



СИБИРСКАЯ АКАДЕМИЯ ФИНАНСОВ И БАНКОВСКОГО ДЕЛА

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО)

Лекция 1. Понятие КСО. Генезис концепции КСО

САПРЫКИНА О.А., директор института магистратуры, аспирантуры и научных исследований



Корпоративная социальная ответственность

или

социальная ответственность бизнеса





Четыре основные модели взаимоотношения «Бизнес-Государство-Общество»

1. Модель рыночного капитализма
2. Модель доминирования
3. Модель противодействующих сил
4. Модель заинтересованных сторон

Государство –

«условная личность», жизнь которой заключается в союзе ее членов, а главной заботой государства, наряду с самосохранением, должна быть забота об общем благе, о благе всего общества, народа (по Ж.-Ж. Руссо)

Общественный договор – абстрактное, негласное соглашение между субъектами бизнеса и обществом, в котором закреплены обязанности и ответственность бизнеса.

Должны ли субъекты бизнеса соблюдать
общественный Договор

?

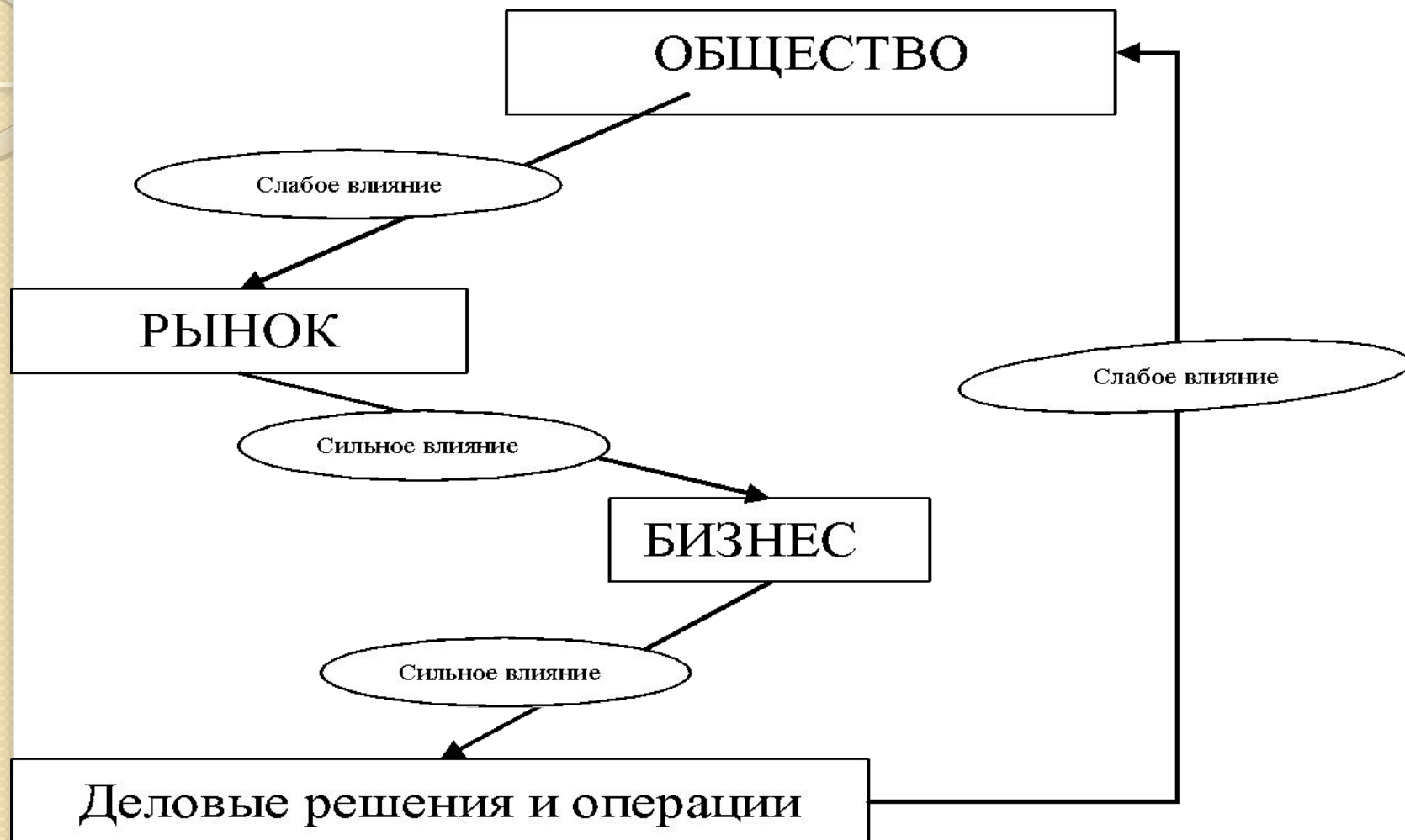
1. Модель рыночного капитализма

описывает отношения между бизнесом, государством и обществом в трактовке **классической концепции капитализма**:

