инициативе ООН), а также десятков региональных и страновых центров.

Процессы инвестирования мероприятий в социальной сфере сопровождаются «социальным отсеиванием», которое позволяет установить приоритеты инвестиционных решений по социальным критериям. Социальные обязательства субъектов бизнеса определяют содержание его экономических и юридических обязанностей перед обществом, определяемых его социальными инициативами. Социальное реагирование характеризует способность организации адаптироваться к изменяющимся социальным условиям среды. Таким образом, социальная ответственность определяется как обязательство

организации достигнуть долгосрочных общественно полезных целей, принятых ею сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями. Целями для реализации социальной ответственности становятся: создание базы для принятия управленческих решений и действий в социальной сфере в соответствии с этикой бизнеса; формирование поведения персонала; формирование духа коллективизма в среде персонала и окружения; влияние на содержание маркетинговой деятельности, в том числе в социальной сфере. Менеджеры корпораций несут ответственность за выработку и поддержку социальных ценностей, к которым они стремятся привлечь своих сотрудников. Исследования показывают, что подобные ценности существуют в большинстве корпоративных структур (до 86%). Эти ценности, как правило, выработаны, четко обозначены и заявлены в среде персонала и окружения. К ним относят: удовлетворение интересов потребителей (77%), этика и честность (76%), отчетность (61%), уважение к окружающим (59%), открытое общение (51%), прибыльность (49%), командная работа (47%), новаторство и перемены (47%), постоянное обучение (43%), позитивная рабочая среда (42%), многообразие (41%), общественная работа (38%), доверие (37%), социальная ответственность (33%), безопасность и защищенность (33%), расширение полномочий (32%), удовлетворение сотрудников своей работой (31%), интересная и веселая атмосфера (24%). В большей части представители персонала организаций указывают на то, что ценности их организаций «привязаны» к процедурам оценки эффективности и к компенсационным выплатам. В этих организациях именно ценности определяют поведение работников на рабочих местах и то, как они выполняют свою работу.

Социальная ответственность рассматривается для каждой организации индивидуально. Среди признаков, характеризующих социальные отношения организации, выделяют духовность, интеллектуальность, образованность, смертность, рождаемость, безысходность (суицид), травматизм, заболеваемость, озлобленность (преступность), греховность, криминальность.

2.2. Факторы конкурентного преимущества в системе корпоративной социальной ответственности

Развитие рыночных отношений в России способствует изменению соотношения экономических сил в национальной экономике. Глобализация экономики привела в движение процесс передачи власти от производителей, которые изготавливают товары, к клиентам, которые покупают эти товары и пользуются ими. Это подразумевает взгляд на вещи с точки зрения клиента, причем во всех видах деятельности, в том числе исследовательской, инженерной, производственной и финансовой, а также в деятельности по продаже и маркетингу. Опыт показывает, что компании, которые тратят время и деньги на определение того, что хотят покупатели, а также на обеспечение качества, надежности товаров и послепродажных услуг, работают со значительно большей выгодой для себя. Компании с успешными программами

по обеспечению высокого качества располагают 10%-м преимуществом перед конкурентами в отношении затрат. Меньшее количество дефектов означает: меньше переделок и напрасно потраченного времени руководителей, меньше затрат и более высокое число клиентов, которые становятся постоянными. Компании, являющиеся лидерами качественного управления, имеют также более высокие темпы роста, по сравнению с компаниями, придающими меньшее значение этому аспекту своего бизнеса. Более высокое качество продукции (товаров, работ, услуг) тесно соотносится с долей, занимаемой компанией в рынке, а также с окупаемостью инвестиций. Это подразумевает также высококачественные отношения с клиентами.

Во всем мире широко признано, что любая крупная компания несет ответственность перед обществом, в котором она функционирует. А потому ее первая обязанность и конкурентное преимущество — оставаться мощной, эффективной и культурной на благо сотрудников, акционеров и клиентов, внося одновременно ощутимый вклад в экономику и благосостояние страны. Неотъемлемой частью корпоративной культуры становится формирование образа «компания — гражданина», выполняющей предписанные ей социальные обязанности и заботящейся о принесении возможно большей пользы всему обществу (corporate citizenship — «корпоративное гражданство»). Корпоративное гражданство определяет неразрывность общих экономических принципов существования компании и ее социальной ответственности перед окружающей социальной средой.

В современных условиях наиболее распространенным способом формирования социально-трудовых отношений стало социальное партнерство. В этом направлении достигнуты качественно новые ступени регулирования социально-трудовых отношений.

Социальное партнерство — специфический тип отношений социальной ответственности, при котором достигается определенный баланс реализации основных интересов важнейших социальных групп общества, обеспечивается исторически обусловленный компромисс в реализации интересов главных субъектов социально-экономических процессов рыночного общества. Специфика этих отношений проявляется в следующем. Во-первых, социальное партнерство — это отношения между социальными группами (классами), социально-экономические интересы которых существенно отличаются. Каждый социальный субъект выполняет свои общественные функции. Во-вторых, это такие отношения между социальными группами, при которых преследуется цель не совмещения интересов, что само по себе невозможно, а достижения оптимального баланса в их реализации. В-третьих, социальное партнерство — это обоюдодовыгодное, обоюдонеобходимое взаимодействие между социальными группами, в котором объективно заинтересована каждая из сторон. Все это, безусловно, отражает особенности социального партнерства как особого типа общественных отношений.

2.3. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики

Процесс реализации КСО формируется на основе опыта взаимодействия государства, профсоюзов и корпораций в сфере отношений социальной ответственности. Она представляет собой объединение отдельных инициативных процедур взаимодействия корпораций в единую схему их целенаправленного поведения для осуществления проектов социальной ответственности.

На начальном этапе этого процесса организуется специальный орган управления социальной ответственностью корпораций участников проекта, в состав которого включаются представители ее высшего менеджерского звена.

Подготовка социального отчета выстраивается на основе результатов независимого исследования, определяется круг потенциально заинтересованных в диалоге сторон и формируется список «целевых аудиторий». Специалисты стремятся сделать его максимально репрезентативным, чтобы получить наиболее полное представление об отношении общества к различным аспектам деятельности корпораций участников проекта. К диалогу приглашаются представители органов власти и контролирующих структур, в том числе министерств (здравоохранения, финансов, труда и социального развития, промышленности и др.), а также региональных учреждений здравоохранения, образования, различных общественных организаций.

На первом этапе диалога проводятся встречи отдельно с каждым участником проекта при посредничестве и содействии независимого модератора. Применяется подход с позиции слушателя — это диалог без каких-либо оценок и предвзятой позиции со стороны организации. Важно услышать, какие проблемы, связанные с деятельностью организации, волнуют общество. Участникам диалога дается возможность самостоятельно предложить темы для обсуждения. Таким образом, в результате первой встречи выявляются те направления, на которых организации нужно в дальнейшем акцентировать свое внимание. В их числе оказываются: информирование потребителей, политика компании в области маркетинга, деятельность компании в области благотворительности, социального партнерства и защиты окружающей среды, взаимоотношения компании с местным сообществом и качество выпускаемой продукции. Свои усилия участники проекта стремятся объединить с усилиями всех заинтересованных сторон: органов здравоохранения и образования, специалистов-психологов, представителей государственных и общественных организаций.

Правовую основу проектов социальной ответственности составляют внутренние кодексы и правила маркетинговой деятельности корпораций, которые ограничивают их позиционирование на рынке. В структуре социальной программы отдельными статьями выделяются долгосрочные программы спонсирования, с указанием сроков отдельных мероприятий, оказание благотворительной помощи организациям инвалидов, детским домам,

школам, участие в экологических программах региона, развитие медицинских учреждений, образования, забота о ветеранах. Поддержание непрерывного диалога с общественностью через СМИ становится средством анализа рекомендаций, поступивших в организацию по результатам обсуждения «целевых аудиторий» и результатом их осуществления, представляемым в социальном отчете. Социальный отчет аккумулирует информацию, максимально отражающую реальную картину общества и интересов его ключевых представителей. Оценка экономического потенциала КСО и ее соответствие стандарту на этапе непрерывного диалога обеспечивается независимым аудитом менеджмента.

Обязательным условием в реализации проектов КСО является стремление к их самокупаемости как на микроуровне, так и в региональной инфраструктуре. Приоритетом во взаимодействии власти, бизнеса (корпораций) и общества выступает сохранение метапространства (пространства смыслов) или среды, в которой используются ресурсы, выстраиваются хозяйственные связи и отношения, реализуются интересы участников. Существование метапространства не зависит от человека. Пространство является надсистемной категорией, но человек волен осуществлять преобразование пространства через культуру.

2. 4. Типология системных представлений и основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности

В настоящее время ученые называют пять типов системных представлений: микроскопическое, функциональное, макроскопическое, иерархическое и процессуальное.

