

## КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ - ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ КАК ИМУЩЕСТВЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ

© 2017 Сычева-Передеро Ольга Валерьевна  
Кемеровский государственный университет  
650000, г. Кемерово, ул. Красная, д. 6  
E-mail: ovsp2006@rambler.ru

Обосновано, что кризис позволяет выявить истинный уровень социальной ответственности коммерческих организаций как имущественных комплексов и их приверженность интересам общественного развития. Сделан вывод о том, что корпоративная социальная ответственность коммерческой организации, подтверждение которой обеспечивается через раскрытие информации о деятельности организации согласно стандартам GRI, выступает одним из наиболее существенных инструментов стратегического антикризисного управления коммерческой организацией как имущественным комплексом.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, коммерческая организация как имущественный комплекс, стратегическое антикризисное управление.

Соблюдение принципа корпоративной социальной ответственности является необходимым условием устойчивого развития коммерческой организации как имущественного комплекса, которое должно быть социально ориентированным, учитывать не только интересы ее сотрудников, но и интересы сообщества, проживающего на территории, где функционирует коммерческая организация как имущественный комплекс.

Очевидно, что указанное неизбежно связано с увеличением затрат, которые коммерческая организация как имущественный комплекс в состоянии осуществить в условиях благоприятной экономической ситуации. Эти затраты способствуют достижению значимых синергетических эффектов в будущем, в том числе в условиях усиления кризисных процессов в экономике. Корпоративная социальная ответственность, на наш взгляд, выступает обязательным элементом системы стратегического антикризисного управления. В свое время еще М. Портер и М. Крамер дифференцировали корпоративную социальную ответственность на реагирующую и стратегическую<sup>1</sup>. При этом реагирующую корпоративную социальную ответственность они рассматривали как ответную реакцию на существующие проблемы, ориентированную на непосредственное смягчение последствий деятельности коммерческой организации, поддержание ее репутации в крат-

косрочной перспективе и снижение нефинансовых рисков. В свою очередь, стратегическая корпоративная социальная ответственность заключается, по мнению М. Портера и М. Крамера, в *выстраивании стратегии на основе идей социальной ответственности*.

Идея корпоративной социальной ответственности зародилась еще в XIX в. в Европе и США как ответная реакция работодателей на профсоюзные движения. Именно в этот период времени работодатели поставили своей целью предотвратить волнения работников и получить общественное признание. Понятие “социальная ответственность” было введено в научный оборот в начале XX в. Э. Карнеги, который сформулировал принципы, “обязательные для всякого уважающего себя капиталиста”<sup>2</sup>, - принцип благотворительности и принцип управления своей собственностью. Карнеги полагал, что богатые должны субсидировать бедных через благотворительность и рассматривать себя не как хозяев, а как управляющих капиталом, который работает на благо общества.

Дискуссии по проблемам корпоративной социальной ответственности ведутся с начала 50-х гг. XX в. Проведенный анализ официальных документов, научных работ, точек зрения экспертов и практиков позволил выявить многообразие подходов к определению содержания понятия “кор-

поративная социальная ответственность”, что свидетельствует о его эволюции под влиянием процессов глобализации, размывании межстрановых экономических и социальных границ, формировании экологического общественного сознания.

Согласно Международному стандарту ISO 26000 “Руководство по социальной ответственности” социальная ответственность определяется как ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое: содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; введено во всей организации”<sup>3</sup>.

Европейская Комиссия дает следующее определение корпоративной социальной ответственности: “Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды”<sup>4</sup>.

На Международном форуме лидеров бизнеса (IBLF, Russia) в рамках содействия социально ответственному ведению бизнеса и обеспечения стабильного социально-экономического развития России достигнуто следующее понимание корпоративной социальной ответственности: “корпоративная социальная ответственность - это продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологическому устойчивому развитию путем максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизации негативной нагрузки на окружающую среду”<sup>5</sup>.

Ведущее объединение корпораций США (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”<sup>6</sup>.

Эксперты Всемирного Совета бизнеса по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)) полагают, что корпоративная социальная ответственность - это приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе со своими со-

трудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни<sup>7</sup>.

По мнению экспертов Ассоциации менеджеров России, социальная ответственность бизнеса - это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума<sup>8</sup>.

Г. Боуэн высказывает мысль о том, что социальная ответственность бизнесмена состоит в реализации такой политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества<sup>9</sup>.

По мнению профессора М. ван Марревиика и профессора Ж. Зветслоота, корпоративная социальная ответственность - это “включение социальных и экологических вопросов в процесс бизнеса и его взаимодействие с заинтересованными сторонами”<sup>10</sup>.

