

Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ КемГУ

Дата и время: 2025-04-23 00:00:00

471086fad29a3b30e244e728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования**

**«Кемеровский государственный университет»
Новокузнецкий институт (филиал)**

Факультет информатики, математики и экономики

Кафедра экономики и управления

И.Ю. Мельникова

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Методические указания к практическим занятиям
для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент
(всех профили)

Новокузнецк 2019

УДК 378.147.88:[330.131.5:338.242](072)
ББК 74.484(2Рос-4Кем)я73+65.290.2я73
М48

Мельникова И.Ю.

М48 Корпоративная социальная ответственность: метод. указ. к практическим занятиям по дисциплине для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент (все профили), заочной и очной форм обучения/И.Ю. Мельникова; Новокузнец. ин-т (фил.) Кемеров. гос. ун-та. – Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2019. – 34 с.

Приводятся методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» (для направления 38.03.02): контрольные вопросы по теме, кейсы и задания для работы в группе. Методические указания предназначены для студентов заочной и очной форм обучения по направлению 38.03.02 Менеджмент (все профили).

Рекомендовано
на заседании кафедры экономики и
управления
«_25_» марта 2019 года.

Заведующий кафедрой
 Ю. Н. Соина-Кутищева

Утверждено
методической комиссией факультета
информатики, математики и экономики
«_11_» апреля 2019 года.

Председатель методкомиссии ФИМЭ
 Г.Н Бойченко

©Мельникова И.Ю., 2019

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждения высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», Новокузнецкий институт (филиал) 2019

Текст представлен в авторской редакции

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Тема 1. Введение в курс. Основные концепции и подходы к КСО	4
Тема 2. Построение системы управления КСО в организации	7
Тема 3. Корпоративная социальная ответственность и социально- трудовые отношения	11
Тема 4. Социальное инвестирование	13
Тема 5. Межсекторное партнерство	19
Тема 6. Международные стандарты в области КСО	22
Тема 7. Социальный отчет и его независимое подтверждение	27
Тема 8. Опыт управления КСО: передовые практики (США, Европа, Африка, развивающиеся рынки БРИК) и перспективы	30
Примерные темы докладов	33

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» основной образовательной программы бакалавриата является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на базовую (общепрофессиональную) подготовку обучающихся. Изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» направлено на формирование способности находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений. Задачи курса:

- 1) Изучить требования к системам менеджмента социальной ответственности организаций;
- 2) Сформировать у студентов представление о механизмах реализации корпоративной социальной ответственности;
- 3) Освоить методы внедрения систем менеджмента корпоративной социальной ответственности;
- 4) Приобрести навыки интеграции социально значимых аспектов в другие системы менеджмента.

Цель данных методических указаний – дать студентам возможность углубить и закрепить полученные знания, научить их применять их на практике при принятии управленческих решений. Представленные методические указания подготовлены с учётом требований ФГОС ВО и в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Разделы методических указаний сформированы по темам курса и состоят из следующих частей: контрольные вопросы темы, кейсы для обсуждения в группах или индивидуальные задания, список рекомендованной литературы.

Данные методические указания являются инструментом организации работы студентов на практических занятиях. Представленные в методических указаниях контрольные вопросы и задачи для решения могут быть использованы как на практических занятиях, так и для контрольных работ, что позволит оценить уровень сформированности компетенций студента. Основными видами занятий по данной дисциплине являются лекции и практические занятия, что диктует необходимость организационной и информационной поддержки практических занятий и делает актуальным данное издание.

Тема 1. Введение в курс. Основные концепции и подходы к КСО

Контрольные вопросы:

Кому интересна и выгодна корпоративная социальная ответственность (КСО)? Почему в 2000-е годы актуализировалась тема КСО? Условия ведения социально ответственного бизнеса в России. Управление КСО как вид профессиональной управленческой деятельности.

Кейс. Социальная политика на предприятиях Г. Форда

Г. Форд, как один из основоположников научного менеджмента, внес свой существенный вклад в теорию корпоративной социальной ответственности. В частности,

в 1910-е гг. Г. Форд, руководствуясь исключительно экономическими соображениями, решил вовлечь работников своих предприятий в формирование прибыли. Но сделал это оригинально, проводя свою социальную политику. Для участия в прибыли он разделил работников на три категории:

- женатых людей, которые жили со своей семьей и хорошо ее обеспечивали;
- холостых старше 22 лет с явно выраженными хозяйственными привычками;
- молодых мужчин моложе 22 лет и женщин, которые служили единственной опорой для каких-нибудь родственников.

Сопоставив различные экономические показатели, Г. Форд определил, что выделенным категориям работников он может платить зарплату по 5 долларов в день (при средней зарплате 2,5 доллара) при выполнении ими элементов определенного социального поведения. В частности, женатые люди, которые получают повышенную зарплату, должны жить со своими семьями и заботиться о них. Сразу, когда этот план начал действовать право на прибыль было признано за 60% мужчин; этот процент повысился через шесть месяцев до 78%, а через год до 87 %; через полтора года не получал премии всего один процент. Контроль за поведением работников вне производства, которые получали прибавку к зарплате, осуществлял специально созданный Г. Фордом социальный отдел из 50 человек.

Г. Форд считал, что благотворительность вредна для хорошей жизни людей. Каждый человек может себе зарабатывать по мере сил. Он отмечал, что «подавать легко; гораздо труднее сделать подачку не требующейся». По его мнению, профессиональная благотворительность не только бесчувственна - от нее больше вреда, чем помощи. Опыт фордовских предприятий показал, что в хорошо организованной промышленности всегда может быть место для калек, хромых и слепых. Г. Форд отмечал: «Если непрестанно иметь в виду мысль о служении, то в каждой местности работы найдется больше, чем рабочих рук в наличии». С этой целью на своих предприятиях Г. Форд проводил специальную политику по вовлечению инвалидов в трудовой процесс. Выяснилось, что до 40% всех технологических операций по созданию автомобиля может выполняться работниками с разными физическими недостатками - инвалидами, которые относятся к своему делу не хуже полностью здоровых. В связи с этим, с 1914 г. на предприятиях Г. Форда закрепились традиции (она существует и в настоящее время) по приему на работу инвалидов. Ответственность проявлялась в системе здравоохранения и образования. В частности, работники могли лечиться в своей (она имела название «Больница Форда») больнице, но они одновременно и отработывали свое лечение тем, что в перерывах между процедурами выполняли различную мелкую работу (сборка различных реле, отдельных частей автомобиля). Врачебный персонал больницы был подобран таким образом, чтобы больной проходил качественное лечение. Врачи больницы получали повышенную зарплату, но для них было условие: нигде больше не заниматься частной врачебной практикой. В больнице был основной принцип: интересы пациента превыше всего.

Г. Форд содержал специальную гимназию, где обучались дети с 14-15 лет. Кроме того, в 1916 г. была открыта «Промышленная школа Генри Форда» для мальчиков от 12 до 18 лет. Каждый ученик получал при поступлении в школу годовую стипендию и 100 долларов. Постепенно, при удовлетворительных успехах, эта стипендия повышается.

Конечно, Г. Форд готовил, таким образом, квалифицированных работников для своих предприятий. И в этом был его основной экономический интерес.

Таким образом, Г. Форд является первым оригинальным бизнесменом, который придумал и внедрил свой особый вид внутрикорпоративной социальной ответственности.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Опишите основные приоритеты и направления социальной политики на предприятиях Г. Форда.

2. Какие меры социальной политики Форда, по вашему мнению, являются действенными? Какие из них можно применить в современных условиях и почему?

Список рекомендуемых источников

1. Поварич, И.П. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.П. Поварич. — Электрон.дан. — Кемерово :КемГУ, 2013. — 149 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69995>. — Загл. с экрана.
2. Григорян, Е.С. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебник / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70646>. — Загл. с экрана.
3. Ермакова, Ж.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ж.А. Ермакова, И.Н. Корабейников, Р.М. Прытков. — Электрон.дан. — Оренбург : ОГУ, 2016. — 255 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98134>. — Загл. с экрана.
4. Беляева, Ж.С. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ж.С. Беляева. — Электрон.дан. — Екатеринбург :УрФУ, 2013. — 116 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98785>. — Загл. с экрана.
5. Юрасов, И.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / И.А. Юрасов, Е.С. Григорян. — Электрон.дан. — Пенза :ПензГТУ, 2014. — 72 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62607>. — Загл. с экрана
6. Теория и практика корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] : монография / Е.В. Нехода [и др.]. — Электрон.дан. — Томск : ТГУ, 2015. — 340 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/71608>. — Загл. с экрана.
7. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Электронный ресурс] : монография / Ю.Е. Благов. — Электрон.дан. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2011. — 272 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/47494>. — Загл. с экрана.
8. Бакша, Н.В. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Бакша, А.А. Данилюк. — Электрон.дан. — Тюмень : , 2012. — 292 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/109705>. — Загл. с экрана.
9. Покровская, Н.Н. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Н. Покровская. — Электрон.дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2013. — 222 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64068>. — Загл. с экрана.
10. ЛАБАДЖЯН, М.Г. РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. [Электронный ресурс] / М.Г. ЛАБАДЖЯН, А.Ю. КАСПАРОВА. — Электрон.дан. // Вестник Омского университета серия "Экономика". — 2014. — № 2. — С. 52-59. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297490> — Загл. с экрана.
11. ИГУМНОВ, О.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЕНЕЗИСА КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. — Электрон.дан. — 2012. — № 22-1. — С. 74-83. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/288885>. — Загл. с экрана.
12. Михитарова, М.В. ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. // Educatio. — 2015. — № 6(13). — С. 132. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/296473> — Загл. с экрана.
13. Симхович В. А. Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса. Минск, 2011. – 199 с. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. //

Социология. — 2013. — № 4. — С. 138-139. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/294582> — Загл. с экрана.