Микроскопическое представление системы основано на понимании ее как множества наблюдаемых и неделимых величин (элементов).

Под функциональным представлением системы понимается совокупность действий (функций), которые необходимо выполнять для реализации целей функционирования системы.

Макроскопическое представление характеризует систему как единое целое, находящееся в «системном окружении» (среде).

Иерархическое представление основано на понятии «подсистема» и рассматривает всю систему как совокупность подсистем, связанных иерархически.

Процессуальное представление характеризует изменение состояния системы во времени.

При построении системы КСО необходимо выделять требования к ней, по которым можно судить о степени ее организованности. К таким требованиям относятся: динамичность системы, детерминированность элементов системы, наличие в системе управляющего и контролируемого параметров, каналов обратной связи.

В системе КСО динамичность понимается как способность под воздействием внешних и внутренних возмущений оставаться некоторое время в определенном неизменном состоянии.

Детерминированность элементов системы проявляется в организации взаимодействия подразделений органов управления, при которой деятельность одного элемента сказывается на других элементах системы.

Под управляющим параметром в системе КСО понимается параметр (элемент), посредством которого можно управлять деятельностью всей системы и ее отдельными элементами.

Контролирующий параметр — это такой элемент, который постоянно контролирует состояние субъекта управления, не оказывая при этом на него управляющего воздействия.

Наличие прямых и обратных связей в системе КСО обеспечивает регламентацию деятельности аппарата управления по приему и передаче информации при разработке управленческих решений.

Система КСО — это система, основанная на постоянном взаимодействии организации с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами).

Для обоснования наличия системы целесообразно использовать такие ее атрибуты, как:

- существование;

- множество объектов;

- единое — некоторое одинаковое для всех композиций данной системы свойство или признак;

- единство — понимается, с одной стороны, как отношение между определенными объектами, благодаря которому возникают новые для них и всей совокупности свойства, с другой — как отдельный объект;

- достаточность — без достаточного количества объектов (и достаточных оснований) построение и существование какой бы то ни было системы невозможно;

- единство со средой;

- включение любой системы в иную, более высокого порядка;

- системность элементов любой системы.

Принципиально важно положение о единстве со средой, которое лежит в основе использования социально ответственных действий в отношении внешней среды для получения положительных эффектов самой организацией. Указанное единство системы со средой превращает данную возможность в необходимость. Под системой можно понимать наличие множества объектов с набором связей между ними и между их свойствами. В зависимости от количества и разнообразия входящих в систему элементов и подсистем, многообразия их связей между собой, системы различают по степени сложности.

Применительно к социальным системам предлагается следующая классификация их компонентов: роль, коллектив, нормы, ценности.

Ролевым компонент является нормативным, определяющим характер участия отдельных лиц в коллективе. Нормативный компонент определяет совокупность универсальных норм (правил), которые характеризуют ожидания в отношении деятельности различных классов дифференцированных единиц (субъектов), имеющих простую или сложную структуру внутри системы. Коллектив представляет собой элемент нормативной культуры, определяющий ценности, нормы, цели и роли в конкретной системе. Ценности — это нормативные образцы, определяющие общую схему ориентации, предпочтительной для системы в целом, не зависящие от конкретной ситуации или особых функций элементов внутри системы. Представляется, что базовые ценности бизнеса, корпоративного бизнеса и корпоративного управления в их единстве и противоречивости необходимо выявить как основополагающие элементы системы социальной ответственности. В системе КСО следует достаточно четко выделить базовые ценности, которые можно интерпретировать так же, как предметы ответственности: качество продукции, справедливая цена, условия производства, способствующие комплексному развитию работников и реализации их профессиональных интересов, состояние природной среды, достойные жизненные условия социально незащищенных граждан.

Системно-структурный аспект применительно к социальным системам выступает в качестве их внутренней организации, способов взаимосвязи, взаимодействия составляющих компонентов. Каждая роль управляется или контролируется нормативными функциональными требованиями коллективов, в составе которых она выполняется. Поскольку более обширная система включает в себя множество коллективов в качестве подсистем, их поведение управляется нормами, которые точно устанавливают, как может и как должен вести себя коллектив каждого типа в соответствии с местом, занимаемым в системе. Наконец, сами нормы управляются ценностями. Подчиняясь требованиям ситуации и функции, ценности определяют то направление ориентации, которое желательно для системы в целом. Применительно к КСО это означает необходимость институционализации в различных формах требований к социально ответственному поведению каждого ее субъекта. В мировой практике наиболее распространена такая форма институционализации норм социального поведения, как кодексы корпоративного поведения, кодексы корпоративного управления и др. В связи с этим представляет интерес отношение к данным документам российского менеджмента. Проведенные исследования и опрос менеджеров организаций показал, что менее половины организаций имеют документ, в котором закреплена их стратегия в области КСО, в том числе: 17% имеют Кодекс корпоративного управления; 8% — Этический кодекс; у 22% соответствующие позиции закреплены в коллективном договоре. Всего 18% организаций имеют документ, регламентирующий КСО в широком смысле слова (коллективный договор отражает взаимоотношения только между менеджментом и работниками).

Следовательно, вопрос об институционализации КСО является для российских организаций весьма актуальным. Необходимо отметить, что российская институционализация этого явления не обязательно должна пойти по пути составления официальных документов, возможны и другие варианты, вытекающие из неприятия российским обществом формализованных методов общения.

2. 5. Виды взаимодействий и принципы построения системы корпоративной социальной ответственности

Поскольку социальная система функционирует как сеть отношений взаимодействия, то каждый отдельный элемент системы, субъект КСО, реализуя собственные интересы, неизбежно затрагивает интересы тех, с кем он взаимодействует.

Можно назвать следующие типы взаимодействия:

- равноправное сотрудничество между элементами и подсистемами;
- кооперативное взаимодействие;
- функциональное иерархическое взаимодействие между элементами и подсистемами, связанными иерархией соподчиненности;
- конкурентное взаимодействие — подсистемы находятся в состоянии конфронтации.

При реализации КСО встречаются все виды взаимодействия: равноправное сотрудничество между субъектами одного уровня в организации; кооперативное — в процессах производства и управления, складывающееся в силу разделения труда; функциональное иерархическое, непосредственно вытекающее из сути управления; конкурентное, возникающее как внутри организаций, так во внешней среде, связанное с распределением ограниченных ресурсов.

Существуют четыре основных функциональных императива социальных систем: сохранение образца, интеграция, достижение цели, адаптация. Функция сохранения образца заключается в том, что социальные системы проявляют тенденцию к сохранению своих структурных образцов.

Инерционные тенденции социальной системы противоречат ее потребностям, возникающим в результате реакции на различные ситуации; направленное изменение ослабляет противоречие между потребностями системы и теми условиями внутри окружающих систем, которые влияют на их удовлетворение. Поэтому функция достижения цели, в отличие от функции сохранения образца, существенным образом связана с конкретной ситуацией. Отличительной особенностью социальных систем является множественность целей. При единственной цели система может быть мобильной, при множестве — необходим известный уровень инерционности для перестройки всей системы целей и способов их достижения. Инерция обеспечивает самосохранение системы.

Предлагается три императива: целеполагание; внутренняя и внешняя интеграция; адаптация к требованиям внешней среды. Кроме того, достаточно

отчетливо прослеживается четвертый императив — дезинтеграция общей цели в соответствии с функциональными обязанностями субъектов КСО, предшествующая интеграции их действий в процессе реализации общей цели.

Адаптивная функция системы определяется как обеспечение ее функционирования свободными ресурсами независимо от того, для какой конкретной цели они используются. При наличии одной цели проблема оценки полезности ресурсов сводится к вопросу о том, насколько они подходят для достижения цели. В случае множественности целей одни и те же ограниченные ресурсы могут быть использованы по-разному. Важно, что использование для достижения одной цели ограничивает их применение для достижения других. Расширение состава субъектов и объектов КСО увеличивает набор альтернатив. Наряду с множественностью целей имеет место разнообразие конкретных средств и ресурсов, предназначенных для их достижения. В сложных социальных системах свобода распоряжения средствами обеспечивается институционализацией денег и рынков.

Научно доказано, что адаптация соотносится с целями и ценностями системы. Она может состоять либо в пассивном принятии условий при минимизации риска, либо в активном влиянии на условия. В случае КСО организация стремится активно действовать, для того чтобы управлять ситуацией и формировать то окружение, которое будет способствовать ее успешному функционированию и устойчивому развитию. Адаптационная функция проявляется в активной форме — адаптирующей, в отличие от пассивной — собственно адаптационной.

Для реализации КСО через создаваемую продукцию, оказываемые услуги, корпоративные ценности организация должна активно воздействовать на среду, в противном случае она утратит свою индивидуальность в процессе приспособления к социальным требованиям внешнего и внутреннего окружения.

