JEL classification: G 39

РАЗВИТИЕ МОДЕЛИ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ КРУПНОЙ КОРПОРАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ

НОВИКОВА А.К.,
преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»,
Донецк, Донецкая Народная Республика
E-mail: novikova.nastya0906@yandex.ru

ДЬЯКОВСКАЯ С.С.,
студент кафедры внешнеэкономической деятельности ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»,
Донецк, Донецкая Народная Республика
E-mail: sveta.dya.2003@mail.ru

Проведен краткий обзор взглядов зарубежных экономистов, анализ существующих форм социальной ответственности, выявлены недостатки и особенности перспективных российских проектов корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность не только создает экономическую добавочную стоимость, но и демонстрирует моральное и ответственное отношение компании к окружающему миру.

***Ключевые слова**: корпоративные структуры, корпоративная социальная ответственность, корпоративное управление, государственная идеология, экономисты, стейкхолдеры.*

DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MODEL ON THE EXAMPLE OF A LARGE CORPORATE STRUCTURE

A brief review of the views of foreign economists, analysis of existing forms of social responsibility, the shortcomings and features of promising Russian projects of corporate social responsibility are revealed. Corporate social responsibility not only creates economic added value, but also demonstrates the moral and responsible attitude of the company to the surrounding world.

***Key words:** corporate structures, corporate social responsibility, corporate governance, state ideology, economists, stakeholders.*

Постановка проблемы в общем виде. В нынешней ситуации обострения социальных и экономических проблем в российском обществе

очень актуально повышение уровня корпоративной социальной ответственности и укрепление ее институциональных основ.

Цель исследования - найти слабые стороны в российской модели корпоративной социальной ответственности, определить точки ее развития и дать практические рекомендации для дальнейшей работы по совершенствованию модели.

Изложение материалов основного исследования. Социальная значимость корпоративной социальной ответственности (КСО) формализована в концепции корпоративной социальной ответственности (КСО). Участие бизнеса в социальном развитии должно положительно влиять на поддержание социальной стабильности и экономической устойчивости.

Некоторые местные эксперты считают, что КСО - это совершенно новое явление для российских компаний. Например, Н. Ю. Воеводкин утверждает, что система КСО в российских компаниях не развилась как полноценная деятельность и является подражанием западным практикам [1]. Д.В. Тузов, который утверждает, что российские практики КСО в основном применяются государственными компаниями, и их главная цель - выполнить условия для выхода на фондовый рынок [2]. Иную точку зрения высказывает А.А. Пасс, который считает, что крупные компании практикуют социальную поддержку персонала и взаимодействие с различными стейкхолдерами еще с советских времен [3].

Однако возможности внедрения КСО в Советском Союзе были ограничены публичными обязательствами компаний, частными инициативами групп добровольцев-единомышленников, а также национальными стандартами по охране труда, пожарной безопасности и экологическому контролю. Показатели эффективности КСО регулируются государством. Следовательно, советская практика корпоративной социальной ответственности по отношению к работникам также некорректна, если ее можно назвать полноценной системой корпоративной социальной ответственности.

С изменением государственной идеологии и распадом Советского Союза в корпоративные структуры постепенно внедрялись современные управленческие практики, импортированные из Америки и Европы, и модель КСО была переосмыслена в современных условиях. Ученые связывают возникновение и развитие российской модели КСО с различными изменениями в российской бизнес-среде. Например, Татьяна Почекило отмечает, что первые российские компании формализовали деловую этику в 1995-1998 годах, а первые комитеты по этике были включены в структуру корпоративного управления [4]. Д.Е. Пендюхов и Г.К. Пендюхова, например, считают, что внедрение КСО как целевой деятельности в российских компаниях началось позже, когда были ужесточены требования к торговле ценными бумагами и публичным компаниям, т.е. после 2004 года [5]. Л.Н. Дробиевская и Е. К. Саломатина также изучила эволюцию практики КСО в России с 2004 по 2016 год [6]. Аналогичным образом, А.Г. Дементьева считает, что, хотя российские компании продолжают ориентироваться на западные, особенно американские, компании, когда речь идет о корпоративной социальной ответственности, заслуживающая доверия модель корпоративного управления в России еще не полностью сформирована.