14. Бикеева, М.В. АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2011. — № 3. — С. 139-150. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/298971> — Загл. с экрана.
15. Г.С.Мерзликина, Политика социальной ответственности корпоративного промышленного бизнеса [Электронный ресурс] / Г.С.Мерзликина, Т.Ю. Грибцова. // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. — Электрон.дан. — 2013. — № 4. — С. 234-240. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/289970>. — Загл. с экрана.
16. В.В.Бондаренко, Корпоративная социальная ответственность. Учебное пособие/В.В.Бондаренко - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование:Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-010231-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/478432>
17. Беляева Ж.С., Корпоративная социальная ответственность Учебное пособие / Беляева Ж.С., - 2-е изд., стер. - М.:Флинта, 2018. - 116 с.: ISBN 978-5-9765-3559-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/966425>
18. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для академического бакалавриата / Э. М. Коротков [и др.] ; под ред. Э. М. Короткова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 429 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07332-4.
19. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность : учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 226 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09589-0.
20. Завьялова, Е. Б. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавриата и магистратуры / Е. Б. Завьялова, Ю. К. Зайцев, Н. В. Студеникин. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 125 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08409-2.
21. Горфинкель, В. Я. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Я. Горфинкель, Н. В. Родионова ; отв. ред. В. Я. Горфинкель, Н. В. Родионова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4010-7.
22. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 338 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03469-1.

Тема 2. Построение системы управления КСО в организации

Контрольные вопросы:

Понятие КСО. Элементы КСО. Корпоративная социальная ответственность и корпоративная ответственность. Корпоративная социальная ответственность и корпоративное гражданство. Корпоративная социальная ответственность и корпоративное управление.

Кейс. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI веке

В конце XX века в мировой экономике произошли изменения, кардинально повлиявшие на стратегию реализации социальной ответственности. Развитие научно-технического прогресса породило принципиально новые отрасли в экономике - бурными темпами стали развиваться информационные технологии, средства коммуникации, биоинженерия, генетика. По-видимому, стоит согласиться с мнением П. Дракера, что именно бизнес сыграл решающую роль в аккумулировании средств на их развитие и стал основным источником накопления капитала. Однако нельзя оправдать бизнес, который во имя накопления капитала на будущее развитие не вкладывает текущих средств в обновление основных фондов, а эксплуатирует их, вызывая тяжёлые социальные последствия. Вспомним пожар, произошедший в Москве 25 мая 2005 г. на подстанции Чагино в Капотне. В результате произошло отключение электроэнергии в нескольких регионах Москвы, Подмосковья, в Рязанской, Калужской и Тульской областях. В Москве было обесточено 12 тыс. зданий, в домах погас свет, отключилась холодная и горячая вода, было обесточено метро и весь транспорт, остановились электрички, 20 тыс. человек застряли в метро, 1,5 тыс. в лифтах, перестала работать мобильная связь. В общей сложности в одной Москве пострадало 5 млн. человек и был нанесён большой материальный ущерб.

С развитием новых инновационных технологий возникли и принципиально новые "социальные угрозы" последствий деятельности бизнеса. Кто мог предполагать ранее, что "спам", заброшенный через Интернет, может вывести из строя компьютеризированную систему, управляющую работой какой-то жизненно важной системы. Да и вообще любой сбой в системах автоматизированного управления приведёт к огромным потерям, человеческим жертвам, нанесёт урон окружающей среде и просто вызовет массу неудобств. Вспомним относительно недавнюю ситуацию в аэропорту Хитроу в Великобритании, когда 27 марта 2008 г. отказала компьютерная система в пятом, только что введённом терминале. В результате было потеряно около 20 тыс. единиц багажа, отменено более 300 запланированных вылетов. Система была восстановлена только 5 апреля, при этом общие потери составили 20 млн. евро, и всё это принесло чудовищные неудобства массе людей.

На изменение стратегии реализации социальной ответственности существенным образом повлияла глобализация. Известно, что все крупнейшие компании мира - многонациональные. В стремлении увеличить собственную прибыль, они стараются переносить производство, особенно так называемое "грязное", в развивающиеся страны с менее регулируемой со стороны государства экономикой, с гораздо более низкой оплатой труда и социальной защищённостью работников, с менее жёсткими стандартами к защите окружающей среды. Это, безусловно, налагает на них требование "быть ответственным гражданином" в среде пребывания бизнеса и иногда принимать участие в осуществляемых там социальных программах, что открытым образом декларируется, пропагандируется и рекламируется. Однако также известно, что корпорации отнюдь не полностью оплачивают вредные последствия своей деятельности. Например, ликвидация последствий для окружающей среды - дорогостоящее мероприятие, но расплачивается за это зачастую общество в целом в месте той или иной экологической катастрофы, а прибыли

корпораций возрастают за счёт социального и экологического благополучия местных жителей.

Кроме того, есть ещё один аспект, связанный с переносом производства в страны с дешёвой рабочей силой. Он касается качества произведённых там товаров. Примером может послужить известный скандал, разразившийся в августе 2007 г. с американской компанией "Маттел" (Mattel). Эта компания - производитель всемирно известных кукол Барби и других пластмассовых игрушек, открыла свой филиал, фирму "Фишер-прайс" (Fisher-Price) в Китае.

Только с мая по август 2007 г. на рынке США было продано 1,5 млн. игрушек этой фирмы. Другая американская компания RC2 - производитель весьма популярных деревянных вагончиков для детских железных дорог также перенесла их производство в Китай. За 1,5 года с января 2005 по июнь 2007 г., была продана масса этих игрушек потребителям. Всё происходило на фоне массовых отзывов китайских игрушек с рынка. В середине июня 2007 г. был объявлен отзыв 1,5 млн. изделий фирмы RC2, 2 августа - массовый отзыв 84 типов игрушек фирмы "Маттел", но настоящий скандал разразился 14 августа, когда компания объявила отзыв 9,6 млн. игрушек, произведённых "Фишер-прайс". Причина всех случаев - одна и та же. В красках, которые использовались в производстве, было превышено максимально допустимое содержание свинца. Кроме того, из некоторых изделий вываливались детали, представляющие опасность для маленьких детей. Факт повышенного содержания свинца был обнаружен не сразу при очередной проверке в лаборатории фирмы "Маттел". После отзыва 14 августа китайский бизнесмен, которому принадлежала одна из местных фабрик, сотрудничавших с "Маттел", покончил жизнь самоубийством прямо в здании фабрики, в США началась бурная дискуссия о том, стоит ли использовать дешёвую рабочую силу.

Индустриализация в менее развитых странах как результат глобализации, рост населения планеты обостряет спрос на ограниченные ресурсы, увеличивает социальное неравенство в мире. В то время как обеспеченные граждане в развитых странах могут позволить себе покупать экологически чистые продукты, массы голодающих в Африке и Азии вынуждены довольствоваться не слишком-то богатой продовольственной помощью.

В конце прошлого столетия и особенно в начале XXI века, по мере того как общество ощущало, что бизнес чужд социальным ценностям неэкономического характера, а потребность в этически ориентированных бизнес-процессах нарастала, усилилось давление на корпорации, чтобы призвать их к повышению социальной ответственности с помощью новых общественных инициатив, законов и нормативных документов. Во многих странах именно профессиональные ассоциации разработали подобного рода документы, которые в дальнейшем были положены в основу национальных, а впоследствии и международных стандартов.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Каковы по вашему мнению сферы влияния бизнеса? Какими могут быть последствия социально безответственного поведения?

2. Выделите группы стейкхолдеров, в отношении которых бизнес должен реализовывать социальные программы и проекты. Систематизируйте свои ответы в виде таблицы.

№	Сферы КСО (заинтересованные стороны)	Направления социальной политики

Список рекомендуемых источников

1. БОРЗАКОВ, Д.В. СОЗДАНИЕ ОБЩЕЙ ЦЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2015. — № 1. — С. 5-12. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297971> — Загл. с экрана.
2. Демкина, К.А. РОЛЬ ПРОФСОЮЗОВ В ПОВЫШЕНИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] // Бизнес-образование в экономике знаний. — Электрон.дан. — 2018. — № 2. — С. 26-28. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/307708>. — Загл. с экрана.
3. Беляева, И.Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПУТЕМ ИНТЕГРАЦИИ В СИСТЕМУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ [Электронный ресурс] / И.Ю. Беляева, М.М. Пухова. // Вестник Самарского государственного экономического университета. — Электрон.дан. — 2016. — № 1. — С. 79-83. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/310001>. — Загл. с экрана.
4. Плотников, А.В. КОНЦЕПЦИИ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Электрон.дан. — 2017. — № 5. — С. 82-97. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302382>. — Загл. с экрана.
5. СКРЯБИНА, Т.А. ИССЛЕДОВАНИЕ РАСПРОСТРАНЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ [Электронный ресурс] / Т.А. СКРЯБИНА, Г.М. КУРОВА. // Труды Костромской государственной сельскохозяйственной академии. — Электрон.дан. — 2015. — № 83. — С. 191-196. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/295369>. — Загл. с экрана.
6. Чмель, С.Ю. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ [Электронный ресурс] // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. — Электрон.дан. — 2011. — № 2. — С. 198-205. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/288848>. — Загл. с экрана.

Тема 3. Корпоративная социальная ответственность и социально-трудовые отношения

Контрольные вопросы:

Возможности, преимущества, «оборотная сторона» и риски КСО. Связь КСО со стратегией развития бизнеса. Определение ключевых вопросов КСО компании. Выявление ключевых «заинтересованных сторон» (стейкхолдеров).