Функция интеграции в иерархии управления располагается между функциями сохранения образца и достижения цели и касается взаимного приспособления подсистем с точки зрения их содействия эффективному функционированию данной системы как целого. Это связано с отношением к задаче сохранения образца, равно как и к внешней ситуации, через процессы достижения цели и адаптации. Несомненно, иерархичность является непременным атрибутом управления любого уровня и любыми процессами.

С интеграцией управления дело обстоит сложнее именно в той части, где управленческое воздействие не может быть прямым, а носит рекомендательный характер. Таким образом, в отношении КСО можно говорить о координации как одной из форм интеграции управления.

Одним из важных аспектов системного подхода к исследованию социальных систем является решение вопроса о факторах системности и механизмах, которые обеспечивают сохранение качественной специфики систем в процессе их функционирования и развития.

Рассмотренные положения, характеризующие системный подход к управлению социальных систем, позволяют рассмотреть соподчиненность понятий, характеризующих КСО, и соответствующих им социально-экономических явлений.

Субъектом КСО является организация, выполняющая различные роли, такие как участник гражданского общества, производитель, работодатель, инвестор, объект инвестиций, участник конкурентной борьбы, участник социального развития. Соответственно этим ролям содержание социальной ответственности включает:

- соблюдение законов, норм общественной жизни;
- выпуск безопасных товаров, установление справедливых цен, эффективное использование ресурсов, обеспечение безопасности и соблюдение экологии на производстве;
- заботу о материальном положении работников, соблюдение их прав;
- учет социально-экономического эффекта инвестирования;
- защиту интересов инвесторов, предоставление достоверной информации;
- отказ от неэтичных конкурентных методов, неучастие в ограничении конкуренции;
- стимулирование и поддержку инноваций, признание ответственности за влияние на качество жизни окружения.

Объект КСО имеет сложную структуру — предприятие ответственно за характер и результат своей деятельности перед акционерами, работниками, управленцами, кредиторами, потребителями, поставщиками и деловыми партнерами, местным сообществом, органами государственной власти и управления.

Принципы построения системы КСО:

1) Принцип системности — обеспечивает эффективность реализации функций и направлений корпоративной социальной ответственности в системе корпоративного управления. Он является центральным.

2) Принцип комплексности — скоординированность деятельности организации по трем направлениям устойчивого развития: экономическому, социальному, экологическому.

3) Принцип интегрированности предполагает, что корпоративная социальная ответственность интегрирована в основную деятельность организации. При этом полномочия и функции сторон корпоративного управления в сфере корпоративной социальной ответственности распределяются. Интегрированность подразумевает ответственность перед обществом в целом, а также перед отдельными входящими в него членами — стейкхолдерами. Из этого положения вытекают следующие два принципа — подотчетность и адресность.

4) Принцип подотчетности состоит в подотчетности перед заинтересованными сторонами и обществом в целом, а также в соответствии принятым на себя обязательствам и применяемым стандартам.

5) Принцип адресности означает ожидание выполнения определенной обязанности по отношению к определенному заинтересованному лицу. Поскольку все мероприятия в рамках программ КСО предполагают направленность на определенную аудиторию, организация должна четко определить круг их адресатов. Эффективное разрешение проблемы адресности может способствовать улучшению имиджа и деловой репутации организации.

6) Принцип динамичности — концепция корпоративной социальной ответственности претерпевает постоянные изменения, на нее оказывают влияние принятая парадигма, мировые, национальные и региональные особенности ведения бизнеса. Это влияние обусловлено также тем, что большая и постоянно растущая доля объектов корпоративной социальной ответственности находится вне организаций и иных бизнес-структур (органы государственной власти и управления, общественные организации и др.). Организации должны учитывать их меняющиеся интересы при планировании и реализации мероприятий в сфере КСО. Решая проблему динамичности внешней среды, организация должна в достаточной мере стабилизировать отношения с ее элементами, развивая имидж и повышая деловую репутацию.

7) Принцип инновационности мероприятий и технологий ее реализации — непрерывное их совершенствование и гармонизация.

8) Открытость всех действий организации в области КСО и адекватность отчетности предприятий их составу и содержанию.

9) Принцип кооперации предполагает объединение организаций как с другими организациями, ассоциациями, союзами, так и непосредственно с различными заинтересованными сторонами для решения социально-экономических проблем страны и других административно-территориальных образований. Существенным при реализации данного принципа является развитие долгосрочного и согласованного сотрудничества. В результате такого рода кооперации вырабатываются определенные правила поведения для всех участников в виде стандартов ведения бизнеса, которые охватывают финансы, этику, отношение к окружающей среде, обеспечение прав человека, трудовые отношения. В соответствии с ними корректируется деятельность каждого участника кооперации.

10) Кооперация приводит к институционализации, взаимному признанию и соблюдению определенных правил поведения, что выступает базой для более развитой системы отношений, построенных на кооперативных связях. Поэтому одним из принципов, являющихся следствием и своеобразным продолжением кооперативных отношений, будет их интеграция.

11) Принцип результативности обеспечивает взаимосвязь финансовых показателей деятельности организации с его активной социально ответственной позицией. Данный принцип ориентирован на экономический подход к пониманию КСО — совокупность интересов в итоге сводится к уровню прибыльности и капитализации компании. Таким образом, принцип результативности с содержательной стороны следует рассматривать как

необходимость действий, обеспечивающих достижение взаимообусловленных положительных эффектов для общества и самого предприятия.

12) Принцип последовательности — деятельность организации в области корпоративной социальной ответственности развивается в определенной последовательности.

Выделяют пять основных уровней корпоративной социальной ответственности, которые располагаются по принципу иерархии от низшей формы к высшей.

Первый, или базовый, уровень включает в себя обязательства организации осуществлять свою деятельность в рамках действующего законодательства в области занятости, охраны и оплаты труда, защиты окружающей среды и уплаты налогов.

На втором уровне ответственности организации выделяется два аспекта — внешний и внутренний. Внешняя ответственность организации предполагает благотворительную и спонсорскую деятельность организации. В рамках внутренней ответственности организация на добровольной основе реализует внутренние социальные программы. Адресатами корпоративной социальной ответственности в данном случае выступают работники организации. Примерами таких программ являются программы создания рабочих мест, развития персонала, социальных льгот, а также программы, направленные на создание и поддержание корпоративной культуры, и др.

Третий уровень, или уровень качественного взаимодействия с заинтересованными сторонами, характеризуется достижением организацией корпоративных целей с учетом интересов внутренних и внешних стейкхолдеров. Механизм диалога организации со своими ближними и дальними стейкхолдерами основан на принципах ответственного поведения, закрепленных в кодексе корпоративного управления, а также предоставлении социальной отчетности. Социальный отчет служит подтверждением прозрачности и открытости деятельности организации и содержит стратегическое видение перспектив его развития.

На четвертом уровне — социально ответственное инвестирование — организация выступает как субъект и как объект привлечения социально ответственных инвестиций. Под «социально ответственными инвестициями» понимается процесс принятия инвестиционных решений, учитывающий в рамках традиционного финансового анализа социальные и экологические последствия инвестиций.

На пятом уровне — гармонизации — организация стремится максимизировать исключительно социальную и экологическую деятельность на фоне неизменных показателей прибыли и капитализации.

В качестве уровней может быть принята степень осознания необходимости КСО и, соответственно, ориентации на документарную базу.

Построение системы КСО организации определяется характером взаимоотношений с иными заинтересованными сторонами. Его можно представить тремя аспектами:

- 1) следование законам и иным нормативным актам;
- 2) признание необходимости осуществлять социально ответственную деятельность в более широком контексте, чем требуют нормативные акты, но при этом исходить из того, что это в известной степени сужает возможности развития самой организации;
- 3) социально ответственная деятельность, направленная одновременно на получение положительных эффектов во внешней среде и на саму организацию.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?
2. В чем проявляется влияние КСО на состояние экономики?
3. Какие факторы являются типичными для России в формировании отношений КСО?
4. Чем обусловлена необходимость КСО?
5. Какой статус имеет «Социальная хартия российского бизнеса» и почему?
6. Каковы принципы реализации средств социальной ответственности?
7. Какие признаки организационного поведения характеризуют возможность осуществления отношений социальной ответственности?
8. В чем различия понятий «социальная ответственность» и «социальное реагирование»?
9. Какие формы социального диалога характеризуют взаимодействие государства, профсоюзов и корпораций в сфере социальных отношений?
10. Какие элементы раскрывают содержание процесса социализации экономики России?
11. Назовите основные атрибуты системы КСО и их особенности.
12. Виды взаимодействия в системе КСО. Охарактеризуйте их.
13. Какие основные принципы используются при построении системы КСО?

3. СПЕЦИФИКА ВНУТРЕННЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

С точки зрения структуры социальных инвестиций, связанных с реализацией на практике концепции КСО организации, они могут быть направлены как внутрь организации, так и во внешнюю среду. В зависимости от этого социальные инвестиции могут быть внутренними или внешними.