При анализе конкретной модели корпоративной социальной ответственности становится очевидным, что она в конечном итоге определяется уровнем экономического развития и законодательством соответствующей страны [7]. Поэтому Маттен и Мун различают открытую (американскую) и закрытую (европейскую) формы КСО [8].

Закрытая форма социальной ответственности, по мнению авторов [11], формируется формальными и неформальными социальными институтами и обычно включает в себя набор ценностей, норм и правил, которые часто предъявляют обязательные требования к компаниям с точки зрения экономических, политических и социальных интересов и налагают юридические и соответствующие обязательства на юридических лиц.

Корпоративная социальная ответственность - это концепция, согласно которой коммерческие организации добровольно принимают на себя обязательства по решению социальных, экономических и экологических проблем, затрагивающих не только внутреннюю, но и внешнюю среду организации. Представители российских компаний трактуют понятие корпоративной социальной ответственности как соблюдение требований, уже закрепленных в действующем законодательстве, что, конечно, не требует дополнительного упоминания в странах с развитой рыночной экономикой.

Следует отметить, что представители российских бизнес-структур часто отождествляют понятие КСО с корпоративной социальной ответственностью, то есть считают целью своей социальной деятельности неответственность перед обществом в целом, в интересах устойчивого развития, а лишь краткосрочную или среднесрочную экономическую прибыль, причем только на корпоративном уровне.

Модель КСО, развиваемая в настоящее время в Российской Федерации, отличается от моделей США и ЕС тем, что в ней больше внимания уделяется государству, сотрудникам компании и акционерам. Основными субъектами бизнеса, применяющими принципы КСО, являются крупные компании, которые обычно выходят на зарубежные рынки. Развитие бизнес-модели КСО в Российской Федерации все еще находится на ранней стадии и требует разработки комплексной концепции.

В декабре 2021 - январе 2022 было проведено пилотное исследование, в котором с помощью экспресс-анкеты был оценен общий уровень осведомлённости руководителей псковских предприятий о том, что такое «корпоративная социальная ответственность», какие вопросы относятся к КСО предприятия. Анкетирование проводилось по телефону; всего было опрошено 100 коммерческих организаций РФ. Пилотное исследование позволило выявить компании, в которых существует наиболее полное и комплексное представление о КСО. Можно предположить, что в данных компаниях существуют «лучшие практики» КСО на уровне региона.

Для изучения «лучших практик» КСО была разработана схема интервью из 20 направляющих (преимущественно открытых) вопросов, позволяющих оценить используемые на предприятии КСО-практики по следующим направлениям:

• Проявления КСО по отношению к собственным сотрудникам

• Проявления КСО в отношениях с клиентами предприятия

• Проявления КСО в отношениях с деловыми партнёрами

• Проявления КСО в отношениях с некоммерческими организациями (НКО)

• Проявления КСО в отношениях с гос. учреждениями

• Проявления КСО в отношениях с местными жителями

Главной отличительной особенностью всех компаний, в которых корпоративная социальная ответственность по отношению к собственным сотрудникам развита на высоком уровне, является стратегическая установка (принцип кадровой политики) руководства компании на то, что сотрудники являются ценным ресурсом компании, который надо беречь, и в развитие, которого необходимо инвестировать время и финансы.

Как следствие, во всех компаниях с «лучшими практиками» КСО создана и работает сильная служба (или отдельный менеджер – в малых предприятиях) управления персоналом. В результате деятельности службы управления персоналом все предприятия имеют хорошо выстроенную кадровую логистику (с момента поиска новых работников до момента увольнения).

Единственное отличие между крупными и малыми компаниями заключается в том, что в крупных компаниях отдельные этапы кадровой логистики более формализованы, прописаны документально (в малых организациях – частично, но подобной работой по формализации они также занимаются).