- **Рыночная экономика** – теория экономики, в основе которой лежит рыночная саморегуляция. Общество производит товары преимущественно для торговли, а не внутреннего потребления
- **Капитализм** - экономика, в которой частные физические и юридические лица владеют средствами производства, стремятся к получению максимальной прибыли, состязаясь на рынке свободной конкуренции. Вмешательство государства ограничено

- **Менеджерский капитализм** - рыночная экономика, при котором доминирующим субъектами предпринимательской деятельности являются крупные компании, управляемые менеджерами (профессиональными руководителями)
- **Политика невмешательства** - экономическая доктрина, отрицающая вмешательство государства в экономику

Модель рыночного капитализма



Сущность модели рыночного капитализма:

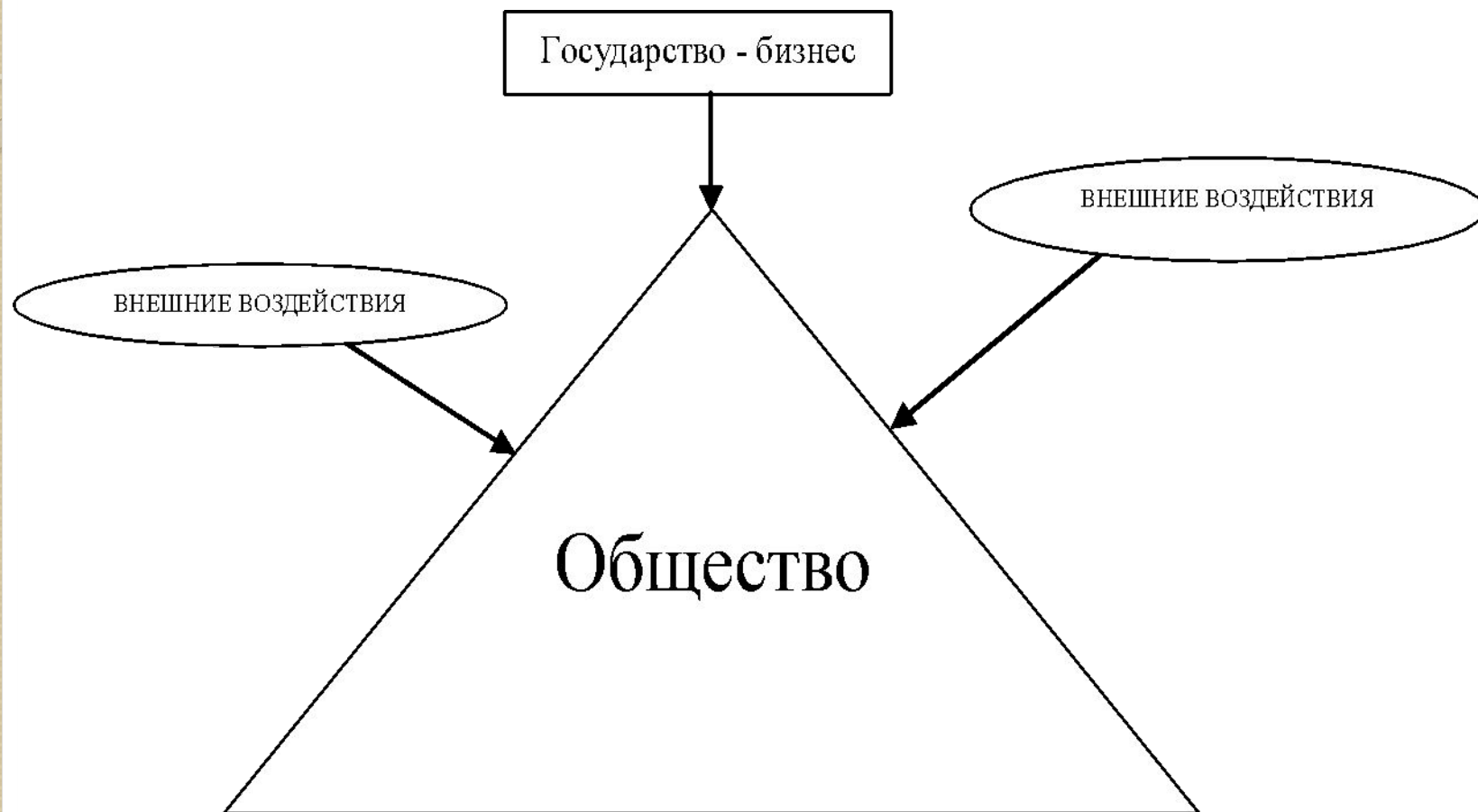
- Бизнес надежно защищен от прямого воздействия общественно-политических сил и главенствуют экономические факторы
- Бизнес функционирует внутри рынка, формируемого как предпринимательской деятельностью субъектов, так и общественно-политическими силами
- Социальная ответственность измеряется экономическими показателями, которые характеризуют повышение благосостояния общества