КСО в соответствии с направленностью связанных с ней инвестиций также делят на внешнюю — реализуемую с помощью инвестиций, которые направлены во внешнюю среду организации, и внутреннюю — реализуемую с помощью инвестиций, которые направлены внутрь организации.

Социальные инвестиции в данном случае понимаются как материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании,

направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

Внутренняя КСО проявляется в отношениях собственников и руководства с работниками организации. При этом имеется в виду не только базовый уровень ответственности, определяемый законодательством, но и в большей степени дополнительный добровольный отклик организации на социальные проблемы, возникающие у ее работников.

В соответствии с таким пониманием к мерам внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести деятельность организации, осуществляемую в следующих направлениях:

- 1) меры социальной защиты сотрудников организации;
- 2) развитие человеческого капитала организации;
- 3) выявление и учет интересов работников организации при принятии важных управленческих решений;
- 4) проведение социально ответственной реструктуризации.

К первому направлению — мерам социальной защиты сотрудников организации — можно отнести следующие конкретные ее виды:

—ликвидацию всяческой дискриминации при найме на работу, оплате работы, карьерном продвижении;

—меры по обеспечению защиты жизни и здоровья работников, а также оказание помощи работникам в критических ситуациях;

—поддержание достойной заработной платы — стабильной и при этом социально значимой.

Второе направление — развитие человеческого капитала организации — происходит через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации, что повышает конкурентоспособность работников, снижает зависимость от одного работодателя, уменьшает нагрузку на государственный бюджет в случае потери работником своего места. Развитие человеческого капитала проводится в рамках стратегии развития персонала с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников. Кроме обучения и профессионального развития, может включать также применение мотивационных схем оплаты труда, поддержание внутренних коммуникаций в организации.

Третье направление КСО — система взаимодействия с работниками как основными стейкхолдерами любой компании. Это направление включает выявление и учет интересов сотрудников при принятии важных управленческих решений. Подобный подход отражает одну из ключевых тенденций последнего времени — ответственное отношение к сотрудникам. Эффективное управление персоналом предусматривает их всестороннее вовлечение в процесс развития организации.

Четвертое направление — социально ответственная реструктуризация. Это направление социальных программ компании, которое призвано обеспечить проведение реструктуризации социально ответственным образом.

В рамках каждого направления конкретная организация разрабатывает и осуществляет свой комплекс мероприятий, создавая большое количество внутренних видов КСО, применяемых на практике:

- 1) социальная защита персонала;
- 2) отсутствие дискриминации в практике найма на работу;
- 3) отсутствие дискриминации при карьерном продвижении;
- 4) обеспечение защиты жизни и здоровья работников, в том числе санаторно-курортное лечение для сотрудников;
- 5) достойное вознаграждение за труд, включая систему оплаты труда и меры социальной поддержки;
- 6) участие компании в ипотеке и жилищном строительстве для своих сотрудников, в том числе жилищное строительство на условиях софинансирования муниципальных бюджетов;
- 7) разработанная система взаимодействия с работниками как основными стейкхолдерами любой компании;
- 8) обеспечение для работников возможности повышения квалификации, постоянного обучения;
- 9) уважение семейных обязанностей работников, включая гибкую систему занятости и отпусков;
- 10) обоснованные меры, дающие возможность трудовой самореализации представителям уязвимых групп, таких как коренные представители местных сообществ, мигранты, инвалиды и др.;
- 11) участие в решении вопросов, связанных с молодежной или женской безработицей;
- 12) информационно-разъяснительная работа, связанная с возможностью получения выплат и льгот на основе социальных программ;
- 13) обучение и информирование работников в области социальной ответственности.

Защита здоровья работников в современных условиях связана не только с созданием благоприятных условий труда, но и со стимулированием заинтересованности сотрудников в достижении целей организации.

Главный для корпоративной социальной ответственности вывод, который следует из анализа этой модели, следующий: различные способы мотивации сотрудников позволяют ослабить многие негативные последствия нагрузки, приводящие к психосоматическим заболеваниям, эмоциональному выгоранию, а также депрессивным состояниям. Значит, различные мотивационные программы, внедряемые в организациях, также являются одним из видов внутренней КСО.

В качестве важной задачи, стоящей перед работодателем, можно отметить распространение идей корпоративной ответственности среди сотрудников и привлечение персонала к ее реализации на практике. Становясь элементом корпоративной культуры и системы внутренних коммуникаций, эта концепция создает предпосылки для более успешного решения вопросов, находящихся в ведении менеджеров по управлению персоналом.

Принимая решения о конкретной программе КСО, менеджеры должны ориентироваться на стоящие перед организацией цели, а не на свои личные персональные интересы или убеждения. Мотивами для увеличения социальной ответственности бизнеса, которые хорошо сочетаются с достижением целей организации, могут быть следующие результаты внедрения мер КСО:

- 1) развивается собственный персонал, снижается текучесть кадров, привлекаются лучшие специалисты на рынке;
- 2) растет производительность труда в компании;
- 3) улучшается имидж компании, улучшается репутация;
- 4) происходит дополнительная реклама товара или услуги;
- 5) происходит освещение деятельности компании в СМИ;
- 6) достигается стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
- 7) создается дополнительная возможность привлечения инвестиционного капитала для социально ответственных компаний;
- 8) обеспечивается сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
- 9) организация получает налоговые льготы.

Для реализации на практике концепции КСО организация проявляет социальную активность, разрабатывая и реализуя социальные программы как внутренней, так и внешней направленности. Социальные программы внутренней направленности предполагают добровольно осуществляемую компанией деятельность по развитию персонала, созданию благоприятных условий труда и жизни работников, а также стимулирование заинтересованности работников в достижении целей организации путем учета их интересов при принятии важных решений. При этом главным критерием является соответствие программ миссии, целям и стратегии развития бизнеса. Миссия социально ответственной компании — это в том числе еще и официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики.

Отличительными особенностями социальных программ являются добровольность их проведения, системный характер и обязательная увязанность с миссией и стратегией развития компании.

Управление корпоративными социальными программами предполагает наличие следующих этапов:

- 1) определение приоритетов социальной политики компании;
- 2) создание специальной структуры управления социальными программами;
- 3) проведение программ обучения в области социальной ответственности;
- 4) разработка социальных программ компании;
- 5) реализация социальных программ компании;
- 6) оценка и доведение до сведения заинтересованных сторон результатов реализации социальных программ компании.

Приоритеты социальной политики компании — это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании.

Кроме социальных программ, для реализации на практике КСО компании необходимо иметь социальный бюджет и желательно — корпоративный кодекс, этический кодекс или подобный им документ.

Социальный бюджет — это финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

Корпоративный кодекс — это формальное изложение ценностей и принципов построения деловых отношений компании. В кодексе содержатся общая идеология компании, ценности компании, этические нормы поведения, бизнес-нормы (заявленные минимальные стандарты) и обязательство компании их соблюдать, а также требовать соблюдения этих стандартов как от своих сотрудников, так и от поставщиков, подрядчиков, субподрядчиков и других деловых партнеров.

Актуальность КСО для российских организаций объясняется следующими причинами:

1. Международная взаимозависимость экономических отношений, которая требует нового мышления, переноса западного опыта КСО на российскую почву.

2. Изменение ожиданий и системы ценностей населения РФ. Несмотря на известную терпеливость российского народа, со стороны работников, особенно квалифицированных, растут запросы не только к заработной плате, но и к условиям труда и отдыха, безопасности и т. п.

3. Растущее расслоение общества, большая доля бедного населения. Чтобы избежать социальных потрясений, государство и бизнес заинтересованы поддерживать трудящееся население через социальные программы.

4. Незрелость гражданского общества в России, незначительная роль политических партий, общественных, профсоюзных, религиозных организаций. В связи с этим бизнес вынужден брать на себя значительную долю ответственности за развитие социума.

Можно назвать следующие особенности современной внутренней КСО в России:

— концепция ответственности по отношению к персоналу является абстрактным понятием для большинства российских менеджеров. Они оперируют более привычной терминологией: социальная политика, социальные программы, мотивация персонала, социальная инфраструктура и т. п.;

— предприятия расширяют спектр форм социальной поддержки работников;

— многие формы КСО развиваются под давлением государства, например, размер и своевременность выплаты заработной платы, субсидирование обучения работников в вузах, контроль за безопасностью производства и др.;

— в принятии решений о социальной поддержке персонала отсутствует прозрачность;

—отмечается высокая дифференциация социальных льгот между разными категориями работников, особенно между топ-менеджерами и рядовыми сотрудниками;

—слабо развиты такие прогрессивные направления КСО, как условия трудовой деятельности персонала и гуманизация труда, в том числе раскрытие творческих способностей работников;

—отсутствует системный подход к реализации социальной ответственности, особенно на средних и малых предприятиях, где функция КСО имеет размытый, организационно не оформленный характер;

—в России малые и средние предприятия далеки от концепции КСО. Это связано с низкой капитализацией большинства российских компаний, отсутствием средств на социальные программы и недостаточной информированностью о направлениях социальной политики;

—в отечественной науке и практике еще недостаточно разработаны современные методические подходы к разработке и реализации КСО.

