

УДК 338

М.И. Китиева, Ф.Я. Полонкочева, М.А. Орцханова

ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет», г. Магас,
email: malika2015@mail.ru

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ПРАГМАТИЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, управление, бизнес, компания, модель КСО.

В настоящее время все больше компаний, организаций, ученых, профессионалов практиков и просто любознательных людей интересуются вопросами социальной корпоративной ответственности (КСО). Новые требования общества и экономики в целом больше не позволяют обеспечить реализацию общих целей компании с учетом только бизнес-интересов. Теперь социальная ответственность должна быть включена в организацию управления как средство достижения успеха и как критерий оценки деятельности компаний. В статье анализируется концепция, роль и оценка корпоративной социальной ответственности в современных социально-экономических условиях.

M.I. Kitieva, F.Ya. Polonkoeva, M.A. Orchanova

Ingush State University, Magas, email: malika2015@mail.ru

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A PRAGMATIC BUSINESS DIRECTION

Keywords: corporate social responsibility, management, business, company, CSR model.

Currently, more and more companies, organizations, scientists, practitioners and just curious people are interested in issues of corporate social responsibility (CSR). The new requirements of society and the economy as a whole no longer allow us to ensure the implementation of the company's overall goals, taking into account only business interests. Now social responsibility should be included in the management organization as a means of achieving success and as a criterion for evaluating the activities of companies. The article analyzes the concept, role and assessment of corporate social responsibility in modern socio-economic conditions.

Корпоративная социальная ответственность – это широкое понятие, которое может принимать различные формы в зависимости от предприятия и отрасли. Мероприятия по КСО могут помочь укрепить связь между работниками и компаниями, помочь работникам и работодателям чувствовать себя более связанными с окружающим миром. С помощью программ КСО, благотворительных организаций и волонтерских усилий компании могут принести пользу обществу, одновременно продвигая свои бренды.

Корпоративная социальная ответственность применяется в различных сферах бизнеса, однако степень участия зависит от влияния заинтересованных сторон, размеров и основных приоритетов организации. В мировой практике деятельность в области КСО воспринимается как прагматичное направление бизнеса и является одним из инструментов, который позволяет:

1. Укрепить репутацию и имидж компании. Добросовестная и социально ответственная практика ведения бизнеса приводит к укреплению репутации и имиджа компании в глазах широкой общественности и делового сообщества. Социально ответственное поведение компании проявляется в сокращении издержек взаимодействия с органами власти, а также повышает привлекательность компании как работодателя.

2. Повысить качество управления бизнесом. Социально ответственное ведение бизнеса находит непосредственное отражение в повышении качества управления компанией. Компании, придерживающиеся социально ответственной практики ведения бизнеса, получают такие преимущества, как повышение производительности труда персонала, сокращение операционных затрат, а также увеличение продаж и рост лояльности клиентов.

3. Повысить инвестиционную привлекательность компании. Следование принципам этической, социально и экологически ответственной практики ведения бизнеса приводит к повышению инвестиционной привлекательности компании. Что, в свою очередь, проявляется в улучшении финансовых показателей деятельности компании и открывает более свободный доступ к капиталу.

Для того чтобы построить модель, подходящую под особенности экономического, политического и социального развития России для начала следует изучить в полной мере уже существующие модели различных стран. На данный момент существует пять основных моделей КСО: американская модель; канадская модель; британская модель; европейская модель; японская модель.

Каждая из моделей имеет свои определенные особенности и уровень вовлеченности в КСО государства. Самое большое распространение получила американская модель, так как является самой демократичной для организаций.

Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции КСО, Business for Social Responsibility определяет корпоративную социальную ответственность как «достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде» [1].

Другая организация – World Business Council for Sustainable Development в докладе «Making Good Business Sense», использовала следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время, улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом».

КСО в Америке стало формироваться еще в 30-е годы прошлого столетия. Благодаря тому, что изначально бизнес строился на свободных отношениях, участие государства в этом вопросе было минимальным. Предприятия самостоятельно определяют степень социальной помощи обществу исходя из своих личных соображений. При этом государство практически не принимает участие в ре-