Кейс. Качество трудовой жизни

На Международной конференции в 1972 г., посвященной проблемам социально-трудовых отношений, было введено в оборот понятие «качество трудовой жизни», признанное мировым сообществом. При этом отмечается, что базовым положением в концепции качества трудовой жизни является признание творческого характера личности человека. Главной задачей при разработке этой концепции авторы ставили создание таких условий труда, при которых работник мог бы полностью раскрыть свой личностный потенциал, реализовать все свои профессиональные навыки и творческие возможности, но при этом, не нарушая культурные, национальные, нравственные и бытовые аспекты жизнедеятельности.

При проектировании качества трудовой жизни первостепенным вопросом является создание необходимых условий труда, его охраны и безопасности (в том числе и пожарной безопасности). Этому аспекту уделяет постоянное внимание Международная Организация Труда (МОТ), которая является мировым центром социально-трудового законодательства. В рамках этого аспекта проблемы качества трудовой жизни МОТ разрабатывает широкий круг проблем по организации и охране труда, пожарной безопасности, технике безопасности, разрабатываются механизмы социальной защиты и системы социально-трудовых гарантий. В соответствии с Конституцией РФ (ст. 37) каждый гражданин имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены труда. Это право конкретизировано в ст. 8 Федерального закона от 17 июля 1999 г. «Об основах охраны труда в Российской Федерации». Основные принципы организации охраны труда определены этим законом в ст. 14, 13, в которых изложены вопросы управления охраной труда в объединениях и на предприятиях. При этом ответственность за состояние условий и охраны труда на предприятии возлагается на работодателей. В соответствии с Трудовым Кодексом РФ (ст. 219) работодатель, для реализации своих обязательств по созданию безопасных условий труда, соблюдения прав работников на охрану из здоровья и жизни, обязан выполнить такой комплекс мероприятий:

- проведение предварительных и периодических медицинских осмотров, в соответствии с нормативными актами, утвержденными Министерством здравоохранения России;

- обязательное информирование работников при заключении трудового договора (контракта) о состоянии условий и охраны труда на их рабочих местах, о существующем риске повреждения здоровья, а также о принятых мерах по защите от воздействия вредных и опасных производственных факторов;

- обеспечение безопасности зданий, сооружений, оборудования,
- сырья и материалов, эффективную эксплуатацию средств коллективной и индивидуальной защиты, а также соответствующих требований законодательства об охране труда условий на рабочем месте;
- обучение и инструктаж, проверку знаний по охране труда (ст. 18 Федерального закона № 181-ФЗ);
- обеспечение работников средствами коллективной и индивидуальной защиты (ст.17 Федерального закона № 181-ФЗ);
- расследование несчастных случаев на производстве;
- возмещение вреда, причиненного работникам увечьем, профессиональным заболеванием либо иным повреждением здоровья, связанным с исполнением ими трудовых обязанностей;
- обязательное страхование работников по временной нетрудоспособности вследствие заболевания, а также от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний;
- организация надлежащего санитарно-бытового и лечебно-профилактического обслуживания работников.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Перечислите факторы, определяющие качество трудовой жизни сотрудников.
2. Для конкретного предприятия сформулируйте политику предприятия в отношении качества трудовой жизни.

Список рекомендуемых источников

1. Ю. Е. Благов, Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции; Ю. Е. Благов, Высшая школа менеджмента СПбГУ.— 2-е изд. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с. - ISBN 978-5-9924-0066-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/492721>
2. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров / Григорян Е.С., Юрасов И.А. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.: 60х90 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) (Переплёт) ISBN 978-5-394-02477-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/556394>
3. Корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса: Материалы конференции [Электронный ресурс] : материалы конференции / сост. Завьялова Е.Б., Кондратьев В.Б.. — Электрон.дан. — Москва : МГИМО, 2013. — 383 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65800>. — Загл. с экрана.
4. Булдыгина, Л.М. Формирование имиджа персонала угольных предприятий как направление корпоративной социальной ответственности в системе социальной защиты. [Электронный ресурс] / Л.М. Булдыгина, М.С. Иванов, Т.Н. Мартынова, Н.Н. Равочкин. — Электрон.дан. // Вопросы управления. — 2015. — № 4. — С. 1-10. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297899> — Загл. с экрана.

5. ГОРЮНОВА, Н.Н. СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ОТНОШЕНИИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ. [Электронный ресурс] / Н.Н. ГОРЮНОВА, В.В. ГУЗЫРЬ. — Электрон.дан. // Вестник науки Сибири. — 2015. — № 1. — С. 63-69. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297613> — Загл. с экрана.
6. Луговая, Е.С. Корпоративная социальная ответственность и социальная политика в банковском секторе: особенности и перспективы [Электронный ресурс] // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — Электрон.дан. — 2013. — № 3. — С. 85-88. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290352>. — Загл. с экрана
7. Бугай, Ю.А. ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА НА ЗАНЯТОСТЬ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ [Электронный ресурс] / Ю.А. Бугай, М.Л. Акишина, А.А. Фанненштил. // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — Электрон.дан. — 2015. — № 6. — С. 143-148. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/294461>. — Загл. с экрана.
8. Шевченко, И.Л. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ПРАКТИКЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ НЕФИНАНСОВЫХ ТНК [Электронный ресурс] // Вестник Кемеровского государственного университета. — Электрон.дан. — 2014. — № 4(т.3). — С. 274-279. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/292204>. — Загл. с экрана.
9. Чудинов, О.О. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В АГРОБИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ) [Электронный ресурс] // Вестник АПК Ставрополя. — Электрон.дан. — 2015. — № 4. — С. 356-362. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/303697>. — Загл. с экрана.
10. Т.В.ПОНОМАРЕНКО, Корпоративная социальная ответственность угольной отрасли (практика российских и европейских компаний) [Электронный ресурс] / Т.В.ПОНОМАРЕНКО, Р.ВОЛЬНИК, О.А.МАРИНИНА. // Записки Горного института. — Электрон.дан. — 2016. — № 222. — С. 882-892. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/308392>. — Загл. с экрана.

Тема 4. Социальное инвестирование

Контрольные вопросы:

Понятие «социальные инвестиции». Технологии социального инвестирования. Корпоративные благотворительные фонды. Фонды местных сообществ. Международное и российское законодательство в сфере социального инвестирования.

Кейс. Социально-ответственное инвестирование

Эффективность общественно-значимых проектов на макроуровне можно оценить с помощью индексов.

Назначение социальных фондовых индексов – обеспечить принятие решений в рамках социально ответственного инвестирования, т.е. инвестирования, при котором учитываются не только финансовые, но и этические, экологические и социальные аспекты деятельности компаний. В ряде стран существуют законодательные требования для пенсионных фондов раскрывать информацию о том, как они учитывают социальные и экологические факторы при инвестировании. Подобной политики начали придерживаться

многие саморегулирующиеся организации. В частности, в 2001 году обязательство раскрывать информацию приняли члены Ассоциации британских страховщиков, был учрежден Общеввропейский форум по социально ответственным инвестициям.

Согласно данным Social Investment Forum, в США в 2005 году каждый девятый доллар, находящийся в профессиональном финансовом управлении, инвестировался с учетом показателей социальной ответственности компаний. В целом же на долю социально ответственного инвестирования приходится 11,3% всех инвестиций. Этот вид инвестирования отличается высокими темпами развития и в США, и в Европе. С 1995 по 2006 год в США инвестиции, направляемые в социальные фонды, росли на 40% быстрее, чем инвестиции в традиционные фонды.

При социально ответственном инвестировании отбираются ценные бумаги только тех компаний, которые соответствуют заданным социальным или экологическим критериям. Это трудоемкий процесс, поэтому большинство «этических» инвесторов вкладывает средства через социально ответственные взаимные фонды (Calvert, Domini, Parnassus и др.). Инвестиционные фонды используют специальные индексы для отслеживания и оценки динамики рынка социально ответственных инвестиций, формирования инвестиционных портфелей из акций компаний, которые предварительно оцениваются и включаются в инвестиционную выборку индекса.

Один из самых известных фондовых индексов социальной ответственности – Dow Jones Sustainability Index. Популярен также Domini Social Index (DSI) 400, созданный KLD Research & Analytics. DSI 400 – это взвешенный по капитализации индекс 400 компаний, отобранных с помощью социальных и экологических критериев (выборка близка к S&P 500). К группе KLD принадлежит и Nasdaq Social Index (KLDANS Index), созданный на базе Nasdaq Composite. Еще один известный индекс – FTSE4Good, созданный Financial Times и London School of Economics.

Методика отбора компаний для инвестиционной выборки является типовой, отличаются индексы набором используемых критериев отбора (фильтров). На практике используется около 20 основных фильтров по разным направлениям, например по индустрии деятельности компании – производство табака, алкоголя, оружия, азартные игры, по сферам социальной ответственности – экология, права человека, проведение политики равных прав и возможностей при найме и увольнении, осуществление программ социального инвестирования для местных сообществ и т.д.

Скрининг (отбор) может производиться по принципу исключения (negative screening): из списка возможных объектов для инвестирования полностью или частично исключаются компании, чья продукция или деловая практика противоречит этическим принципам инвестора, например компании, производящие табак, алкоголь и оружие. При проведении негативного скрининга даются рекомендации «инвестировать с ограничениями» (restricted investment), т.е. инвестировать в акции компании строго ограниченную долю активов, а также «не инвестировать» (no investment).

Сегодня все большее распространение приобретает позитивный скрининг (positive screening): ведется целевой поиск бумаг компаний, лучших по экологическим или любым

другим критериям, важным для инвестора. Среди них соблюдение прав человека, проведение политики равных прав и возможностей при найме и увольнении, осуществление программ социального инвестирования на территории местных сообществ и т.д. Положительное решение об инвестировании (positive investment) принимается в первую очередь для тех компаний, которые имеют наилучшие показатели по данным направлениям. Кроме того, набор фильтров, используемых фондом при скрининге, может варьироваться, и некоторые из них могут вообще не использоваться при принятии решений об инвестировании (no screens).