Для стимулирования развития КСО в российских организациях необходимо:

—структурирование понятийного аппарата в данной области;

—разработка российских стандартов, критериев и показателей отнесения компании к категории социально ответственной;

—распространение опыта социальной политики успешных корпораций;

—системный анализ и совершенствование механизмов государственного управления в сфере защиты трудовых прав граждан;

—разработка методики социального аудита и рейтингования компаний по социальной ответственности.

В развитии КСО следует учитывать социокультурные особенности российского населения и предпринимательства, «теневизацию» российской экономики и отсутствие налоговых стимулов или льгот для социально ответственных компаний. Но осознание на всех уровнях управления сущности социальной функции предпринимательства, разработка системы мер, поощряющих социально ответственное поведение предприятий, а главное — реальные действия государства и бизнеса создадут более благоприятные условия для гармонизации их интересов, перераспределения бремени по решению социальных проблем общества, снижения уровня социальной дифференциации населения и социальной напряженности в стране.

Таким образом, анализ развития системы социальной ответственности в организациях показывает, что Россия к началу перестройки уже имела определенный опыт поддержки работников и окружающего сообщества со стороны предприятий. Государство постепенно передает свои социальные обязательства частным компаниям, относящимся преимущественно к крупному корпоративному сектору. В данном процессе пока преобладают методы принуждения в отличие от разнообразных форм стимулирования КСО, распространенных в западной практике. Российские компании традиционно предпочитают развивать ответственность по отношению к персоналу

(внутреннюю). Наибольшее распространение получило компенсационное поощрение работников в виде социального пакета. При этом используются различные стимулирующие подходы к его формированию. В крупных компаниях создаются подразделения КСО, корпоративные пенсионные фонды, увеличивается разнообразие страховых услуг для персонала. Можно сделать вывод, что в России четко наметилась прогрессивная тенденция развития КСО.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Почему образование является объектом внутренней социальной ответственности?
2. Какую роль играет интеллектуальный потенциал организации в реализации внутренней социальной ответственности?
3. Как осуществляется управление знаниями в организации и как при этом реализуется внутренняя КСО?
4. В какой мере и каким образом зависит внутренняя КСО от сложившегося в организации коллективного мышления?
5. Какие изменения интеллектуального потенциала, образовательного уровня и мышления определяют внутреннюю социальную ответственность?
6. Какие направления деятельности организации можно отнести к внутренней КСО?
7. Какие конкретные виды КСО относятся к мерам социальной защиты сотрудников?
8. Какие конкретные виды КСО относятся к развитию человеческого капитала организации?
9. Какие конкретные виды КСО относятся к такому направлению деятельности, как учет интересов работников при принятии важных управленческих решений?
10. Какие конкретные виды КСО включает социально ответственная реструктуризация?
11. В чем суть модели П. Рихтера «работа — ресурсы — здоровье» и какие выводы на основе этой модели нужно сделать в отношении применения конкретных видов КСО?
12. Какие вам известны экономически выгодные результаты внедрения КСО?
13. Какой должна быть связь внутренней КСО с миссией, целями и стратегией организации?
14. Что такое «социальный бюджет» организации?
15. Что такое «корпоративный кодекс»?
16. Какие выводы можно сделать из анализа практики КСО в России?
17. В чем заключаются преимущества и недостатки стимулирования работников через социальный пакет?
18. Каким образом связаны между собой понятия «социальное партнерство» и «социальная ответственность бизнеса»?
19. Охарактеризуйте особенности внутренней КСО на российских предприятиях через интересы и менталитет менеджеров и работников.

20. Назовите препятствия для развития КСО в России.

21. Какие направления социальной ответственности по отношению к персоналу наименее развиты в России?

22. Как можно оценивать результаты внутренней КСО?

4. СПЕЦИФИКА ВНЕШНЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

1. Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала

2. Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала

3. Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества

Рассмотрим более подробно данные направления.

1. Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала

Программа социальных инвестиций компании включает:

—поддержку детских домов и детских образовательных учреждений, в большей степени в тех регионах, где сосредоточена деятельность подконтрольных компаний;

—программы в области образования, позволяющие на начальной стадии влиять на процесс подготовки квалифицированных кадров для работы в компании и ее филиалах;

—поддержка медицинских учреждений, в том числе в регионах своего присутствия;

—сохранение культурного и исторического наследия;

—программы поддержки ветеранов войны и труда, инвалидов, социально незащищенных групп населения;

—программы помощи народам Крайнего Севера.

Полноценное социально-экономическое развитие организаций обеспечивается их деятельностью, включая: уплату налогов в полном объеме; установление экономически обоснованного уровня заработной платы; дополнительное пенсионное обеспечение работников; вложение средств в профессиональное развитие персонала и охрану труда; формирование собственной социальной инфраструктуры; социальное инвестирование; добровольное занятие благотворительностью.

Чтобы эти условия стали нормой и обеспечивали устойчивость бизнеса, необходимо соответствие их деятельности ожиданиям заинтересованных сторон — государства, местных властей, персонала, акционеров, инвесторов, потребителей.

В социально-экономических системах выделяют два типа:

1) саморегулирующая, которая складывается из аппарата генетического наследования, обычаев, традиций, норм морали, религиозных верований;

2) институциональная, на основе сознательной деятельности институтов управления, с применением экономических, политических и социальных технологий.

Эти два типа управляющего воздействия взаимодействуют друг с другом.

В качестве форм поддержки внешней среды бизнеса выступают гранты и льготные займы.

Под грантами понимаются денежные выплаты (или иные материальные средства), выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки. Гранты выделяются на конкурсной основе. Широкому распространению грантов как инструмента поддержки научно-образовательной и социально-культурной сферы способствуют их адресность, целевой характер, повышающие прозрачность расходования средств и облегчающие проверку эффективности их использования. «Срочный» характер грантов приобретает особое значение в условиях быстрой смены экономической конъюнктуры, постоянного изменения запросов, предъявляемых рынком труда к системе образования. В этом отношении большую роль играет распространение модульно-компетентностной и проектно-целевой систем обучения. Конкурсный, соревновательный характер грантов соответствует принципам функционирования рыночной экономики и способствует повышению конкурентоспособности грантополучателей.

В современном обществе гранты приобретают все большее значение и как элемент налаживания межсекторного социального партнерства в сфере поддержки научно-образовательной и социально-культурной сферы. Исторически грантовые схемы финансирования начали использоваться как инструмент деятельности частных и корпоративных благотворительных фондов.

2. Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала

Социальная политика организации в области здравоохранения как элемент системы КСО может быть представлена:

1) предоставлением бесплатной медицинской помощи сотрудникам организации и членам их семей;

2) медицинскими мероприятиями, направленными на охрану и восстановление здоровья работников, продление их трудоспособности и профессионального долголетия (ежегодные, комплексные, целевые осмотры, вакцинопрофилактика и др.);

3) организацией оздоровления работников и членов их семей путем санаторно-курортного и реабилитационного лечения в санаториях, профилакториях и других санаторно-курортных учреждениях.

3. Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества

Культура — область человеческой деятельности, касающаяся наилучших образцов или эталонов самовыражения субъективности человека. Культура всегда связана с рефлексией и основывается на творчестве.

Классификация видов культуры зависит от видов деятельности, а существующее многообразие видов человеческой деятельности позволяет выделить: культуру труда, быта, досуга, художественную культуру (музыкальную, театральную, зодчества), физическую культуру и т. п. в зависимости от вида деятельности.

Отдельные виды культуры образуют «вертикальное» сечение культуры, пронизывающее всю ее систему. К ним относятся экономическая, политическая, экологическая, эстетическая культура. В современном обществе эти виды культуры играют важную роль и поэтому занимают особое положение. Они проявляются в материальной и духовной формах культуры, в разных ее типах и видах.

Роль государства в управлении социально-культурной сферой предполагает использование ряда рычагов.

Законодательство — создание правовых условий, норм, гарантий деятельности в сфере культуры учреждений различных форм собственности и контроль исполнения действующих законов.

Собственность (учредительство) — создание и деятельность собственной сети учреждений культуры, учредителями которых выступают государственные органы.

Контроль и администрирование — деятельность государственных органов управления и контроля со стороны учредителей и вышестоящих инстанций, а также вневедомственный контроль (налоговая инспекция, пожарный и санитарный надзор и т. д.).