гулировании деятельности организаций. Такая форма отношений в КСО получила название открытой. Предприятие имеющие открытую форму КСО в большей степени самостоятельно отвечает перед обществом за все совершаемые действия. Несмотря на то, что государство в США принимает минимальное участие в формировании КСО, организации активно участвуют в различных некоммерческих проектах и программах социального характера. С развитием социальных отношений появилось огромное количество различных механизмов воздействия организаций и общества, а также появились фонды, которые осуществляют помощь в решении социальных вопросов. Но все же участие государства имеет место быть, оно осуществляет некую поддержку данного направления путем поощрения организаций, принимающих активное участие в социальной жизни общества. Эта поддержка выражается в различных налоговых льготах и зачетах, закрепленных на законодательном уровне. Так, например, при наложении каких-либо штрафов на организацию учитывается социальная политика, проводимая ею. И если организация принимает в этом активное участие, то штраф может быть уменьшен или вовсе исключен. То есть социальная политика является некой компенсацией за совершение проступков организацией. Основные направления инвестирования в США возлагаются на образование и здравоохранение. Главной причиной этому является то, что бизнес получает большие преимущества, создавая запас кадров, а также поддерживая здоровье населения. За это же они получают налоговые льготы. Поэтому каждая организация с самого зарождения начинает вести какую-либо социальную политику. Государство заботится не только об организациях уже работающих над социальной политикой, но и помогает молодому бизнесу посредством организации курсов и занятий, направленных на обучение построения правильной социальной политики.

Но, к сожалению, отношение организаций к КСО так и остается не однозначным. Одни считают, что траты на социальную политику приносят лишь ненужные риски для компаний, и поэтому стремятся избежать подобной ответ-

ственности. Другие же уверены в том, что это новый эффективный инструмент маркетинга, позиционирования на рынке и борьбы с конкурентами [2].

Далее следует рассмотреть канадскую модель КСО, так как она менее всего отличается от американской. Они схожи между собой практически по всем основным особенностям. Единственное существенное отличие заключается в том, что в Канаде существует Национальный институт качества, который диктует основные стандарты КСО. К таким стандартам относится модель совершенства качества и здорового рабочего места. Последнюю особенность канадская модель позаимствовала у европейской. Государство Канады к важным принципам КСО относит обязательность придерживаться социальной и ответственности за окружающую среду, а также соблюдение все принципов и международных законов зарубежных стран, для организаций, которые там находятся, сохраняя при этом национальные ценности и обязательства. Само же КСО представляется, как побуждения организации выполнять социально значимые действия, выходящие за рамки законодательно установленного минимума. Каждая организация Канады обязана придерживаться всех поставленных принципов на протяжении трех-пяти лет. В течение данного времени проходят определенные исследования, по итогам которых лучшие организации награждаются премией за совершенство в сфере социальной ответственности. Обладатели премии имеют большие преимущества перед остальными организациями благодаря повышенной стоимости их акций, а также чаще всего превосходят и в других показателях бизнеса. Данные организации отличаются меньшей текучестью кадров, меньшим количеством прогулов. Помимо этого, сотрудники таких организаций в большей степени удовлетворены своей работой, что, соответственно, приводит к повышению производительности труда.

Еще одна модель КСО – британская. Она так же, как и канадская модель, является результатом сочетания американской и европейской моделей. Единственное ее отличие от Канады – это основные выделяемые принципы КСО. относятся:

1. Активное участие финансового сектора в социальных инвестициях.

2. Более пристальное внимание со стороны СМИ. Например, «Таймс» еженедельно публикует индексы социальной ответственности организаций.

3. Стремительное развитие независимого консалтинга.

4. Большое количество различных образовательных структур, направленных на обучение бизнеса в области КСО.

5. Государство поддерживает бизнес в области КСО посредством софинансирования различных проектов и программ, предлагает налоговые льготы, а также создает партнерства с организациями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что британская модель сочетает в себе все самые лучшие стороны американской и европейской модели.

Одной из самых сильных моделей КСО стала европейская модель. Она полностью является скрытой формой, так как основным инициатором соблюдения принципов КСО на предприятии является государство. Оно законодательно четко фиксирует все обязательные правила, которым должны придерживаться все организации в малой или большей степени. Основной целью государства является формирование равноправной взаимосвязи между всеми заинтересованными сторонами, начиная от местных сообществ, заканчивая – организациями государственной и мировой значимости. Кроме законодательно установленных правил и норм, также разрабатываются различные стандарты в сфере КСО и появляются различные организации, отвечающие за них. Все больше компаний присоединяются к ним, реализуя вместе с ними свою социальную политику. Такая модель формирует перспективные направления развития бизнеса. Организации выполняют все обязанности, ориентируясь в первую очередь на национальную экономику. Европейская модель имеет еще одну важную особенность – она поддерживает все инновационные нововведения, в особенности, если они связаны с управлением и персоналом. Самыми успешными компаниями в сфере КСО стали организации, работающие в сфере обслуживания, а именно, такие отрасли как фармацевтическая, пищевая и торговля. Но, не смотря на такое уча-

стие государства в социальной политике, многие организации также вносят свой добровольный вклад в развитие общества. Это обусловлено желанием организаций повысить свою конкурентоспособность и повысить свой имидж.