Нефондовые индексы используются для сравнительного позиционирования. Например, индекс корпоративной ответственности (Corporate Philanthropy Index, далее по тексту – CPI), разработанный Walker Information под эгидой Council on Foundations, получен более чем 350 компаниями из США и Канады.

Метод основывается на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных сторон. Максимальная величина индекса социальной ответственности равна 5,0; среднее значение для США и Канады на сегодняшний день – 3,8. Если компании присвоен CPI 4,0 и выше, это является свидетельством высокой социальной ответственности. Индексы отдельных компаний остаются конфиденциальными (если компания не заинтересована в обратном). Кроме числового значения индекса, компания получает следующие данные в результате оценки:

- агрегированное значение индекса социальной ответственности всех компаний, которые на данный момент приняли участие в рейтинге;
- агрегированное значение целевой выборки (по отрасли, региону, размеру и т.д.).

Используя эти данные, компания может определить свое место в ряду других и использовать его для укрепления своего имиджа. Например, фирма N, получившая индекс 3,9 может заявить общественности, что является более социально ответственной, чем большинство американских корпораций (напомним, что среднее значение для США и Канады – 3,8). Компании предоставляют данные по каждому из вопросов исследования, которые выражают отношение групп заинтересованных сторон к ее социальной политике. Сведения представляются в числовом виде (максимальная оценка равна 5,0) или в процентах от всего количества респондентов.

Еще одним примером нефондового индекса является социальный индекс, разработанный Министерством социальной политики Дании в 2000 году (Social Index, далее по тексту – SI). Индекс позволяет измерить степень социальной ответственности компании, в которой приоритетное внимание уделяется кадровой политике, социальным программам и преодолению различных форм дискриминации на рабочем месте. Индекс SI позволяет показать степень ответственности компании по отношению к сотрудникам и «внешним» группам заинтересованных сторон. Он рассчитывается на основании опроса сотрудников компании по стандартизированному вопроснику (результат – численное значение от 0 до 100). Результаты верифицируются «внешним» инспектором, и компании, у которых значение индекса превышает 60, получают право размещать специальный знак социально ответственной компании (social responsibility logo) на упаковке, в годовом отчете и т.д.

Таким образом, оценка эффективности социально-значимых проектов на макроуровне определяется степенью участия национальных компаний в этих проектах.

Аналогичным образом можно оценивать эффективность участия региональных компаний на мезо уровне. При этом должна существовать открытая конкурсная система размещения таких проектов в регионах. Объектом оценки могут стать, с одной стороны, возможности компании по их осуществлению, а с другой – последствия их реализации для региона.

Значительно сложнее оценить участие в социально-значимых проектах в рамках отдельной компании.

Российские эмпирические и теоретические исследования проблем социальной ответственности в наименьшей степени коснулись оценки влияния корпоративных социальных и экологических программ на основную деятельность компании, а также измерения величины бизнес - эффекта от социальной ответственности, и, в частности, от социального инвестирования.

Предметом исследований в последние годы стали мотивы и направления благотворительной деятельности бизнеса, формы корпоративной благотворительности, структура и, реже, объемы благотворительных средств, вопросы реализации социального партнерства. Изучались также факторы формирования и барьеры развития корпоративной социальной ответственности, причины несовпадения интересов бизнеса и общества. Данные исследования инициировались, как правило, некоммерческими организациями. Эта своеобразная «диагностика» бизнеса позволила им понять, чем руководствуется бизнес, к кому обращаться с предложениями, как строить взаимовыгодные отношения с бизнесом.

Исследования выявили три основных показателя оценки бизнес-эффекта, связанных с участием компании в благотворительных программах: показатель окупаемости инвестиций, направленных в благотворительные программы (return on investment), показатель эффективности благотворительной помощи по сравнению с эффективностью других, не благотворительных, средств – реклама, стимулирование продаж и т.д. (efficiency measurement) и показатель процесса реализации благотворительных программ (process measurement).

Остановимся на двух. Показатель эффективности позволяет сделать вывод, например, о том, «более» или «менее» эффективна благотворительная деятельность по сравнению с другими, не благотворительными, средствами – рекламой, стимулированием продаж и т.д., но не предназначен предоставлять конкретную количественную величину.

Показатель процесса реализации благотворительных программ показывает наличие или отсутствие связи между благотворительностью и показателями основной деятельности компании, но не показывает ее количественное выражение. Зависимость между социальными и благотворительными программами и повышением показателей основной деятельности может быть описана в виде случаев (case studies), характеризующих ситуацию и объясняющих, что было достигнуто в результате реализации благотворительных программ и что не могло бы быть достигнуто, если бы благотворительные программы не были реализованы.

В большинстве случаев придать количественное значение показателю эффективности и показателю процесса невозможно. Однако для количественной интерпретации этих показателей можно использовать методы экспертной оценки, в ходе которых эксперты присваивают ряду заданных индикаторов значения в баллах, и на их основании затем рассчитывается рейтинг. Этот метод может быть успешно использован при анализе заинтересованных сторон. Анализ заинтересованных сторон основывается на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных лиц – акционерами, сотрудниками, потребителями, то есть теми, от кого напрямую зависит процветание и результаты основной деятельности компании.

Оценить эффективность самих социально-значимых проектов можно через результаты, полученные в ходе их реализации и, как мы уже отмечали, это можно сделать с помощью ИЧР. Сложнее рассчитать эффективность участия бизнеса в социальном инвестировании, так как эта деятельность не должна снижать экономическую эффективность всего предприятия.

Думается, что здесь должны быть разработаны не универсальные, а отраслевые показатели, поскольку в различных отраслях разная средняя норма рентабельности предприятия. При этом, должно отдельно оцениваться участие компании в реализации социально-значимых экономических проектах (внедрение новых экологически безопасных технологий) и «чистые» социальные инвестиции (ремонт учреждения здравоохранения). Первые – финансируются за счет собственных и заемных средств и рассматриваются как бизнес - проекты; вторые – как непосредственное вложение части прибыли в человеческое развитие, не приносящее инвесторам прямого экономического эффекта.

Исследование показало, что на протяжении 10 лет у компаний, реализующих концепцию социальной ответственности, финансовые показатели были выше, чем у социально не ответственных компаний, а именно: доход на инвестированный капитал – выше на 9,8%, доход с активов – на 3,55%, доход с продаж – на 2,79%, прибыль – на 63,5%.

Исследование консалтинговой компании Towers Perrin проводилось в 1999 году по двум выборкам – социально ответственных компаний и не социально ответственных. Было выделено 25 социально ответственных компаний – на основании того, как они строят отношения с наиболее важными группами заинтересованных лиц: инвесторами, потребителями, сотрудниками, поставщиками представителями местных сообществ. В эту группу социально ответственных компаний вошли Coca-Cola, Jonson&Jonson, Procter&Gamble, General Electric и другие. Исследование проводилось как на основе внутренних данных компаний, так и на основе внешних данных, предоставляемых Fortune (рейтинг ста лучших компаний в Америке), и данных Standards&Poors 500 (количественные индикаторы, на основе которых прогнозируется стоимость акций).

Исследование показало, что по анализируемой выборке на протяжении 15 лет доход акционеров социально ответственных компаний был в 2 раза выше среднего (соответственно 43% и 19%). Social Investment Forum основывает свою деятельность на принципах социально ответственного инвестирования, то есть такого инвестиционного процесса, который при финансовом анализе наряду с другими факторами учитывает

социальные и экологические аспекты деятельности компании. Этот процесс также включает выявление наиболее социально ответственных компаний.

Отчет о тенденциях социально ответственного инвестирования за 2001 год дал основание говорить о некоторых интересных фактах. Так, концепция социально ответственного инвестирования определяет выбор акционерами социально ответственной компании: в США на решение об инвестировании каждого восьмого доллара влияет уровень социальной ответственности компании. А величина активов компаний, признанных социально ответственными инвесторами и подвергающихся добровольному социальному аудиту, в 1995 – 2001 гг. увеличилась с \$639 до \$2,340 миллиардов долларов соответственно.

Такой существенный рост социально-ответственных инвестиций всего за пять лет в крупнейшей стране мира свидетельствует, во-первых, о выгоде социального инвестирования для бизнеса; во-вторых, о том, что институт социального инвестирования как неотъемлемая черта бизнеса 3-го тысячелетия уже сложился; в-третьих, Россия не может ждать 100 лет, пока этот процесс сформируется естественным путем: государство должно активно формировать такие условия хозяйствования, чтобы институт социального инвестирования в РФ сложился как можно быстрее. Это поможет в кратчайшие сроки решить в стране как экономические, так и социальные проблемы.

Мировой опыт показывает, что осознание благотворительности как дополнительного ресурса развития бизнеса приводит к росту количества компаний, заинтересованных в участии в жизни общества, и, соответственно, к росту инвестиций бизнеса в социальную сферу. В России продвижение идеи получения от корпоративной благотворительности практической пользы может, без сомнения, стать таким важным элементом мотивации участия бизнеса в социальной сфере.

Таким образом, мы можем отметить, что при отсутствии единой универсальной методики оценки участия бизнеса в социально-значимых проектах, есть все же общее обстоятельство, не зависящее от национальной принадлежности бизнеса или его отраслевых признаков: это отнесение его к социально ответственному. Следовательно, такие показатели как доля социально-ответственных проектов в общей инвестиционной деятельности предприятия, а также процент от чистой прибыли предприятий, направляемый на человеческое развитие, вполне могут служить основой для разработки отраслевых методик оценки эффективности участия бизнеса в социальном инвестировании.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Охарактеризуйте понятие «социально-ответственное инвестирование».
2. Какие количественные показатели могут быть использованы для оценки эффективности участия компании в благотворительных программах? Может ли эффект отсрочен во времени относительно сроков реализации социальных проектов? Аргументируйте свой ответ.