Культурная политика — выработка приоритетных направлений развития сферы культуры на федеральном, региональном и местном уровнях.

Финансирование — выделение средств из федерального и местных бюджетов как на содержание государственных учреждений культуры соответствующего уровня, так и на реализацию «госзаказа» — программ и проектов.

Воспроизводство профессиональной среды — подготовка и переподготовка специалистов и работников сферы культуры в государственных образовательных учреждениях (вузах, средних специальных учебных заведениях, курсах повышения квалификации), а также контроль за соблюдением соответствующих государственных образовательных стандартов в образовательных учреждениях и организациях вне зависимости от их формы собственности и ведомственной принадлежности (лицензирование, аккредитация).

Стимулирование — налогообложение и прочие действия, побуждающие к поддержке и развитию культуры и искусства.

Информация — информационное обеспечение выработки решений, деятельности, анализа ее результатов.

Определяя целесообразные пределы и формы государственного регулирования развития социально-культурной сферы, важно опираться на накопленный отечественный и зарубежный опыт. Этот опыт показывает, что возможны четыре основные роли государства по отношению к культуре и искусству:

1. «Помощник» — когда государство все свое внимание концентрирует на поддержании и развитии разнообразия как в некоммерческом профессиональном, так и в любительском творчестве, достигая это поддержкой скорее культурной деятельности в целом, а не каких-то отдельных стилей и направлений. Источники финансирования в данном случае оказываются разнообразными, а роль правительства состоит исключительно в поощрении этого разнообразия всеми силами (прежде всего — законодательно и налоговой политикой). Классический пример «помощника» — государственная поддержка культуры в США.

2. «Патрон» — когда государство концентрирует свое внимание больше на том, чтобы обеспечить стандарты профессионального творчества и деятельности. Например, оно поощряет художественное мастерство с помощью стипендий и более активно участвует в культурной жизни, чем «помощник». Типичный пример такой ситуации — Великобритания.

3. «Архитектор» — когда помощь культуре и искусству со стороны государства является частью его программы повышения благосостояния общества. В основе его политики лежат скорее стандарты общества, чем профессиональные стандарты профессиональной среды сферы культуры. Сама же поддержка выражается исключительно в долгосрочном прямом государственном финансировании. Пример «архитектора» — Франция.

4. «Инженер» — когда государство владеет и распоряжается средствами осуществления культурной деятельности и художественного творчества. Например, оно поддерживает то искусство, которое отвечает его политическим целям и стандартам. Примером такой государственной политики является бывший СССР.

В мировой практике выделяют следующие формы социальной ответственности, в том числе и в культуре:

1. Административный/социальный бюджет — финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

2. Корпоративный кодекс — это формальное изложение ценностей и принципов деловых отношений компаний, а иногда и ее поставщиков и бизнес-партнеров. В кодексе содержатся заявленные минимальные стандарты и поручительства компании их соблюдать, а также требование соблюдения этих стандартов от своих поставщиков, подрядчиков, субподрядчиков и лицензиатов. Кодекс не является законом, поэтому носит обязательный характер только для тех, кто обязался его соблюдать.

3. Миссия социально ответственной компании — это официально сформулированная позиция компании в отношении своей социальной политики.

4. Приоритеты социальной политики компании — это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании.

5. Социальные программы — добровольно осуществляемая компанией деятельность по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительная, спонсорская деятельность и добросовестная деловая практика.

6. Социальная активность компании выражается в проведении разнообразных социальных программ как внутренней, так и внешней направленности. Отличительными особенностями программ социальной активности являются добровольность их проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития компании.

В России работает большое количество благотворительных фондов, поддерживающих культуру. В начале рыночных реформ они создавались, как правило, по инициативе общественности. Затем крупные корпорации начали создавать собственные корпоративные благотворительные фонды. В последние годы появились и получили распространение частные фонды.

Частный фонд — это благотворительный фонд, основанный по желанию и на средства частного лица, состоятельного человека, выделившего часть своего состояния на благотворительные цели. Частные фонды создаются как при жизни основателя, так и на средства, оставленные на благотворительные цели по завещанию.

Деятельность по корпоративной социальной ответственности — сложная работа, требующая от компаний концептуально-стратегической и организационной перестройки.

Вопросы для самостоятельной работы

1. Какие примеры поддержки образования и науки российскими компаниями вы знаете?
2. Какие проблемы использования грантового механизма финансирования образования и науки встречаются в России?
3. Как в обществе оценивается деятельность российских компаний в сфере социальной ответственности?
4. Каковы современные потребности и факторы здорового образа жизни?
5. Какова роль здравоохранения в реализации корпоративной социальной ответственности?
6. Какие существуют формы и методы поддержки здравоохранения бизнесом?
7. В чем особенность антистрессового менеджмента и почему он является фактором корпоративной социальной ответственности?

8. Зачем обществу необходимо существование и развитие культуры?
9. Какие способы и методы управления социокультурной сферой могут применяться в обществе?
10. Какие основные роли и модели поведения государства по отношению к культуре и искусству встречаются в современной цивилизации?
11. В чем заключается особенность поддержки культуры в США?
12. В чем заключается особенность поддержки культуры в Великобритании?
13. В чем заключается особенность поддержки культуры во Франции?
14. Какие виды благотворительных фондов существуют в нашем обществе и чем они отличаются друг от друга?
15. На каком основании разрабатывался международный стандарт ИСО 26000:2010?
16. Какую область тем и проблем охватывает международный стандарт ИСО 26000:2010?
17. Какие принципы эффективного организационного управления рекомендует международный стандарт социальной ответственности?
18. Каким образом и на основании каких факторов организации следует определять приоритеты для действий в сфере социальной ответственности?
19. Каким образом корпоративное волонтерство встраивается в корпоративную культуру российских компаний?

Тесты по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»

1. _____ — организационное положение, обеспечивающее дисциплинированность и максимально эффективное отношение человека к его обязанностям.
2. _____ важная составляющая социально ответственного бизнеса.
3. _____ корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий.
4. _____ корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании.
5. _____ модель КСО не является открытой линией поведения компании.
6. _____ ответственность является базой для любой формы социальной ответственности в Европе.
7. _____ считается основным требованием к бизнесу.
8. _____ форма КСО обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество.
9. _____ форма КСО обозначает официальные и неофициальные институты страны, через которые ответственность корпораций за общественные интересы согласована с корпорациями или предписана им.
10. _____ хартия российского бизнеса исповедует принципы КСО.
11. "Норильский никель" связал корпоративные пенсионные программы с: _____
12. _____ Анализ развития позволяет выделить несколько уровней социальной ответственности предпринимательства.
13. _____ Большинство социальных проблем относятся европейскими компаниями к сфере _____ ответственности.
14. Британская система получили в своем развитии наибольший импульс в последние.
15. _____ В _____ широкое распространение получает агентская концепция КСО.
16. _____ В Великобритании около _____ крупнейших национальных компаний включают социальную отчетность в ежегодные финансовые отчеты.
17. _____ В нашей стране обсуждение социальной ответственности бизнеса стало реакцией на особенности переходного периода от социалистической к _____ экономике.
18. _____ В некоторых случаях внешняя социальная политика фирмы способствует устранению провалов в определенных направлениях социальной сферы.
19. _____ В отличие от моделей роль государства как двигателя корпоративной социальной ответственности в России трудно переоценить.
20. В перспективе модельными для российских компаний будут становиться формы, принятые:
21. _____ В развитии социальной ответственности российских компаний можно выделить _____ этапа(-ов).
22. _____ КСО появилась в результате глубинной трансформации отношений _____ предпринимательства и общества.
23. В России основными движущими силами процессов внедрения КСО является пока еще ...
24. В российских компаниях деятельность в области КСО во многих случаях не имеет высокого ...
25. В силу природы американского предпринимательства, ждущегося на максимальной свободе субъектов, многие сферы общества остаются до сегодняшнего дня ...
26. _____ В США заставили фирмы заниматься уровнем заработной платы.
27. Важным представляется разделение социальной политики корпорации...
28. Верны ли определения?
 - А) В 1998 году вследствие дефолта российские компании резко сократили вложения в социальную сферу
 - Б) В 1998 году вследствие дефолта российские компании резко увеличили вложения в социальную сферу
29. Верны ли определения?