2. Модель доминирования:

в обществе господствует немногочисленная элита, которая ориентирована на сохранение и преумножение богатства меньшинства за счет большинства

Система недемократична (по теории демократии и правительство, и лидеры представляют интересы народа)

Модель доминирования



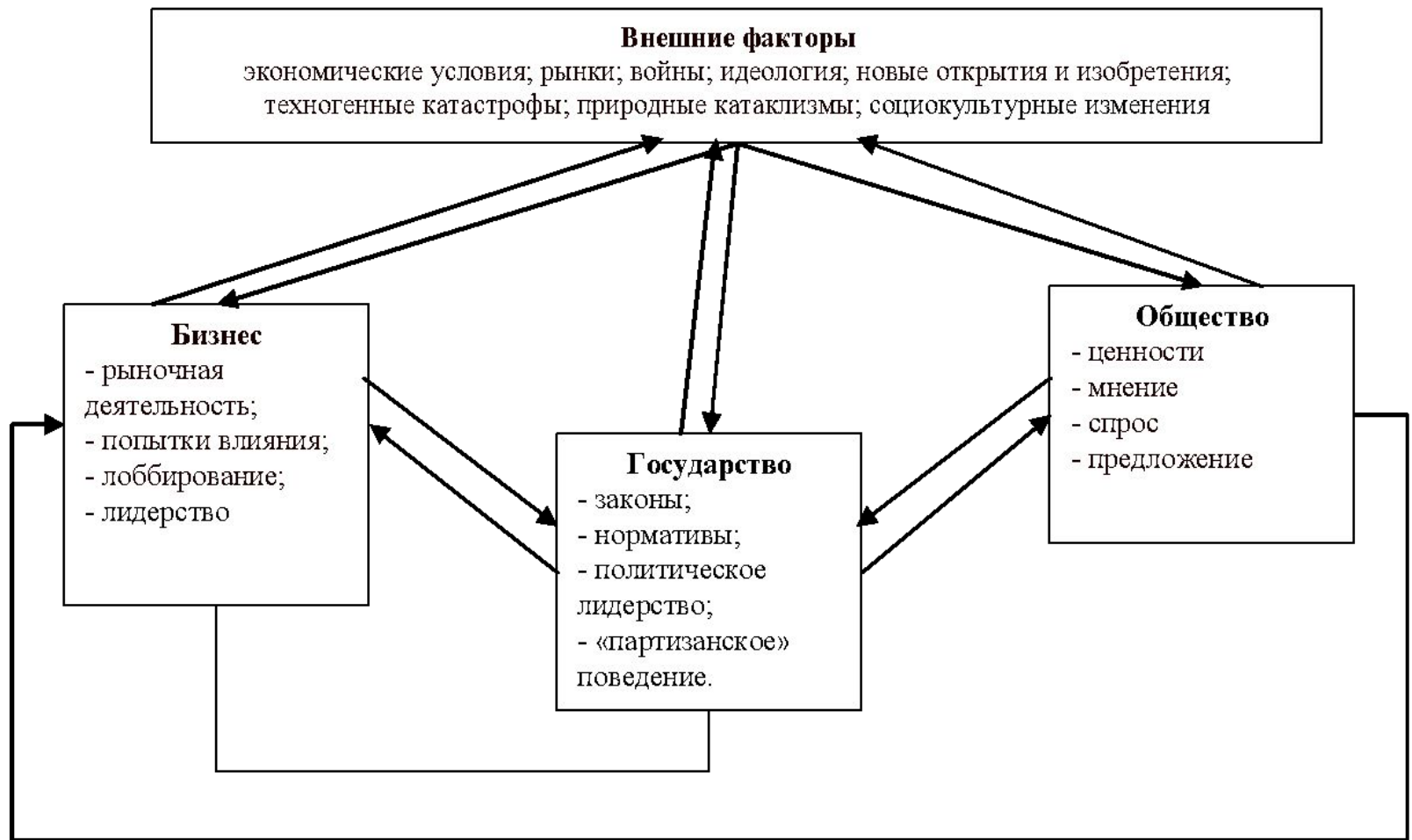
3. Модель противодействующих сил (плюралистическая модель)