В своей монографии “Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии” С.П. Перегудов и И.С. Семененко высказывают мнение о том, что корпоративная социальная ответственность устанавливает значительно большие обязательства бизнеса в отношении общества, чем этого требуют регламентируемые законом нормы, и предполагает реализацию инициатив, направленных на удовлетворение общественных потребностей<sup>11</sup>.

По мнению И.Н. Ткаченко и О.А. Романовой, корпорации должны служить на благо общественным потребностям, для этого необходимо “формировать новый слой управленцев”, “профессиональных менеджеров”<sup>12</sup>, понимающих необходимость оптимизации экономических целей и социальной ответственности корпораций.

В процессе эволюции подходов к определению сущности и содержания корпоративной социальной ответственности сформировались следующие базовые теории.

Теория корпоративного эгоизма (теория акционеров) (М. Levitt, 1958, Т. Friedman, 1962) обосновывает единственную ответственность бизнеса - увеличение прибыли своих акционеров. При этом борьбу с бедностью основоположники указанной теории не считали функцией частного бизнеса.

Теория корпоративного альтруизма, поддержанная Комитетом по экономическому развитию

США (the Committee for Economic Development) и получившая свое развитие с учетом базовых положений теории корпоративного гражданства (Н. Bowen, Archie B. Carroll, I. Maignan, O.C. Ferrell, S. Waddock, R.K. Mitchell, D.J. Wood, D. Post и др.), рассматривает организации как открытые системы, активно взаимодействующие с обществом и государством, что не позволяет им самоустраниться от социальных проблем.

С развитием теории интеграции социальных и экономических обязательств (S. Waddock, J. Galbreath, B. Lev & J.H. Daum, A. Savitz и др.) формируется интегрированный подход к рассмотрению корпоративной социальной ответственности, когда благотворительная деятельность и социальные направления деятельности организации концентрируются в одной области, непосредственно связанной с основными видами деятельности организации. Таким образом, формируется новый вектор развития корпоративной социальной ответственности (социально значимые направления - *Socially anchored competences*), который позволяет смягчать противоречия интересов организации и местных сообществ и определяется как концептуально “новая благотворительность” и “филантрокапитализм”<sup>13</sup>.

Одним из существенных аспектов, регулирующих деятельность организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности, выступают стандарты корпоративной социальной ответственности. К ним, прежде всего, относятся стандарты SA 8000, AA1000 SES, ISO 26000, GRI, широко применяемые в зарубежной практике. Однако необходимо отметить, что указанных стандартов, в особенности стандартов GRI, начинают придерживаться и российские компании, в частности те, деятельность которых связана с присутствием на внешних рынках.

Стандарт SA 8000<sup>14</sup> разработан Международной организацией социальной ответственности (Нью-Йорк, США) в 1997 г., цель которого - защита и поддержка персонала, находящегося под контролем и влиянием со стороны организации и участвующего в процессе производства или оказания услуг. Стандарт SA 8000 основан на принципах, сформулированных в ряде международных документов - конвенциях Международной организации труда (МОТ), Декларациях о всеобщих правах человека и правах детей.

Опираясь на идею обеспечения обязательной открытости для всех, стандарт AA1000 SES<sup>15</sup>

регулирует взаимодействие организации с заинтересованными сторонами, под которыми понимаются человек или другая организация, оказывающие/или испытывающие на себе влияние деятельности другой организации, ее продукции, услуг и связанных с ними производственных показателей.

Стандарт ISO 26000 “Руководство по социальной ответственности”<sup>16</sup> представляет собой руководство по принципам, лежащим в основе социальной ответственности, касающимся ее основных тем и проблем, а также способов интеграции социально ответственного поведения в стратегии, системы, практики и процессов организации.

Отдельного внимания заслуживают стандарты, разработанные Global Reporting Initiative (GRI)<sup>17</sup>. Стандарты GRI - первые глобальные стандарты отчетности по устойчивому развитию. Они имеют модульную взаимосвязанную структуру и представляют собой передовую мировую практику отчетности, раскрывающую экономические, экологические и социальные последствия деятельности организации. Стандарты GRI включают в себя специальные и универсальные стандарты. В группу универсальных входят GRI 101, GRI 102, GRI 103, которые содержат общие указания по использованию стандартов GRI, формированию контекстной информации об организации и ее деятельности, а также указания по формированию отчетов о подходах менеджмента к каждой существенной теме. В свою очередь, GRI 200, GRI 300 и GRI 400 образуют группу специальных стандартов и содержат указания по раскрытию информации в рамках конкретной тематики - “экономика”, “окружающая среда”, “общество”.

Структура стандартов GRI экономической серии (GRI 200) содержит в себе стандарты по раскрытию информации об экономической эффективности деятельности организации, о состоянии рынка, косвенных экономических последствиях деятельности организации, антикоррупционному, антиконкурентному поведению.