- А) В российском обществе пока нет понимания роли бизнеса и сфер его ответственности
- Б) В российском обществе начинает формироваться понимание роли бизнеса и сфер его ответственности
30. Верны ли определения?
- А) Внутренняя корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании
- Б) Внешняя корпоративная социальная политика — социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании
31. Верны ли определения?
- А) Социальная хартия российского бизнеса — это свод основополагающих принципов социально ответственных деловых практик
- Б) Финансовая хартия российского бизнеса — это свод основополагающих принципов социально ответственных деловых практик
32. Верны ли утверждения?
- А) В 1980-е гг. 3 млн советских граждан проживали в квартирах, находившихся на балансе предприятий
- Б) В России обсуждение социальной ответственности бизнеса стало реакцией на особенности переходного периода от социалистической к рыночной экономике
33. Верны ли утверждения?
- А) В 1993 г. только учтенные статистикой социальные расходы предприятий составляли 3,3% ВВП
- Б) В 1993 г. только учтенные статистикой социальные расходы предприятий составляли 3,3% национального дохода
34. Верны ли утверждения?
- А) В 2003 году российское деловое сообщество публично заявило о своем стремлении быть социально ответственным
- Б) "Дело ЮКОСа" привлекло большое общественное внимание к ответственности компаний
35. Верны ли утверждения?
- А) В западных странах обострившиеся социальные противоречия остались без ответа со стороны крупных предприятий
- Б) В России нет социальных противоречий
36. Верны ли утверждения?
- А) В западных странах тема социальной ответственности бизнеса стала ответом на обострившиеся социальные противоречия
- Б) Социальное направление в деятельности бизнеса было призвано смягчить возникшие противоречия и поднять общественный престиж бизнеса
37. Верны ли утверждения?
- А) В последнее десятилетие тема социальной ответственности бизнеса в России устойчиво присутствует в общественных дискуссиях
- Б) В последнее десятилетие тема социальной ответственности бизнеса в России совершенно выпала из поля зрения
38. Верны ли утверждения?
- А) Важной проблемой анализа КСО в России является проблема взаимодействия бизнеса, власти и общества при разработке и реализации социальных программ бизнеса
- Б) Важной проблемой анализа КСО в России является проблема взаимодействия бизнеса, власти и криминала при разработке и реализации социальных программ бизнеса
39. Верны ли утверждения?
- А) Внешняя корпоративная политика направлена, как правило, на развитие социального капитала
- Б) Наибольшее значение и распространение имеют программы внутренних социальных инвестиций в моногородах
40. Верны ли утверждения?
- А) Для США характерно максимальное вторжение государства в частный сектор
- Б) Европейская модель КСО является открытой линией поведения компании
41. Верны ли утверждения?
- А) Идеология КСО возникла как ответ бизнеса на давление со стороны растущих левых настроений и профсоюзного движения в последней трети XIX века

- Б) В 70-х широкое распространение получает агентская концепция КСО, подразумевающая ответственность компаний перед своими акционерами
42. Верны ли утверждения?
- А) Корпоративная социальная ответственность в России находится пока в начальной стадии своего развития
- Б) Корпоративная социальная ответственность в России находится в завершающей стадии своего развития
43. Верны ли утверждения?
- А) КСО появилась в результате глубинной трансформации отношений частного и государственного предпринимательства в постиндустриальной экономике
- Б) КСО появилась в результате глубинной трансформации отношений мелкого и среднего бизнеса
44. Верны ли утверждения?
- А) Обычно программы "внутренних" инвестиций не выходят за рамки расходов на развитие персонала
- Б) Обычно программы "внутренних" инвестиций не выходят за рамки расходов на формирование корпоративной культуры
45. Верны ли утверждения?
- А) Полная закрытость компании по вопросам социальных инициатив выливается в инициативы властных структур
- Б) Развитие корпоративной социальной ответственности создает более благоприятные условия для улучшения социального климата в российском обществе
46. Верны ли утверждения?
- А) При ГД РФ действует Совет по нефинансовой отчетности, который проводит общественное заверение корпоративных отчетов для подтверждения значимости и полноты раскрываемой информации
- Б) При СФ РФ действует Совет по нефинансовой отчетности, который проводит общественное заверение корпоративных отчетов для подтверждения значимости и полноты раскрываемой информации
47. Верны ли утверждения?
- А) Российский вариант корпоративной социальной ответственности представляет собой смесь бразильской и французской схемы
- Б) В России широко применяется КСО
48. Верны ли утверждения?
- А) Российский вариант корпоративной социальной ответственности представляет собой смесь британской модели и континентальной схемы
- Б) В силу начальной стадии развития корпоративной социальной ответственности в России имеет место недопонимание ее целостной концепции
49. Верны ли утверждения?
- А) С началом рыночных реформ в России социальная политика предприятий осталась на прежнем уровне понимания
- Б) В России все предприятия активно внедряют политику КСО
50. Верны ли утверждения?
- А) С началом рыночных реформ в России социальная политика предприятий подверглась радикальному пересмотру
- Б) В России с началом экономического подъема и переходом предприятий от выживания к развитию часть из них приступила к реструктуризации социальной инфраструктуры
51. Верны ли утверждения?
- А) Скрытая форма КСО обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество
- Б) Открытая форма КСО обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество
52. Верны ли утверждения?
- А) Социальная политика подразделяется на внутреннюю и внешнюю
- Б) Социальная политика корпорации подразделяется на региональную и федеративную

53. Верны ли утверждения?

А) Социальная хартия — документ, открытый для присоединения любой организации, которая является работодателем

Б) В основе Социальной хартии лежит система принципов в области экономической свободы и социальной ответственности

54. Верны ли утверждения?

А) Социально ответственные инициативы бизнеса имеют глубокую традицию в западном мире

Б) Социально ответственные инициативы бизнеса имеют глубокую традицию в странах южной Америки

55. Верны ли утверждения?

А) Считается, что американская модель КСО наиболее богата своими традициями

Б) Британская и континентальная системы получили в своем развитии наибольший импульс в последние 20-25 лет

56. Верны ли утверждения?

А) Считается, что российская модель КСО наиболее богата своими традициями

Б) Британская и континентальная системы получили в своем развитии наибольший импульс в последние 3-5 лет

57. Верны ли утверждения?

А) Чем выше репутация компании, тем ниже рыночная стоимость акций

Б) В США государство активно осуществляет меры по социальной защите населения и эффективно решает социальные проблемы

58. Верны ли утверждения?

А) Этап КСО 1999-2001 гг. характеризуется реструктуризацией социальной инфраструктуры компаний в ходе приватизации

Б) Этап КСО 1991-1998 гг. характеризуется реструктуризацией социальной инфраструктуры компаний в ходе приватизации

59. _____ Внимание к КСО обусловлено поиском путей _____ отношений между бизнесом, государством и обществом.

60. _____ Внутренняя корпоративная политика направлена, как правило, на развитие _____ капитала.

Задания для работы на семинарских занятиях

1. Написание эссе на тему: «Сталкивались ли Вы с социально ответственными и социально безответственными компаниями? Расскажите о своём опыте».
2. Подготовить доклады по следующим международным организациям и рассказать, какой вклад они внесли в формирование концепции КСО, и как сегодня их деятельность влияет на развитие общества:
 - Всемирный фонд дикой природы;
 - Римский клуб;
 - Пагуошское движение учёных;
 - Гринпис;
 - Международный союз охраны природы;
 - ЮНЕСКО;
 - Международная организация труда.
3. Письменно продолжить фразу: «Социально ответственная компания, как правило, делает следующее: ...»
4. Разделиться на небольшие группы и в каждой группе коллективно кратко выделить все факторы, которые повлияли на развития концепции КСО. Побеждает группа, выделившая наибольшее количество факторов.
5. Сегодня нет чёткой трактовки понятия КСО. Проанализируйте 6-8 понятий в виде таблицы следующим образом:

| Понятие | Источник (автор) | Суть (ключевое слово) |
|---------|------------------|-----------------------|
| | | |
| | | |

6. Представьте себя экспертами, вы являетесь участниками круглого стола, где обсуждаются преимущества и недостатки КСО, и попробуйте представить доводы «за» и «против» (по пунктам – у каждого свое, в зависимости от материалов, подготовленных заранее из СМИ и различных публикаций по этому поводу). Половина группы выступает в защиту, половина – против.
7. Ниже приведены политические заявления по проблемам социальной ответственности корпораций и бизнеса в глобальном мире. Как вы понимаете каждое из данных высказываний, есть ли среди них такой тезис, с которым бы Вы согласились, а с которым категорически не согласились, обоснуйте Ваш ответ.
 - «Корпоративная социальная ответственность - это жесткое бизнес-решение. Не потому что это приятная тема, и не потому, что люди заставляют нас это делать, а потому, что это хорошо для нашего бизнеса» (Н. Фицджеральд, Президент, Unilever)
 - «С моей точки зрения, успешными компаниями будущего будут те, которые интегрируют ценности бизнеса и личные ценности работников. Лучшие люди хотят делать такую работу, которая приносит пользу обществу и с такой компанией, чьи ценности они разделяют, где их деятельность учитывается, и их взгляды значимы» (Джерун ван дер Веер, Комитет Управляющих Директоров Royal Dutch Shell);

-«Недостаточно делать только то, что предписывает закон. Мы должны быть на переднем крае тем корпоративной социальной ответственности» (Андерс Далвиг, Президент ИКЕА).