Список рекомендуемых источников

1. Корпоративная социальная ответственность как фактор социально-экономического развития региона [Электронный ресурс]: монография / О.Н. Бородина [и др.] ; под ред. Лапиной Т.А.. — Электрон.дан. — Омск :ОмГУ, 2016. — 130 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/89987>. — Загл. с экрана.
2. Курлыкова, А.В. КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ГРАДООБРАЗУЮЩИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ [Электронный ресурс] / А.В. Курлыкова, Т.В. Бегун. // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — Электрон.дан. — 2016. — № 5. — С. 34-38. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300526>. — Загл. с экрана.
3. ОБЩЕСТВЕННО-СОЦИАЛЬНЫЙ ОБРАЗ КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. — 2016. — № 9. — С. 73-82. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/299895> — Загл. с экрана.
4. Цей, С.А. Корпоративная социальная ответственность - путь к устойчивому развитию [Электронный ресурс] // Новые технологии. — Электрон.дан. — 2010. — № 2. — С. 127-132. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/291433>. — Загл. с экрана.
5. ПЕТУХОВ, К.А. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА. [Электронный ресурс] / К.А. ПЕТУХОВ, И.А. ГЕРМАНОВ. — Электрон.дан. // Вестник Омского университета серия "Экономика". — 2015. — № 3. — С. 302-306. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297491> — Загл. с экрана.
6. Цей, С.А. Социальные инвестиции как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса [Электронный ресурс] // Новые технологии. — Электрон.дан. — 2010. — № 2. — С. 133-137. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/291433>. — Загл. с экрана.

Тема 5. Межсекторное партнерство

Контрольные вопросы:

Взаимодействие государства, бизнеса и общества: как достичь консенсуса и баланса интересов? Модели взаимодействия бизнеса и власти, сложившиеся в российской практике.

Кейс. Стратегия сотрудничества – основа корпоративного управления.

В XXI веке национальные организации по стандартизации некоторых стран разработали стандарты по социальной ответственности. В Европе такие стандарты существуют в Австрии, Франции, Великобритании, на американском континенте - в Канаде, Мексике, Бразилии, среди азиатских стран такой стандарт существует в Таиланде. Есть подобный документ в Израиле.

Все они имеют название "Корпоративная социальная ответственность" - КСО (Corporate Social Responsibility). Перечислим некоторые из них.

В мае 2004 г. Австрийский институт стандартов издал руководство ON-V 23 "Корпоративная социальная ответственность". Этот весьма объёмный документ,

насчитывающий 97 страниц, получил распространение в немецкоязычных странах Европы. Австрийское руководство содержит практические рекомендации по преобразованию системы менеджмента предприятия с тем, чтобы на добровольной основе интегрировать в его деятельность социальные и экологические аспекты.

В конце 2004 г. Бразильская ассоциация по техническим нормам издала стандарт ABNT NBR 16001 - 2004 "Социальная ответственность. Система менеджмента. Требования". КСО также описывается как система менеджмента.

В июне 2004 г. Ассоциация по стандартам Канады издала документ CSA PLUS 9018 "Руководство по корпоративной социальной ответственности". В нем также описывается подход к КСО как к системе менеджмента.

В 2003 г. Французская ассоциация по стандартизации опубликовала документ "Устойчивое развитие. Корпоративная социальная ответственность. Руководство для учёта устойчивого развития в стратегии и менеджменте предприятия". Концепция КСО описана как добровольная интеграция социальных аспектов предприятий в их коммерческие действия и отношения со всеми заинтересованными сторонами.

В июне 2003 г. организация Стандарты Австралии (Standards Australia) опубликовала национальный стандарт AS 8003 - 2003 "Корпоративное управление. Корпоративная социальная ответственность". Согласно этому стандарту, КСО - это "механизм, позволяющий организациям добровольно интегрировать их социальную и экологическую деятельность в существующие операции и обеспечить взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами, выходящее за рамки юридических обязанностей" (п. 1.4.1).

Настоящий стандарт входит в серию австралийских стандартов по различным аспектам корпоративного управления.

Все эти стандарты не носят обязательного характера и относятся к разряду добровольных, корпорации внедряют их для того, чтобы убедить общество в том, что они делают всё необходимое, чтобы быть ответственными за результаты своей деятельности. Характерно, что почти все стандарты устанавливают требования именно к системе управления корпорациями.

Именно национальные стандарты положены в основу разрабатываемого в настоящее время стандарта ИСО 26000. В январе 2005 г. Международная организация по стандартизации (ИСО) создала рабочую группу, чтобы разработать документ ИСО-26000 - Руководство по социальной ответственности, предназначенный для организаций любого размера во всех странах вне зависимости от уровня их экономического развития. В группе соблюдены балансы интересов. В неё вошли представители шести категорий заинтересованных сторон: промышленности, правительства, потребителей, неправительственных организаций, а также рабочие. В группе есть и женщины, и мужчины (гендерный баланс), в её состав вошли граждане разных стран (географический баланс).

В России к этому документу проявляют большой интерес. Рабочая группа издала брошюру, объясняющую содержание стандарта, она переведена на русский язык и опубликована на веб-сайте Российского союза промышленников и предпринимателей в разделе "Корпоративная социальная ответственность". Это свидетельствует об интересе, проявляемом российским бизнесом к данной проблеме.

Анализ нормативных документов показывает, что современная концепция корпоративной социальной ответственности предусматривает:

- * защиту гражданских прав человека;
- * обеспечение надлежащих условий труда работников, включая охрану здоровья и соблюдение техники безопасности;
- * пресечение нечестных приёмов ведения бизнеса;
- * надлежащее управление организацией;
- * защиту окружающей среды;

- * решение проблем потребителей и возникающих вопросов на рынках сбыта;
- * вовлечение жителей местных сообществ в решение проблем социального характера;

- * вопросы социального развития внутри организации и в месте её расположения.

Социальная ответственность распространяется практически на всю деятельность организации, включая:

- производство продукции и оказание услуг;
- упаковку и этикетирование;
- маркетинг и рекламу;
- практику сбыта и торговли;
- ценообразование;
- каналы распределения продукции и услуг.

Организационно структуры, осуществляющие политику социальной ответственности в зарубежных компаниях, могут располагаться в разных подразделениях: в отделах развития бизнеса, отношения с общественностью, в подразделениях, имеющих дело с человеческими ресурсами. Это также может быть самостоятельное подразделение, непосредственно подчиняющееся высшему исполнительному директору или совету директоров. С точки зрения терминологии деятельность по социальной ответственности, помимо данного термина, может указываться под такими названиями, как влияние на заинтересованные стороны (stakeholder impacts), благотворительная деятельность (charitable efforts), добровольная деятельность (volunteering) и т. д.

Социально ответственные компании понимают, что их репутация может быть мгновенно разрушена в случае коррупционного скандала или же инцидентов, связанных с загрязнением окружающей среды. Эти события вызывают последствия в виде подачи исков в суд, привлекают внимание со стороны регулирующих органов, а также правительственных чиновников и прессы.

Поэтому, компании, реализующие стратегию социальной ответственности, в результате выигрывают в конкурентной борьбе на мировых рынках, поскольку:

- уменьшается количество исков, и они реже привлекаются к судебной ответственности;
- поддерживается имидж своей торговой марки;
- повышается степень удовлетворенности потребителей;
- уменьшается текучесть кадров и число прогулов, увеличивается способность сохранять высококвалифицированный кадровый состав;
- сохраняются лояльные работники, испытывающие гордость за работу в своей компании.

Хотя и не принято говорить о доходах высших менеджеров, тем не менее, общепринятые нормы хорошо известны. Корпорации стараются не привлекать внимания прессы к неоправданно высоким прибылям или же неоправданно высоким зарплатам у членов совета директоров. Американский деловой журнал "Бизнес уик" ежегодно ранжирует американские корпорации и публикует результаты под названием: "Худшие и лучшие советы директоров в американских корпорациях".

В организациях, социально ответственных за результаты своей работы, понимающих, что они обязаны действовать с учетом "всех заинтересованных сторон", чрезвычайную важность приобретают такие понятия, как "партнёрство", стратегия, построенная на том, что "выигрывает каждый" ("win-win" или "green-green" strategy). Все это становится элементами внутренней культуры организации, её климата, назначения, миссии, политики. Как справедливо подчеркивают Джозеф Прокопенко и Клаус Норт, редакторы книги: "Повышение эффективности и качества: концепции, процессы и методы": "для будущего успеха требуется не просто сотрудничество, а настоящее объединение с нашими партнёрами для содействия эффективному, рентабельному, экологически приемлемому и гуманистически ориентированному развитию"

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Для конкретного предприятия определите сферы корпоративной социальной ответственности.
2. Сформулируйте принципы стратегии сотрудничества ("win-win" strategy).

Список рекомендуемых источников

1. Толоконникова, А.А. Роль корпоративной социальной ответственности в развитии экономики России. Реализация программ российскими предприятиями [Электронный ресурс] // Вестник Гуманитарного университета. — Электрон.дан. — 2013. — № 3. — С. 66-73. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/289734>. — Загл. с экрана.
2. Ховаев, С.Ю. ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ И КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ФИРМ [Электронный ресурс] / С.Ю. Ховаев, А.Д. Кожевников. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Электрон.дан. — 2016. — № 1. — С. 312-318. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302350>. — Загл. с экрана.

Тема 6. Международные стандарты в области КСО

Контрольные вопросы:

Международный стандарт ISO 26000 «руководство по социальной ответственности». Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI. Серия стандартов ACCOUNTABILITY (aа1000). Глобальный договор ООН. Финансовая инициатива программы ООН по окружающей среде. Принципы экватора. Социальная хартия российского бизнеса.