- **Плюрализм** - это множественность мнений, многообразие взглядов, политических течений, форм собственности
- **Плюралистическая модель** - это взгляд на общество как на совокупность противоборствующих групп в сообществе, каждый из которых имеет доступ к власти, так что ни одна из групп не доминирует

Сущность плюралистической модели:

- модель описывает отношения бизнеса, государства и общества как поток взаимосвязей между ее основными элементами
- предполагается наличие сложных взаимообменов между элементами, при этом ни одному из них НЕ принадлежит доминирующая роль
- власть бизнеса измеряется и контролируется

Модель противодействующих сил



Сила влияния каждого элемента модели возрастает и убывает в зависимости от ряда факторов: уровень конкуренции, общественное мнение, влияние лидера и т.п.

Выводы:

- Бизнес прочно связан с обществом и реагирует как на экономические, так и на неэкономические факторы
- Бизнес оказывает существенное влияние на общество
- Бизнес, хорошо приспособляемый к изменениям социальных, политических и экономических условий, обеспечен поддержкой общества

4. Модель заинтересованных сторон

- **Заинтересованная сторона (Stakeholder)** - группа, которая может влиять на деятельность организации или, напротив, способна испытывать на себе влияние от деятельности организации, производимой ею продукции или оказываемых ею услуг и связанных с этим действий. Это определение не распространяется на всех тех, кто может быть знаком с организацией или иметь мнение о ней.
- У любой организации много заинтересованных сторон, которые отличаются друг от друга по типу и степени участия в ее деятельности и часто имеют абсолютно разные, иногда даже противоречащие друг другу интересы и потребности.
- **Первичные заинтересованные стороны** - лица, имеющие прямой доступ к компании и способные оказывать на нее непосредственное и мощное влияние (вплоть до изменения миссии).
- **Вторичные заинтересованные стороны** - широкий круг лиц, имеющих незначительное влияние на корпорацию, либо в отношении которых влияние корпорации слабо

Модель заинтересованных сторон



Сущность модели заинтересованных сторон:

- бизнес-корпорация занимает центральное место в системе взаимоотношений с индивидуумами и организациями, являющимися заинтересованными сторонами
- корпорации должны выполнять нравственный долг и нести социальную ответственность перед широким кругом заинтересованных лиц

Модель консюмеризма (1950-е гг.)