Как самостоятельную модель КСО стоит обязательно выделять японскую модель. Япония с самого давнего времени славится своим ответственным отношением организаций к персоналу и их семьям. Именно поэтому сформировалось такое понятие как «пожизненный найм». Благодаря удовлетворяющим все потребностям условиям, работникам организаций просто нет смысла больше искать что-то лучше, поэтому они остаются в компаниях на очень долгое время. Такая стратегия имеет большие преимущества, так как сокращаются затраты, связанные с обучением новых кадров, повышается производительность труда, а также образованность персонала. Помимо чего также сохраняются все корпоративные особенности и достижения внутри компании, повышая конкурентоспособность компаний. Вопросы КСО для Японии стали лишь формальностью, так как формировать какой-либо социальной политики уже не требовалось. Но потребность выхода японских компаний на мировой рынок, побудил их начать подстраиваться под те нормы КСО, которые принимались на Западе. Так достижения своей социальной политики они стали публиковать в различных социальных отчетах. Благодаря сильной развитости в данной сфере Япония достаточно быстро заняла лидирующие мировые позиции, и даже в 70-80 годах обогнала Америку в автомобильном производстве. Государство также регулирует принципы КСО в Японии и различными способами поддерживает нововведения, развивающие сферу социальной ответственности. Также японские компании отличаются сильной корпоративной культурой. Все работники компаний являются одним целым. Это достигается развитием долгосрочных отношений между организацией и работниками [3].

Россия не имеет своей модели КСО, так как на протяжении всего развития российские организации сочетают в себе все, представленные выше, модели в различной степени. Организации практику-

ют введение в свою работу зарубежных принципов КСО, подбирая те, которые наиболее эффективно подстраиваются под российскую рыночную экономику. Так, государство все больше регулирует данную сферу различными законами, например, об охране окружающей среды. Также создаются различные организации, отвечающие за стандартизацию КСО, а предприятия все больше к ним присоединяются. Появляются различные курсы, предоставляющие углубленную информацию об основных принципах КСО. Сами же предприятия все больше практикуют прозрачное ведение бизнеса, а также участвуют в различных социальных проектах и программах. Социальные компоненты компании требуют обязательного проведения анализа, после чего становится явным, что истинная мотивация организации развивать КСО – это зависимость от стейкхолдеров, которые одно из первых выделяют именно социальную ответственность. Именно поэтому современные компании все больше прибегают к анализу своей деятельности с социальной стороны, а также формированию конкурентоспособных социальных отчетов, соответствующих всем международным стандартам. В заключение отметим, что отечественная практика в большей степени рассматривает КСО как единоразовую социальную благотворительность, что является в корне ошибочным мнением и требует пересмотра данного вопроса многими организациями. Правильного мнения придерживаются лишь крупный бизнес, который применяет на себе зарубежные модели КСО. Отечественная модель КСО представляет собой несбалансированный набор социальных действий и мероприятий, которые происходят несистематически, только тогда, когда организация видит для себя значительную выгоду. Современное же общество требует от бизнеса постоянного вклада в развитие, так как и именно благодаря обществу существует сам бизнес [4].

Развитие корпоративной социальной ответственности на организации также помогает повысить конкурентоспособность. Это происходит благодаря повышению имиджа компании, потребители больше доверяют, поставщики легче соглашаются на сотрудничество, инвесто-

ры видят большее значение во вложении своих средств. С одной стороны, организации сами вправе определять уровень своей социальной ответственности, а с другой стороны, государство должно принимать участие в мотивации, должно контролировать данный процесс, так как и для государства наличие социально ответственного бизнеса играет большую роль, в первую очередь в уровне жизни населения. Там, где государству не хватает средств и сил, приходят на помощь такие организации. Вследствие развития данного вопроса, некогда добровольные инициативы бизнеса, становятся обязательными сначала на общественном, а затем на государственном уровне. Процесс реализации КСО в организации должен представлять все проблемы как единое целое, то есть их следует исследовать в общей организационной системе, а не выделять и концентрироваться на одной конкретной. Улучшения одной сферы социальной ответственности не должны ухудшать другие или же не должны сказываться негативно на качестве продукции и прибыльности организации [5]. Недопонимание всей концепции социальной ответственности бизнеса и желание быстрее отчитаться перед государством тормозят процесс формирования российской модели корпоративной социальной ответственности. Отечественная модель КСО на сегодняшнем этапе формирования в большей степени ориентируется на государство, собственников и персонал, но по мере развития общества произойдет все большее вовлечение местных сообществ, потребителей и других стейкхолдеров организации. Подход к КСО в России должен иметь более широкий и более прагматичный характер.