Кейс. Привлекательность работы по КСО и устойчивому развитию для российских компаний

Какова конкретная практическая польза от разработки корпоративных отчетов по КСО (устойчивому развитию) и попадания в списки индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию? В первую очередь повышение корпоративного имиджа, что в современной экономике бывает даже важнее роста текущих финансовых результатов. Включение даже в общие списки индекса (на основе соответствия общим и отраслевым показателям «устойчивого развития») ведет к прямой финансовой выгоде: для портфельных инвесторов этот индекс среди наиболее важных. Вышеизложенное пока, к сожалению, не имеет прямого отношения к российским компаниям. Наших компаний нет в списках «устойчиво развивающихся», а тем более в общемировом и европейском списках индекса Доу-Джонса. В основном это связано с тем, что российский бизнес не вырос до уровня понимания всего спектра своей социальной ответственности, в том числе в области экологии. Он предпочитает, например, платить штрафы за загрязнение окружающей среды, а не внедрять передовые (часто дорогостоящие) очистные технологии. Со стороны государства как на федеральном, так и на местном уровнях мониторинг негативного воздействия предприятий на окружающую среду, а также последовательная экологическая политика проводятся крайне слабо и неэффективно. Объяснений этому много: отсутствие независимого федерального органа по охране окружающей среды, недостаточное финансирование природоохраны, крайне слабая информированность и

заинтересованность общественности в экологических проблемах страны. Для определенной части российского бизнеса, в основном крупного акционированного, внедрение корпоративной социальной ответственности по международным стандартам может стать крупным шагом вперед и приведет к существенному росту капитализации. Пора начинать это движение, иначе разрыв в уровне корпоративного управления по сравнению с развитыми странами будет увеличиваться. Государственные структуры должны поддерживать такое движение российских компаний, ведь очевидно: страна не может быть «устойчиво развивающейся», если в ней нет «устойчиво развивающегося» бизнеса, частного и государственного. Правда, для этого очень важно, чтобы лозунговая эйфория экономического роста сменилась взвешенным государственным подходом к оценке экологической и социальной «цены» такого роста.

Деятельность по КСО — сложная работа, требующая от компаний существенной концептуально-стратегической и организационной перестройки, а также вложений, в первую очередь в специалистов в этих областях, разработку корпоративных планов «устойчивого развития» и корпоративных отчетов о социальной ответственности, а также в специальные PR-мероприятия: проведение переговоров и обмен опытом на общемировом, европейском и национальном уровнях, презентации компаний за рубежом. Рост капитализации и международного имиджа компании безусловно окупят эти вложения в случае успеха.

Ведущие компании и корпорации мира отчитываются по GRI — это эффективно. К тому же и новый инвестиционный индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию рассчитывается именно на основе показателей, сходных с GRI.

Следует внедрять эти «мягкие» стандарты — ведь они унифицированы и понятны всему развитому миру, а также всем лидерам «третьего мира» — Бразилии, Аргентине, Чили, Южной Кореи, ЮАР. На уровне отдельных показателей результативности (экономических, экологических и социальных) что-то добавлять, безусловно, можно.

В течение последнего года 15—20 крупных российских компаний заявили, что они начинают внедрять управление КСО и социальную отчетность с «использованием элементов» мировых стандартов в этой области. Среди пионеров ГМК «Норильский никель», ОАО «ЛУКОЙЛ», ФК «УРАЛСИБ», компания РУСАЛ, ОАО «Северсталь», АФК «Система», группа СУАЛ, ОАО «ММК», АКБ «Росбанк» и Тольяттинский «ФИА-БАНК», ОАО «РКС». Но они лишь в самом начале пути. Переход от простых социальных отчетов к отчетам по КСО и устойчивому развитию — это сложный и достаточно длительный процесс, особенно, учитывая неразвитость российского фондового рынка и сознательную закрытость большинства российских компаний, в том числе крупнейших государственных. Лишь одна «российская» компания — «БАТ-Россия» — второй год подряд отчитывается в этой области в соответствии с AA1000 и показателями результативности GRI.

Помимо активного использования инвестиционного индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию в последние годы составляются также общемировые рейтинги компаний по их нефинансовым отчетам. Рейтинг, подготовленный в ноябре 2004 года Программой ООН по окружающей среде и консалтинговой фирмой «SustainAbility», выступившей в партнерстве со «Standard & Poor's» (S&P), присудил первые три места британской Cooperative Financial Service (CFS), датской компании Novo Nordisk и британскому гиганту BP.

За последние два года в России возрастает интерес к КСО. Это связано как с политическими причинами, так и с заинтересованностью бизнеса найти новый общий язык с властью всех уровней и обществом, повысив таким образом свою устойчивость. Власть поддерживает эту деятельность, справедливо полагая, что прогрессивная часть российского бизнеса поможет решить хотя бы часть острейших социальных проблем. В то же время наблюдается разноголосица понимания в области КСО.

Анализ экономического и социального положения в стране показывает, что настало время внедрения соответствующей отчетности бизнеса при поддержке и координации государственной властью. Развитие КСО должно сыграть положительную роль в расширении международного сотрудничества РФ.

В настоящее время у бизнес-сообщества, властных структур и СМИ существуют два подхода к КСО. Узкое понимание КСО представляет перечень социальных проектов и программ, осуществляемых российским бизнесом по развитию собственного персонала, а также помощи наименее обеспеченным и проблемным группам населения на благотворительной основе. В этом случае КСО отражается в форме традиционных социальных разделов корпоративных отчетов либо в форме социальных отчетов компаний.

Комплексный подход, фактически не получивший развития в РФ, предполагает КСО в форме отчетов по корпоративной социальной ответственности или по устойчивому развитию в соответствии с международными стандартами и рекомендациями. РФ активно поддержала стремление стран к устойчивому развитию в международном понимании этого термина. Важным условием успеха в этой области является принцип добровольности отчетности бизнеса по КСО в условиях моральной мотивации и косвенного регулирования со стороны законодательной и исполнительной власти. Государственный подход заключается во всемерной поддержке практики отчетности по КСО российского бизнеса, выработке соответствующих правительственных рекомендаций и регулярном диалоге власти и бизнеса об основных направлениях и содержании КСО. При этом вопрос о социальной ответственности самих органов власти, в первую очередь исполнительных, также является актуальной и острой проблемой (роль и ответственность социального государства декларирована статьей 7 п.1 Конституции РФ). При активной поддержке практики добровольного и эффективного объединения ресурсов государства и бизнеса для решения отдельных социальных и экологических проблем, отчетность и законодательная ответственность бизнеса и власти не должны смешиваться, а тем более перекладываться друг на друга.

Концептуальные направления развития КСО в России требуют их скорейшего обсуждения и развития на федеральном, региональном и местном уровнях власти. Речь идет пусть о запоздалом, но весьма актуальном внедрении КСО как современной формы социального партнерства в гражданском обществе.

Современное состояние России требует активного внедрения КСО как современной формы социального партнерства и поддержки наиболее нуждающихся групп населения. В обществе должна быть создана атмосфера высокой требовательности и ответственности бизнеса к собственному персоналу и нуждам страны. Одновременно власть должна сама подавать примеры роста своей социальной ответственности, предусмотренной российской Конституцией и законодательством. Следует разработать единое понимание понятий социальной ответственности бизнеса и социальной ответственности власти, а также социальной благотворительности.

КСО крупного и среднего бизнеса следует осуществлять с использованием комплексного подхода в соответствии с международными стандартами по устойчивому развитию по трем группам показателей: экономика, экологическая политика и социальная политика. При этом под экономикой компаний понимаются капитальные вложения и мероприятия внедрения современных технологий, улучшающих потребительские свойства и социальную значимость производимых товаров и услуг, а также финансовые затраты на специальное оборудование по развитию экологии производства и его безопасности. Экологическая политика подразумевает вложения и мероприятия компаний, направленные на снижение негативного воздействия производства на окружающую среду, а также благотворительные цели экологического характера местного и общенационального масштаба. Социальная политика включает вложения и мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения.

Для отражения КСО малый бизнес может использовать узкий подход по социальной отчетности в форме перечня мероприятий и проектов по развитию собственного персонала и поддержки местного социального развития.

Отчетность по КСО в его комплексном варианте следует рассматривать как прогрессивную форму стратегического менеджмента и корпоративной культуры, как важнейший инструмент капитализации и развития деловой репутации российских компаний. Использование отчетности по международным стандартам представляется наиболее целесообразным в условиях активизации выхода российского бизнеса на международные фондовые рынки. Опыт и практика внедрения международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) в России показывают, что любые промежуточные (смешанные) варианты отчетности лишь затягивают процессы рационализации управления в российском бизнесе и его скорейшей интеграции в мировую экономику. Одновременно внедрение российскими компаниями отчетности в соответствии с международными стандартами существенно повысит их конкурентоспособность на международных рынках.

Отчетность по КСО и устойчивому развитию должна внедряться на принципах добровольности, государственной сознательности и социальной ориентированности бизнеса. При этом государственные органы власти, в первую очередь профильные федеральные министерства, а также исполнительные органы на местах, должны активно поддерживать КСО, развивать новые формы социального партнерства и проводить регулярные встречи для выработки соответствующих рекомендаций для бизнеса, постепенно превращая эту деятельность в естественный признак респектабельности российского бизнеса. Властным структурам всех уровней следует активно поддерживать КСО именно как комплексную систему, стимулирующую планомерные социальные инвестиции бизнеса.

Законодательным и исполнительным органам власти целесообразно совместно с представителями бизнеса и его ассоциациями, а также профильными некоммерческими организациями изучать и развивать законодательные аспекты поддержки и стимулирования КСО бизнеса, включая корпоративную благотворительность. Эта работа должна строиться на постоянной основе в форме диалога и постепенного развития и уточнения на ежегодных общероссийских форумах по КСО (помимо рабочих конференций, семинаров, «круглых столов».) Законодательное введение обязательной социальной отчетности в России может лишь разрушить наметившийся конструктивный характер КСО, превратив ее в еще один инструмент административного давления на бизнес.