- Компании, реализуя собственные социальные программы, являются субъектами социальной политики регионального уровня.
- Необходимость установления конструктивного диалога с органами власти и общественными организациями.
- Создание и проведение в жизнь системы защиты прав потребителей, социальное движение протеста против диктата производителей при потере доверия к тому или иному виду товаров, когда экономические интересы производителя ведут к снижению качества, полезности вещи

Агентская теория

Директора

- являются наемными работниками акционеров, которым подотчетны и интересы которых для агентов должны быть превыше всего;
- выступают в роли руководителей с делегированными полномочиями, правами и обязанностями (т.е. их статус повышается); к ним предъявляются требования как к любому порядочному человеку, который честно по закону действует во благо других



Эволюция концепции социальной ответственности.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - от англ. *corporate social responsibility (CSR)*.

Социальная ответственность - в своей основе философия или образ отношений между предпринимательскими кругами и обществом, причем для их реализации и устойчивости в течение длительного периода времени эти отношения требуют руководства» (М. Палацци и Дж. Статчер).

Этапы развития концепции КСО

Период	Этап
<i>Начало XIX века – середина XX века</i>	Зарождение концепции КСО: Зарождение профсоюзного движения; Отдельные элементы профсоюзного движения
<i>1950-е – середина 1970-х гг.</i>	Теория КСО: Книга Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнеса» (1953 г.). Возникновение трех основных теорий КСО: 1) <i>Теория корпоративного эгоизма</i> Милтона Фридмана (1971 г.); 2) <i>Теория корпоративного альтруизма</i> (The Committee for Economic Development) ; 3) <i>Теория разумного эгоизма</i>
<i>1970-е гг.</i>	Корпоративная социальная восприимчивость (стратегическая филантропия)
<i>1980-е гг.</i>	Корпоративная социальная деятельность

Этапы развития концепции КСО

Период	Этап
1990 – 2000-е гг.	Корпоративное гражданство; Стратегическая филантропия; Концепция социальных инвестиций
2000-2010-е гг.	Корпоративная устойчивость
2010-е гг. – настоящее время	Концепция устойчивого успеха
???	???

Модель пирамиды КСО Арчи Керролла

- Филантропическая ответственность
- Этическая ответственность
- Правовая ответственность
- Экономическая ответственность

Корпоративная социальная ответственность (КСО)

- это обязательства, принятые на себя организацией, выполнение которых способствует повышению благосостояния, сохранению и приумножению общественных благ.

Подходы к трактовке КСО:

- **Классическая экономическая теория**
(например, теория М. Фридмена)
- **Социоэкономический подход**

Классическая экономическая теория:

- 1) единственная задача бизнеса – получение прибыли. Социальные программы осуществляются государством;
- 2) менеджеры несут ответственность только перед акционерами. Расходование средств на социальные проекты не является лучшим способом инвестирования.

Социо-экономический подход:

- 1) социальная ответственность не ограничивается получением дохода (прибыли), а включает также защиту и повышение благосостояния общества, качество его жизни;
- 2) организации ответственны перед широкими слоями населения, которые поддерживают компании (бизнес), потребляя выпускаемые ими товары и оказываемые услуги.

Основные элементы КСО

1. **Рыночная деятельность** – действенная реакция на рыночные силы, которая доминирует над внутрикорпоративными решениями. Удовлетворяя требования рынка, компания принимает на себя наиболее важную социальную ответственность перед персоналом, потребителями и др.
2. **Деятельность по выполнению обязательств** – участие в реализации государственных и муниципальных программ, выполнение договорных соглашений с заинтересованными сторонами (поставщиками, партнерами и др.).
3. **Добровольная социальная деятельность** – реализация различных социальных программ и проведение благотворительных мероприятий.