Практически все компании с «лучшими практиками» КСО имеют достаточно высокую информационную открытость на рынке труда; активно

взаимодействуют (в качестве потенциального работодателя) с учебными заведениями.

Во всех компаниях очень внимательно относятся к обучению сотрудников. Фактически для всех компаний, попавших в данную выборку, характерна система непрерывного / регулярного обучения. При этом само обучение является достаточно разнообразным (сочетается внутреннее и внешнее обучение; проводятся различные учебные программы и т.п.) и индивидуализированным. Можно говорить о комплексном, системном и основательном подходе к обучению сотрудников в компаниях с «лучшими КСО-практиками».

Во всех компаниях с «лучшими практиками» КСО в той или иной форме существует мониторинг лояльности / удовлетворенности трудом собственных сотрудников. На крупных предприятиях используются более формализованные методы (обычно встроенные в стандартные процедуры регулярной оценки / аттестации своих сотрудников), на небольших предприятиях в большей степени используется «открытие коммуникаций». «Открытые коммуникации» – наличие у сотрудников возможностей легко и безопасно общаться с руководством, излагая ему свои пожелания и предложения относительно условий труда.

Для большинства компаний основными целями их стратегии КСО остаются: снижение риска нанесения ущерба заинтересованным сторонам в краткосрочной перспективе, сохранение репутации в среднесрочной перспективе и получение конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Тенденция КСО, которая в основном определялась крупными корпоративными структурами, все больше смещается в сторону инновационных, институциональных подходов и более эффективных социальных программ.

Выводы. Корпоративная социальная ответственность не только создает экономическую ценность, но и демонстрирует, что компания придерживается этических и ответственных отношений с окружающим миром. Важно

разработать согласованный набор компонентов для национальной системы корпоративного управления, которое будет сфокусировано не только на определенной нише, которая широко освещена в СМИ, но и на менее заметных вопросах, например: помощь бедным, безработным, финансирование проектов по борьбе с алкоголизмом, наркоманией, коррупцией и др. Таким образом, корпоративная социальная ответственность будет нести не только экономический, но и социальный характер.

Список литературы

1. Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления // Ars Administrandi (Искусство управления). 2011. № 4. С. 45-55.

2. Тузов Д.В. Социально ответственное инвестирование: реальность или иллюзия? // Вестник Финансового университета. 2007. № 4. С. 41-47.

3. Пасс А.А. Социальная ответственность кооперативного «бизнеса»: исторический опыт СССР 1950-х годов (на примере Челябинской области) // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 9. С. 102-110.

4. Почекайло Т.Н. Особенности среды становления российской модели корпоративного управления // Вестник Тюменского государственного университета. 2006. № 6. С. 290-292.

5. Пендюхов Д.Е., Пендюхова Г.К. Характер социально-экономических процессов // Международный журнал экспериментального образования. 2014. № 11-2. С. 39-40.

6. Дробышевская Л.Н., Саломатина Е.В. Модели корпоративного управления: мировой опыт и российская практика // Теория и практика общественного развития. 2011. № 5. С. 267-272.

7. Дементьева А.Г. Система корпоративного управления в развитых странах и России // Менеджмент в России и за рубежом. 2008. № 3. С. 124-138.

8. Matten D., Moon J. Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework

for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review, 2008, vol. 33, iss. 2, pp. 404-424.

9. Rahim M.M. The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Governance: The Rise of Standardization of CSR Principles. In: Corporate Social Responsibility in the Global Business World. Springer, 2014, pp. 93-113. doi: 10.1007/978-3-642-37620-7_5

10. O'Riordan L., Fairbrass J. Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue. Journal of Business Ethics, 2008, vol. 83, iss. 4, pp. 745-758. doi: 10.1007/s10551-008-9662-y

11. Sotorrío L.L., Fernández Sánchez J.L. Corporate Social Responsibility of the Most Highly Reputed European and North American Firms. Journal of Business Ethics, 2008, vol. 82, iss. 2, pp. 379-390. doi: 10.1007/s10551-008-9901-2