Следует активно поддерживать международный обмен опытом в области КСО, привлекая к этой работе сами компании (менеджмент и профсоюзы). Стоит обратить особое внимание на широкую пропаганду идей и положительной практики КСО среди населения РФ.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Охарактеризуйте понятие «комплексный подход к реализации концепции устойчивого развития».
2. Какие международные стандарты отчетности по КСО известны?
3. Какова роль органов власти и международных организаций в развитии и распространении идей КСО?

Список рекомендуемых источников

1. Корпоративная социальная ответственность: Учебное пособие /под ред. В.В.Бондаренко - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=478432>
2. Захаров, Н.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. - 2 изд., доп. и перераб. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2013-208с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398723>
3. Бочарова, И. Ю. Корпоративное управление: Учебник / И.Ю. Бочарова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390006#>

Тема 7. Социальный отчет и его независимое подтверждение

Контрольные вопросы:

Основные этапы развития представления нефинансовой информации. Подходы к раскрытию нефинансовой информации. Формы представления социальных отчетов.

Задание 1. На основе изучения политики в области устойчивого развития и отчета об устойчивом развитии компании изучите следующие положения:

- 1 Стратегические цели предприятия
- 2 Цели Кодекса корпоративной социальной ответственности
- 3 Основные принципы корпоративной социальной ответственности
- 4 Взаимодействие с заинтересованными сторонами
- 5 Приоритеты в сфере КСО

Как деятельность компании в сфере КСО связана со стратегическими и ориентирами и приоритетами? Приведите примеры.

Задание 2. Исследования, проведенные Councilon Foundations (США), подтверждают интересные количественные зависимости. По полученным данным 95% покупателей и клиентов компании, ведущей активную благотворительность, готовы продолжить сотрудничество с компанией, а среди клиентов, давших низкую оценку благотворительной активности компании, только 66% предполагают вести с ней бизнес дальше. Рекомендовать услуги компании другим лицам готовы 88% клиентов, высоко оценивающих благотворительность компании, и 56% тех, кто оценивает ее низко.

Среди клиентов, которые впервые имели дело с компанией, 80% высоко оценивающих ее благотворительный имидж подтвердили желание повторно воспользоваться ее услугами, в то время как у компании с низкой социальной активностью это число составляет всего лишь 46%.

Используя информацию из отчета об устойчивом развитии предприятия, предложить комплекс мероприятий по формированию имиджа социально ответственной компании.

Кейс. Раскрытие информации в области социальной и экологической ответственности

Качество управления во многом зависит и от корпоративной социальной ответственности бизнеса (КСО), и от уровня раскрытия информации. Как эксперты оценивают эти параметры российских компаний по сравнению с развивающимися странами?

В международной практике для оценки уровня корпоративного управления широко используются рейтинги корпоративного управления (КУ). А вот методики оценки уровня КСО, устойчивости компаний менее известны. Например, одна из них - методика швейцарского агентства SAM (Sustainable Asset Management) по инвестициям в устойчивое развитие - позволяет провести сравнительный анализ показателей компаний в области их социальной и экологической ответственности.

Национальный совет по корпоративному управлению (НСКУ) и Российский институт директоров (РИД) также периодически публикуют результаты проводимых ими исследований по оценке качества КУ российских компаний. Например, НСКУ, начиная с 2008 г., издает "Национальный доклад по корпоративному управлению", а РИД с 2004 г. присваивает Национальный рейтинг корпоративного управления (НРКУ). Для оценки корпоративного управления по методике НРКУ разработано более ста показателей деятельности компаний по четырем основным группам:

- * права акционеров;
- * деятельность органов управления и контроля;
- * раскрытие информации и соблюдение интересов иных заинтересованных лиц (стейкхолдеров);
- * корпоративная социальная ответственность.

Итоговый рейтинг присваивается на основе оценок этих групп показателей с учетом присвоенных им весов.

При этом используются данные, предоставленные самими компаниями, а также публично доступная информация - сайт компании, годовой и нефинансовый (при наличии) отчет компании, материалы СМИ и информационных агентств, уполномоченных ФСФР России. КСО согласно этой методике оценивается:

- * по наличию в АО утвержденных политик КСО в отношении ключевых групп стейкхолдеров;
- * наличию свода правил корпоративной этики (этический кодекс) общества;
- * КСО в отношении сотрудников общества и членов их семей;
- * КСО в отношении населения по месту деятельности общества;
- * политике КСО по отношению к окружающей среде, конкурентам и контрагентам общества;
- * подготовке обществом социальной отчетности;
- * урегулированию корпоративных конфликтов.

Таблица - Результаты анализа раскрытия информации российскими компаниями в категории "КСО"

Показатели категории "КСО и соблюдение законодательства и правил компании"	Доля компаний, раскрывающих информацию по этому показателю, %
Социальная и экологическая политика, результаты деятельности в этих сферах	90
Механизмы защиты прав других заинтересованных лиц	71
Влияние социальной и экологической политики на устойчивое развитие компании	44
Наличие Кодекса этики для работников компании	31
Наличие Кодекса этики для членов совета директоров и предусмотренные изъятия из его норм	22
Политика по защите "информаторов" (работников, сообщающих о нарушениях и злоупотреблениях)	17
Наличие в совете директоров (СД) членов, избранных работниками компании	0

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Определите основные информационные потребности ключевых групп заинтересованных сторон в качестве пользователей социальной отчетности и те цели, для которых они ее используют.
2. Предложите комплекс мер по повышению прозрачности информации о компании для заинтересованных сторон. Используйте все известные вам методы и каналы коммуникаций. Сформулируйте ожидаемые результаты в результате реализации данного комплекса мер.

Список рекомендуемых источников

1. Акимкин, В.П. МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР С УЧЕТОМ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ [Электронный ресурс] // Вестник ОрелГИЭТ. — Электрон.дан. — 2014. — № 4. — С. 11-16. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300929>. — Загл. с экрана.
2. МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ [Электронный ресурс] / Е.А. Разумовская [и др.]. // Вестник Самарского государственного экономического университета. — Электрон.дан. — 2017. — № 5. — С. 39-46. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/309558>. — Загл. с экрана.
3. Шеина, М.В. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СИГНАЛ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ [Электронный ресурс] // Вестник

Пермского университета. Серия: Экономика. — Электрон.дан. — 2015. — № 3. — С. 42-52. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297162>. — Загл. с экрана.

4. ПРОШКИН, А.В. ОЦЕНКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА. [Электронный ресурс] / А.В. ПРОШКИН, С.А. ДУКАРТ. — Электрон.дан. // Вестник науки Сибири. — 2015. — № 3. — С. 49-56. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297616> — Загл. с экрана.
5. Голышев, И.Д. УЧЕТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ. [Электронный ресурс] / И.Д. Голышев, А.И. Глушков. — Электрон.дан. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2013. — № 3. — С. 116-121. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/297059> — Загл. с экрана.
6. Козлова, О.А. Анализ программ корпоративной социальной ответственности транспортных компаний [Электронный ресурс] // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. — Электрон.дан. — 2014. — № 2. — С. 118-123. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/291099>. — Загл. с экрана.
7. Осадчая, С.М. СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] / С.М. Осадчая, Л.М. Дикунова. // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — Электрон.дан. — 2017. — № 3. — С. 162-173. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302344>. — Загл. с экрана.
8. ЧУДИНОВ, О.О. ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНТЕКСТЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. — Электрон.дан. — 2018. — № 2. — С. 242-247. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/308647>. — Загл. с экрана.
9. Тимофеева, С.А. ОЦЕНКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ [Электронный ресурс] // Научные записки ОрелГИЭТ. — Электрон.дан. — 2014. — № 1. — С. 193-197. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/301381>. — Загл. с экрана.

Тема 8. Опыт управления КСО: передовые практики (США, Европа, Африка, развивающиеся рынки БРИК) и перспективы

Контрольные вопросы:

Лидеры в области КСО. Особенности национального опыта регулирования деятельности компаний в области КСО. Уровень активности по продвижению КСО в различных странах: сопоставительный анализ. Факторы успеха: примеры лучших практик.

Кейс. Передовые практики в области КСО

С самого начала деятельность компаний по КСО носила сугубо добровольный характер. В мир крупных корпораций и малого бизнеса пришло понимание того, что быть социально ответственными в современном мире необходимо, а главное, выгодно — растет капитализация, укрепляется устойчивость и привлекательность бизнеса. Поэтому разработке «Отчетов о корпоративной социальной ответственности» стало уделяться особое внимание, компании стали учиться друг у друга через разветвленную

общемировую сеть сайтов, семинаров и конференций. Участие в этих мероприятиях приоритетно: на них компании присылают президентов и вице-президентов. Такие площадки передового опыта в области КСО всегда открыты для новых участников и не требуют специальных мероприятий организационного или подготовительного характера на национальном уровне. Требуется лишь заинтересованное участие компаний с презентацией конкретных проблем или достижений.

При обмене опытом компаниям интересен как положительный, так и отрицательный практический опыт, что дает возможность участникам не повторять ошибок других. Развитая сеть по обмену опытом в области корпоративной социальной ответственности позволяет заинтересованным компаниям на первом этапе начинать работу в этой области с минимумом затрат.

Понятие «устойчивое развитие» в развитых странах прочно вошло в корпоративную деятельность. Это связано в первую очередь с тем, что ведущие страны мира, а также передовая часть стран с переходной экономикой взяли на себя значительные международные обязательства в соответствии с «Повесткой дня на XXI век», принятой конференцией ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992 году, и «Йоханнесбургской декларацией по устойчивому развитию», одобренной на мировом саммите 2002 года.