Семь общих принципов КСО

1. Корпорации – это экономические институты, преследующие цель получения прибыли.
2. Все компании в своей деятельности должны подчиняться требованиям законодательства.
3. Корпорации обязаны бороться с тем негативным влиянием, которое оказывает их деятельность на общество.
4. Степень социальной ответственности зависит от специфики деятельности компании, её размера и местонахождения.
5. Менеджеры должны стараться удовлетворить законные требования заинтересованных лиц.
6. Корпоративное поведение должно соответствовать нормам, лежащим в основе общественного договора.
7. Корпорации должны признать необходимость отчетности перед заинтересованными лицами, а также публичного отчета о своей деятельности.

Подходы к оценке КСО

1. КСО компании оценивается на основе анализа финансовых показателей деятельности (годовой финансовой отчетности), участия в общественных мероприятиях и исследования общественного мнения о компании («индекс репутации»).

2. КСО оценивается через оценку создаваемых в компаниях фондах, которые направляются на решение социальных задач. Например: фонд поддержки талантливых студентов, фонд поддержки многодетных семей работников компании и т. д.

Особенности фондов, создаваемых в целях КСО

1. Формируются на основе **социального мониторинга**.
2. Решение задач фонда основано на соблюдении **принципа взаимной ответственности**.
3. Социально ответственное инвестирование предполагает принятие инвестиционных решений, учитывающих социальные и экономические последствия инвестиций.

Социальное обязательство – это обязанность бизнеса следовать экономическим и правовым нормам.

Социально ответственная компания выполняет большее число функций, нежели это предусмотрено законодательством и решает этические задачи и задачи повышения общественного благосостояния.

Социальная восприимчивость компании отражает способность компании адаптироваться к меняющимся условиям хозяйствования.

Кодекс корпоративного управления (ОЭСР) содействует распространению принципов ответственности, принятых в развитых странах, формулирует их общие положения, носит рекомендательный характер.

«Глобальный договор» ООН

- закрепляет 10 основополагающих принципов в области:
 - прав человека;
 - трудовых отношений;
 - охраны окружающей среды;
 - борьбы с коррупцией.

По состоянию на конец сентября 2011 г. в России 51 компания является участником Глобального договора.

Виды этических кодексов

Корпоративный кодекс - закрепляет распространенные общественные нормы и принципы, а также общие правила поведения сотрудников организации.

Отраслевой кодекс - применяется в компаниях, функционирующих в схожих условиях и подверженных влиянию аналогичных факторов.

Кодекс профессионального сообщества – закрепляет распространенные общественные нормы и принципы, а также общие правила поведения представителей определенной профессии (врачи, государственные служащие, аудиторы и др.).

Основные элементы управления КСО

- **Лидерство**
- **Модель ведения бизнеса** – основополагающий образец, описывающий процесс создания ценности бизнесом путем производства и реализации продукта на рынке.

Типы социально-ответственного бизнеса

- **Модель социально-ответственного бизнеса** (компании, где есть социальные программы).
- **Традиционная модель бизнеса с учетом социо-культурной составляющей,** делающие акцент на социальную ответственность .
- **Традиционная модель, не учитывающая культуру социальной ответственности.**

Утверждение **миссии** :

формальное, короткое заявление основной цели компании.

должно определять действия компании, объяснять ее цель и ценности, обеспечивать умение ориентироваться и принимать решения.

служит базисом формулирования стратегии компании.

Управление социальными проблемами:

- Социально значимые решения занимают важное место в системе управления компанией.
- В компании в результате обсуждений выявлены и сформулированы социальные проблемы, которые определяют корпоративное поведение и его влияние на социальные институты и социальные проблемы

Решение социальных проблем в корпоративной среде:

- У проблемы существует жизненный цикл: сначала проблема привлекает общественное внимание, затем государство принимает соответствующий законодательный акт или другие меры и важность проблемы угасает.
- Менеджеры интуитивно, случайным образом выбирают проблему среди имеющихся во внутренней и внешней среде и разрабатывают мероприятия по ее решению (ослаблению)
- На основе сценарного подхода описываются варианты развития событий в компании в будущем и выявляются социальные проблемы, требующие решения.

Теория оценки эффективности корпоративной социальной деятельности

если корпорация является социально ответственной (демонстрирует КСО), то можно измерить эффективность ее деятельности



Благодарю за внимание!