8. Распределите следующих стейкхолдеров по классификации И. Фассина: Совет директоров, аудиторы, работники, клиенты, комиссия по безопасности жизнедеятельности, региональная администрация, общество в целом, кредиторы (стейквочеры, стейккиперы, стейкхолдеры)

9. Перечислить особенности КСО в России: кратко выделить основные черты, перечислить тезисно, используя личный опыт и лекции. Не менее 10 тезисов.

10. А. Керолл предложил анализировать стейкхолдеров с помощью матрицы, приведенной в таблице. Заполнить данную таблицу, расписать, какое конкретно влияние имеют заинтересованные стороны на компанию по уровням и указать, какие конкретно интересы по отношению к компании у данных стейкхолдеров.

Матрица заинтересованных сторон корпоративной социальной ответственности

| Заинтересованные стороны | Уровень корпоративной социальной ответственности | | | |
|--------------------------|--|----------|-----------|------------------|
| | Экономический | Правовой | Этический | Филантропический |
| Собственники | | | | |
| Потребители | | | | |
| Работники | | | | |
| Местное сообщество | | | | |
| Конкуренты | | | | |
| Поставщики | | | | |
| Группы активистов | | | | |
| Общество в целом | | | | |

11. Самостоятельно изучите 17 целей устойчивого развития, декларируемые ООН, (<http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/>), подготовьте сообщения по каждой цели и отметьте, как вы лично сможете поспособствовать их достижению.

12. Самостоятельно изучите социальную хартию российского бизнеса и ответьте на следующие вопросы:

- какие основные ценности провозглашены в Хартии?
- для чего компаниям к ней присоединяться?
- все ли компании могут стать участниками Хартии?
- в чём заключается Миссия бизнеса согласно Хартии?
- интересы каких стейкхолдеров прописаны в Хартии?

Общая информация по Хартии:

Социальная хартия российского бизнеса принята Съездом РСПП в 2004 г., новая редакция 2007 г. - принята в 2008 г. Социальная хартия российского бизнеса – это свод основополагающих принципов ответственной деловой практики, в котором прописаны взаимоотношения работника с работодателем, институтами гражданского общества, властными структурами, местным сообществом, обозначены принципы, связанные с экологической безопасностью. К Социальной хартии присоединились организаций (компании,

отраслевые и региональные объединения бизнеса и другие НКО), с общей численностью более шести миллионов работников. Социальная хартия признана организациями бизнеса и соответствует документам, принятым на международном уровне.

13. Вспомнить самые известные социально направленные маркетинговые программы компаний - привести пример.

14. Ситуация: разделитесь на группы, каждая из групп представляет определенную компанию с одним директором. Все компании взаимозависимы и представляют один холдинг. Каждая компания должна выбрать одно приоритетное направление для корпоративной благотворительности подготовить подробное и обоснованное предложение. Через 10 минут директора представят и обсудят свои благотворительные программы. По итогам совещания будет определены 1-2 программы, наиболее приоритетные и целесообразные для всего холдинга (главная цель данных программ соблюдения основную концепцию корпоративной социальной ответственности).

15. Прокомментировать, как компания может использовать инструменты маркетинга в контексте КСО (с примерами). Инструменты маркетинга: качество продукта, ассортимент, цена, репутация, доставка, реклама, услуги, упаковка.

16. Найдите последнюю информацию по индексу DJSI, какие компании вошли в рейтинг? Какая информация публикуется и по какому принципу?

17. Подготовить и разобрать доклады на следующую тематику:

-Некоммерческие организации и КСО;

-Бережливое производство;

- Фандрайзинг;

-Краудфандинг;

-Факторы конкурентного преимущества в системе корпоративной социальной ответственности;

-Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности;

-Поддержка образования и науки как основа формирования интеллектуального и инновационного потенциала;

-Поддержка здравоохранения как необходимость формирования здорового образа жизни и трудового потенциала;

-Поддержка культуры как источник развития культурного потенциала общества.

Задания и требования для выполнения контрольной работы

В соответствии с учебным планом студенты заочного отделения выполняют контрольную работу по дисциплине «КСО», которая является обязательной частью учебного процесса и без успешного написания которой студенты не допускаются к зачету.

Целью контрольной работы является закрепление и углубление знаний в области предпринимательства, поэтому к выполнению контрольной работы студент приступает только после изучения всего материала, что позволит дать правильные и полные ответы на все вопросы.

Объем работы должен составлять 10-15 листов формата А4. Контрольная работа должна содержать следующие разделы: титульный лист, содержание, основная часть, список литературы. Основная часть состоит из двух теоретических вопросов.

Ниже представлены задания на контрольную работу.

Выбор варианта контрольной работы осуществляется в соответствии с шифром зачетной книжки студента. Например, если шифр зачетной книжки ЭФК-27-3, то необходимо выполнять вариант № 3. Если номер шифра превышает 10 (20), то предварительно необходимо вычесть из него число 10 (20), а затем выбрать номер варианта контрольной работы указанным выше способом.

Содержание работы должно быть изложено четко, ясно и грамотным языком. При решении задачи необходимо объяснять выполняемые действия и анализировать результат. В случае цитирования текста следует оформлять ссылки на используемую литературу. Например: «.....(цитата из журнала)» [2, с. 5-7]. Такая ссылка говорит о том, что цитата взята из источника, указанного в списке литературы под № 2; страницы, на которых расположен данный текст, указаны в ссылке.

В конце работы приводится список использованной литературы в алфавитном порядке с указанием автора, названия, места издания, издательства, года издания и страниц.

Контрольная работа должна быть сдана в деканат факультета заочной формы обучения за 10 дней до начала сессии.

При наличии ошибок работа возвращается на доработку. ***Повторная работа рецензируется в том случае, если к ней приложены замечания по ранее выполненной работе.***

ТЕМАТИКА И ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Вариант 1

1. Какую роль играет корпоративная ответственность в современном бизнес сообществе?
2. В чем суть внутренней КСО?
3. Дайте определение этики бизнеса.

Вариант 2

1. Назовите основные подходы к пониманию КСО.
2. Назовите меры социальной защиты сотрудников.
3. Назовите основные этические проблемы деловой жизни.

Вариант 3

1. Какие существуют уровни КСО?
2. В чем заключается сущность развития человеческого капитала в рамках КСО?
3. Где и при каких обстоятельствах сформировалась этика бизнеса?

Вариант 4

1. Каким было самое первое определение КСО? Кто его сформулировал?
2. Назовите виды внутренней КСО?
3. Обоснуйте связь этики бизнеса и КСО.

Вариант 5

1. Как рассматривают ответственность бизнеса неоклассические экономисты?
2. Опишите Модель Рихтера «Стрессоры организации». Объясните ее роль в рамках КСО.
3. Почему необходимо изучать этику бизнеса?

Вариант 6

1. В чем суть трехмерной модели А. Керрола?
2. Что такое «социальные инвестиции»?
3. Дайте определение микроэтики и макроэтики.

Вариант 7

1. В чем разница между «социальной ответственностью» и «социальным реагированием»?
2. Назовите приоритеты КСО на международном уровне.
3. Опишите связь религиозных воззрений и этики бизнеса.

Вариант 8

1. Каковы принципы реализации КСО?
2. Чем регулируется КСО на международном уровне?
3. Дайте характеристику утилитаризму как подходу к бизнес-этике.

Вариант 9

1. Почему возникают многосторонние приоритеты социальной ответственности?
2. Назовите основные проблемы КСО, рассматриваемые в международных стандартах.
3. Охарактеризуйте этику долга.

Вариант 10

1. Чем обусловлена необходимость КСО?
2. Опишите внешнюю КСО.
3. Охарактеризуйте этику справедливости.

Рекомендуемые информационные источники по дисциплине

1. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения / сост. И.В.Федченко: Сиб. гос. ун-т.науки и технологий - Красноярск, 2017. – 107 с.
2. Черепанова Н.В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Н.В.Черепанова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 94 с.
3. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность: учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 248 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496198> (дата обращения: 09.06.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03159-5. – Текст : электронный.
4. Бабич, А. М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий: учебное пособие : [16+] / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков ; Институт мировых цивилизаций. – Москва: Институт мировых цивилизаций, 2018. – 296 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598420> (дата обращения: 09.06.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-6041536-1-1. – Текст: электронный.

Ляпкина Наталья Александровна
Чугунова Ирина Владимировна

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Учебное пособие для студентов всех форм
обучения экономических направлений подготовки

Редактор Е.Ф. Изотова

Подписано к печати 30.12.15. Формат 60x84 1/16.
Усл. печ.л. 2,44. Тираж 40 экз. Зак. 151524. Рег. №154.

Отпечатано в ИТО Рубцовского индустриального института
658207, Рубцовск, ул. Тракторная, 2/б.