Помимо национальных программ «устойчивого развития» передовая часть компаний разрабатывает и воплощает собственные корпоративные планы «устойчивого развития». В деловых кругах нет однозначного понимания данной деятельности, что неудивительно для стран и компаний, действующих в отличных друг от друга условиях. Однако суть этих планов и мероприятий для всех одна: нарушить прямо пропорциональную зависимость экономического роста и негативного воздействия на окружающую среду (так называемый *de-coupling*). Только те предприятия, которые на практике добились снижения негативного экологического воздействия при одновременном росте производства товаров и услуг, ежегодно это подтверждают, считаются «устойчивыми» и, соответственно, наиболее социально ответственными — именно здесь происходит взаимосвязь с КСО. При этом вывод компаниями «грязных» производств за пределы своих стран практически никак не влияет на требования по показателям «устойчивости» компании — требования по экологии и социальному развитию не снимаются, хотя и модифицируются для транснациональных компаний в зависимости от стран, в которых размещаются дочерние структуры.

Во многих компаниях и концернах (независимо от профиля и сектора) в течение последних 10 лет появились должности вице-президентов по корпоративной социальной ответственности. Их деятельность часто объединяет управление персоналом, экологическую политику, внутренний и внешний PR.

«Социальная ориентация» компаний влияет на методы работы менеджеров. Системная «социальная ориентация» появляется в компаниях, которые серьезно занимаются стратегиями. Им важно вовлечение всего коллектива, от высших менеджеров до обслуживающего персонала, в мероприятия социального и благотворительного характера. «Устойчивое развитие» компании — это не только отчетность, но и новая управленческая философия, когда любое управленческое решение принимается с учетом и экономического, и экологического, и социального эффекта. Но в России до этого очень далеко, хотя начинать эту работу необходимо, если мы хотим, чтобы наши компании были конкурентоспособны.

Пора начинать понимать, что в новой экономике XXI века главный капитал — не природные ресурсы, а человеческий потенциал и доверие к компании (бренду). Управление КСО как раз укрепляет и развивает именно эти два фактора.

Важным этапом отчетности по КСО и устойчивому развитию стало внедрение «мягкого» международного стандарта Глобальной инициативы по отчетности в области устойчивого развития (Global Reporting Initiative — GRI) по принципу «трех корзин» или «триединого итога» (Triple Bottom Line): экономика компаний, экология производства и социальная политика. На начало 2005 года уже более 600 крупнейших компаний и корпораций мира информировали свои целевые аудитории, общественность и стейкхолдеров. Их отчеты по устойчивому развитию системно отражали достижения и проблемы, базируясь на 50 основных и 46 дополнительных показателях результативности, разработанных в 2002 году в рамках «Руководства по отчетности в области устойчивого развития».

Широкая популярность и практическая востребованность в деловой среде Европы и мира индексов Доу-Джонса по устойчивому развитию привели к решению о создании аналогичных «региональных» индексов для Северной Америки и США, DJSI North America и DJSI United States, старт которых намечен на сентябрь 2005 года.

Популярный в промышленных и финансовых кругах индекс активно используется для выпуска на его основе различных производных финансовых инструментов. Для этого введена специальная система лицензирования для финансовых институтов, использующих DJSI и DJSI STOXX. Таких финансовых компаний уже около 50, среди них Raiffeisen (Австрия), Invesco (Германия), Nikko Asset Management (Япония), SPP (Швеция), Sustainable Asset Management (Швейцария), Merrill Lynch International (Великобритания) и др.

За последние 10—15 лет КСО как система управления устойчивым развитием в постоянном диалоге с обществом в экономически развитых странах Северной Америки и Европейского Союза стала ключевой идеологией бизнеса, основой социального партнерства с властями всех уровней и гражданским обществом. Международный опыт однозначно показывает, что работа и отчетность по КСО и устойчивому развитию дает компаниям эффективный результат как минимум в форме:

- роста имиджа и деловой репутации;
- роста капитализации;
- укрепления сплоченности трудового коллектива;
- развития прозрачности компании для общественности;
- повышения инвестиционной привлекательности;
- социального вклада в устойчивое национальное развитие.

Российские компании, начиная масштабные проекты в области КСО, решают сразу две задачи — получение мощного PR внутри страны и «подтягивание» бизнеса к уровню ведущих зарубежных конкурентов.

Параллельно с общемировыми процессами внедрения и развития концепции устойчивого развития и КСО как ее практической формы реализации в рамках ООН по предложению Генерального секретаря Кофи Аннана в 1999—2000 годах был инициирован Глобальный Договор между ООН и мировым бизнесом, основанный на десяти основополагающих международных принципах в области прав человека, труда, экологии и антикоррупционной деятельности. По своей структуре и содержанию они полностью соответствуют концепции устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса.

Десять принципов Глобального договора ООН, основанные на Всеобщей Декларации прав человека, Декларации Международной организации труда о принципах и правах в сфере

труда, Декларации по окружающей среде и развитию, Конвенции ООН против коррупции, декларируют, что предприниматели должны:

Оказывать поддержку соблюдению прав человека, провозглашенных международным сообществом.

Обеспечить свою непричастность к нарушениям прав человека.

Поддерживать свободу ассоциаций и признавать право персонала на заключение коллективных договоров.

Выступать за уничтожение всех форм принудительного труда.

Выступать за ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости.

Выступать за полное искоренение детского труда.

Способствовать предупреждению негативных воздействий на окружающую среду.

Проявлять инициативы, направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды.

Содействовать развитию и распространению экологически чистых технологий.

Противодействовать коррупции во всех ее формах, включая вымогательство и взяточничество.

Присоединение организации к Глобальному договору ООН означает добровольное включение его принципов в ее стратегию развития и практическую деятельность.

Глобальный договор не является нормативной базой. В его цели не входит контроль или мониторинг деятельности и методов управления компаний. Он подразумевает только публичную отчетность и прозрачность их деятельности.

В России готовность предпринимателей отдавать деньги на социальные нужды по велению совести также имеет давние традиции — купцы и промышленники строили школы и богадельни, больницы и театры, церкви и общежития для рабочих, вносили пожертвования на «богоугодные дела». В советское время существовало понятие «социалка», которое означало участие предприятий в обеспечении условий охраны труда и отдыха персонала, помощь местным организациям, шефскую помощь и т. д. Поэтому многие руководители отечественных предприятий понимают свою социальную ответственность, а крупные российские компании осуществляют разнообразные социальные программы, разработанные с учетом интересов внутренних и внешних заинтересованных сторон.

Ответить на вопросы и выполнить задания:

1. Изучите отчет об устойчивом развитии компании. Придерживается ли компания в своей деятельности принципов Глобального договора ООН? Приведите конкретные примеры.

Список рекомендуемых источников

1. Шевченко, И.Л. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ПРАКТИКЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ [Электронный ресурс] // Вестник Кемеровского государственного университета. — Электрон.дан. — 2015. — № 4(т.3). — С. 290-296. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297679>. — Загл. с экрана.
2. Криворотько, И.А. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ [Электронный ресурс] / И.А. Криворотько, Н.А. Тулякова. // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Экономика и управление. — Электрон.дан. — 2015. — № 3. — С. 54-62. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/299856>. — Загл. с экрана

3. Демкина, К.А. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ [Электронный ресурс] // Бизнес-образование в экономике знаний. — Электрон.дан. — 2018. — № 2. — С. 24-26. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/307708>. — Загл. с экрана.
4. Матвеева, Е.В. Предпринимательство в США и России: эволюция корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. — Электрон.дан. — 2017. — № 2. — С. 89-102. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/307237>. — Загл. с экрана.
5. Фехтел, Е.В. КОРПОРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА - ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ. [Электронный ресурс] — Электрон.дан. // Сервис в России и за рубежом. — 2015. — № 1. — С. 94-103. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/294396> — Загл. с экрана.
6. Курапова, А.О. ТЕОРИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. СУЩНОСТЬ И ОТЛИЧИЯ КСО В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ [Электронный ресурс] // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — Электрон.дан. — 2016. — № 3. — С. 103-108. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/308465>. — Загл. с экрана.
7. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ [Электронный ресурс] / Н.Л. Товма, М. Аскарова. // CentralAsianEconomicReview. — Электрон.дан. — 2009. — № 1. — С. 282-287. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/306359>. — Загл. с экрана.
8. Булгаков, П.Е. Рентный вектор развития концепции корпоративной социальной Ответственности в АПК РФ [Электронный ресурс] // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. — Электрон.дан. — 2015. — № 39. — С. 210-214. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300246>. — Загл. с экрана.
9. ЧУДИНОВ, О.О. К ВОПРОСУ ЗНАЧЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ [Электронный ресурс] // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. — Электрон.дан. — 2016. — № 43. — С. 255-264. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/303440>. — Загл. с экрана.

Примерные темы докладов

1. Корпоративная этика в формировании корпоративной социальной ответственности.
2. Кодексы корпоративной социальной ответственности
3. Имидж-технологии в формировании корпоративной социальной ответственности.
4. Технологии репутационного контроля в повышении корпоративной социальной ответственности
5. Социальные программы и проекты в организации.
6. Типы социальных программ
7. Управление корпоративными социальными программами
8. Развитие компетентности руководителей в сфере формирования и развития корпоративной социальной ответственности.
9. Формирование корпоративной социальной ответственности: этапы и ключевые элементы.
10. Технологии управления персоналом в контексте повышения корпоративной социальной ответственности.
11. Типы организационных культур.

12. Методы управления организационной культурой
13. Оптимизация воздействия внутренней и внешней среды на формирования имиджа организации.
14. Сущность и природа имиджа организации.
15. Внутренний и внешний имидж: процесс формирования.