Экологические стандарты серии GRI 300 включают в себя стандарты по раскрытию информации об используемых материалах, энергетике, воде, о сохранении биоразнообразия, выбросах, сточных водах, отходах, соответствии экологическим требованиям, оценке влияния на окружающую среду поставщиков.

Стандарты GRI, посвященные взаимодействию с обществом (GRI 400), содержат в себе

стандарты раскрытия информации о занятости, отношениях между работниками и руководством организации, охране труда и технике безопасности, об обучении и образовании, многообразии и равных возможностях, об отсутствии дискриминации, о свободе коллективных переговоров, детском труде, принуждении к труду, об обеспечении безопасного труда, о правах коренных народов, об оценке прав человека, о местных сообществах, об оценке общественного порядка, о публичной политике, здоровье и безопасности клиентов, маркетинге и этикетировании, об обеспечении конфиденциальности клиента, обеспечении социального и экономического согласия.

Представители научного сообщества и многие эксперты полагают, что соблюдение принципов корпоративной ответственности (что подтверждается, в числе прочего, всесторонним раскрытием информации о деятельности организации в формате GRI) и приверженность менеджмента организации идеологии устойчивого развития позволят обеспечить беспрепятственный доступ к рынкам сбыта, в том числе международным, поставщикам сырья, ресурсам, и прежде всего финансовым, что в конечном итоге будет способствовать достижению целей устойчивости организации<sup>18</sup>.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность коммерческой организации, подтверждение которой обеспечивается через раскрытие информации о деятельности организации, согласно стандартам GRI, выступает одним из наиболее существенных инструментов стратегического антикризисного управления коммерческой организацией как имущественным комплексом. Реализация идей социальной ответственности в процессе стратегического антикризисного управления способствует формированию конкурентных преимуществ в интересах устойчивого развития коммерческой организации как имущественного комплекса в настоящий момент времени и в стратегической перспективе. Кризис же позволяет выявить истинный уровень социальной ответственности коммерческих организаций как имущественных комплексов и их приверженность интересам общественного развития.

<sup>1</sup> Porter M., Kramer M. (2006) Strategy and society: The Link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business rev.* Boston, vol. 84, 12, pp. 78-92.

<sup>2</sup> Карнеги Э. Автобиография. Евангелие богатства. Минск, 2014.

<sup>3</sup> Национальный стандарт Российской Федерации: руководство по социальной ответственности. (Guidance on social responsibility) ISO 26000. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>.

<sup>4</sup> The Challenges of Corporate Social Responsibility (200). Towards Constructive Partnership / The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL. Brussels, Belgium.

<sup>5</sup> Официальный сайт Международного форума лидеров бизнеса (IBLF, Russia). URL: <http://www.iblfrussia.org><http://www.oecd.org/>.

<sup>6</sup> Официальный сайт Ведущего объединения корпораций США (Business for Social Responsibility). URL: <https://www.bsr.org/>.

<sup>7</sup> Официальный сайт экспертов Всемирного Совета бизнеса по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)). URL: <http://www.wbcsd.org/>.

<sup>8</sup> Официальный сайт экспертов Ассоциации менеджеров России. URL: <http://www.amr.ru/>.

<sup>9</sup> Bowen H. Social responsibilities of the businessman (1953). Harper Row. New York.

<sup>10</sup> Zwetsloot G., Marrewijk M. van (2003) Corporate Sustainability & Social Responsibility. In: *Pre-Conference: EFQM Learning Edge: Social Dimensions of Organizational Excellence*. The Hague. June.

<sup>11</sup> Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. Москва, 2008.

<sup>12</sup> Новые тенденции в развитии российской модели корпоративного управления: посткризисные уроки и выводы / науч. ред. И. Н. Ткаченко. Екатеринбург, 2011. Кн. 1.

<sup>13</sup> Алексеева О., Костин А. Филантрокапитализм: суть дела // Деньги и благотворительность. 2007. № 3 (64).

<sup>14</sup> Стандарт Международной социальной ответственности SA 8000 : офиц. сайт SAI (Social Accountability International). URL: <http://www.sai-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=1689>.

<sup>15</sup> Стандарт демонстрации лидерства и эффективности отчетности, ответственности и устойчивости AA1000 SES : офиц. сайт AA (Account Ability). URL: <http://www.accountability.org/standards/>.

<sup>16</sup> Руководство по социальной ответственности. (Guidance on social responsibility) ISO 26000 : нац. стандарт Рос. Федерации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>.

<sup>17</sup> Показатели взаимодействия с обществом. GRI 2000-2006. Version 3.0: руководство по отчетности в области устойчивого развития. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>.

<sup>18</sup> Глушакова О.В. Публичное управление процессами обеспечения качества жизни в социально-экономических системах / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Н.В. Фадейкиной. Новосибирск, 2012.