В качестве институциональных основ формирования современных моделей корпоративной социальной ответственности выделяются следующие:

1. Институты законодательно-правового регулирования: законодательные акты, постановления, указы федерального, регионального и местного уровня.
2. Налоговая система: стимулирование социальной ответственности бизнеса с помощью налоговых льгот и привилегий.
3. Гражданское право, которое предусматривает соответствующее наказа-

ние за невыполнение соответствующих социально-направленных мероприятий (нанесение экологического вреда и пр.).

4. Этические и профессиональные кодексы, в которых прописаны нормы этического, социального поведения представителей бизнеса той, или иной отрасли.

Регулирование профессиональной деятельности осуществляется посредством не только общих трудовых, административных и прочих норм, но и специфическими для определенного вида деятельности, характерными для соответствующего профессионального сообщества, в силу чего не могут рассматриваться в качестве правовых. Такие нормы находят отражение в соответствующих Хартиях, Декларациях, Кодексах, принимаемых профессиональными ассоциациями, или отдельными корпорациями. «Кодекс этики и стандарты профессиональной практики выражают добровольное принятие членами ассоциации обязательства соблюдать строгую дисциплину в большей, чем это предусмотрено законом, степени» – гласит Кодекс американской Ассоциации фирм по управленческому консультированию ASME, созданной в 1929 г.

Корпоративная социальная ответственность реализуется компаниями через соответствующие социальные проекты и программы, которые по своему содержанию можно разделить на две большие группы:

- программы, направленные во внешнюю среду предприятия, в которых непосредственным адресатом не является персонал компании;
- программы, направленные на развитие внутренней среды предприятия, социальную поддержку собственного персонала, работников.

Реализуя корпоративную социальную ответственность во внешней среде, компании, как правило, ориентируются на следующие направления:

- экологические программы;
- образовательные программы и поддержка научных исследований;
- программы по взаимодействию с органами местного самоуправления;
- программы по поддержке культуры и искусства;
- филантропические программы.

Помимо экологических, образовательных, филантропических и прочих программ, оказываемых компаниями, как правило, во внешней среде, для многих предприятий элементом КСО является поддержка собственной внутренней среды – сотрудников предприятия. Среди наиболее распространенных направлений внутренней КСО-активности можно выделить следующие:

- программы развития персонала: обучающие курсы и программы; комплексные социальные пакеты;

- программы по охране здоровья и внедрению бережливых технологий: мероприятия по соблюдению техники безопасности; мероприятия по соблюдению санитарно-гигиенических условий труда; медицинское обслуживание сотрудников на предприятии.

- социально-культурный сервис: предоставление жилья, или «дешевых» кредитов и субсидий на его приобретение; создание и поддержка собственных творческих и научных коллективов из числа работников; создание сети социальных

учреждений: детский сад, дом культуры, пансионат и пр.; формирование программ отдыха персонала: финансирование путевок, проведение экскурсий и т.д.

Основываясь на приведенных выше показателях, можно утверждать, что внешняя и внутренняя стороны корпоративной социальной ответственности в целом оказывают значительное влияние не только на заинтересованные стороны, местные сообщества, саму организацию и ее модель управления, но и на общество в целом.

В большинстве развитых стран этот фактор влияния учитывается на государственном уровне. Поэтому предприятия с низким уровнем социального развития не имеют права ждать одобрения общества и структур управления на разных уровнях, пока показатели не достигнут нормативного значения. Компании, которые не достигают требуемого уровня, могут быть подвергнуты соответствующим санкциям – вплоть до социального контракта, который приведет к прекращению деятельности компании.

Библиографический список

1. Вовченко Н.Г. Андреева О.В. Развитие корпоративной социальной ответственности в современных экономических условиях // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. 2021. Т. 2. № 4. С. 233-248.
2. Мореева Е.В. Методология создания системы корпоративной социальной ответственности на предприятии // Экономические науки. 2008. № 11. С. 77-82.
3. Сусорова О.Ю. Корпоративная социальная ответственность предприятий как помощь в реализации социальной политики государства // Прикладные экономические исследования. 2015. № 2 (6). С. 41-45.
4. Уткин Э.А., Денисов А.Ф. Государственное и муниципальное управление. М.: ЭКМОС, 2009. 900 с.
5. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика (власть и бизнес). М., 2009. С. 121-125.