

На правах рукописи

ОСТРОУХОВА ВЕРА АРКАДЬЕВНА

**ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЗАРУБЕЖНЫХ И
РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Специальность 08.00.14 Мировая экономика

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Москва – 2012 г.

Работа выполнена на кафедре мировой экономики экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Касаткина Елена Андреевна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Чернышев Борис Николаевич

кандидат экономических наук
Скибин Кирилл Владимирович

Ведущая организация: **Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова**

Защита диссертации состоится 1 марта 2012 г. в 15.45 на заседании диссертационного совета Д 501.002.03 при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, МГУ имени М.В. Ломоносова, 3-й новый учебный корпус, экономический факультет, аудитория № 407.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Научной библиотеки имени А.М. Горького 2-го учебного корпуса гуманитарных факультетов МГУ имени М.В. Ломоносова.

Автореферат разослан 30 января 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Пенкина С. В.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена усилением внимания международного бизнес-сообщества и широкой общественности к принципам этики бизнеса, наиболее обсуждаемым из которых в последнее время является принцип корпоративной социальной ответственности (КСО). Социальные аспекты ведения бизнеса существовали с давних пор, однако теоретическое обоснование КСО получила в середине XX века. В дальнейшем происходило стремительное развитие концептуальных основ КСО, обусловленное многочисленными факторами, такими как ужесточение конкуренции на мировых рынках и поиск новых конкурентных преимуществ, усиление роли бизнеса как институциональной единицы и ужесточение требований относительно степени прозрачности деятельности компаний. Не менее важное значение отводится росту рисков и неопределенности рыночной конъюнктуры, а также обострению экологических проблем в мировой экономике.

Внедрение в практику принципов КСО коренным образом изменило роль корпораций в мире: бизнес стал рассматриваться не только как главный катализатор экономического прогресса, но также и как институт, принимающий активное участие в поддержании социальной стабильности в обществе. Более того, мировая экономическая рецессия и ряд событий последних лет существенно повысили ожидания общественности относительно социально ответственного поведения компаний, которым приходится постоянно подтверждать свою репутацию «ответственных граждан», при этом оставаясь конкурентоспособными и экономически эффективными.

Большой интерес представляет рассмотрение стратегий социальной ответственности бизнеса в различных странах, поскольку специфика национальных моделей КСО оказывает существенное влияние на деятельность местных компаний и организаций. Параллельно идут процессы стандартизации принципов КСО в связи с усилением глобализации и активности ТНК.

Особенно следует подчеркнуть актуальность данного исследования для России, где сложились достаточно непростые взаимоотношения бизнеса и общества, где существует сильная дифференциация доходов населения, что может привести к социальной нестабильности. Для достижения высоких результатов в долгосрочном периоде российские экономисты должны обратить пристальное внимание на формирование благоприятной бизнес-среды, которая бы способствовала экономическому росту и плодотворным партнерским взаимоотношениям бизнеса, общества и государства, построенным на принципах социальной ответственности перед гражданами.

Таким образом, стратегия корпоративной социальной ответственности является актуальной темой научного исследования не только с экономической, но и

с политической точки зрения. Мировое сообщество подошло к тому этапу своего развития, когда социально-экологические аспекты ведения бизнеса не могут оставаться без внимания, а стратегия КСО становится важным инструментом, используемым корпорациями для управления репутационными рисками и достижения конкурентного преимущества.

Цели и задачи диссертации. Целью исследования является определение роли стратегии КСО в повышении эффективности функционирования зарубежных и российских компаний, а также рассмотрение тех возможностей, которые в настоящее время КСО предоставляет бизнесу и обществу. В рамках указанной цели были поставлены и решены следующие задачи:

- систематизация существующего в зарубежной литературе теоретического инструментария в сфере КСО, анализ основных научных теорий и моделей, лежащих в основе КСО;

- формулировка четкого определения КСО на основе анализа имеющихся теоретических подходов к трактовке данной концепции;

- исследование зарубежного опыта внедрения стратегии КСО: анализ зарождения и последующего развития концепции в западных странах, а также рассмотрение азиатской специфики применения данной концепции;

- анализ основных предпосылок и барьеров для внедрения стратегии КСО в России, рассмотрение современного этапа, существующих тенденций и перспектив развития КСО в нашей стране;

- анализ влияния стратегии КСО на репутацию компании и на достижение экономических и стратегических целей;

- сравнение корпоративных социальных отчетов крупнейших международных нефтегазовых компаний для выявления страновых особенностей и закономерностей и выработка рекомендаций для российских компаний, функционирующих в данной отрасли.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования в данной работе выступают крупные международные компании, прежде всего транснациональные. С целью анализа практического применения принципов КСО более детально рассматриваются европейские, американские, азиатские и российские компании. С точки зрения экономической сферы деятельности особый акцент сделан на анализе нефтегазовых компаний для сравнения их деятельности в области устойчивого развития. Предметом исследования является стратегия корпоративной социальной ответственности, ее практическое применение и влияние на деятельность зарубежных и российских компаний.

Теоретической и методологической основой научной работы являются исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам бизнес-этики, корпоративной культуры и социальной ответственности бизнеса.

Наибольший вклад в анализ принципов и аспектов социальной ответственности бизнеса внесли такие зарубежные авторы, как С.Ааронсон, С.Адамс, Р.Агилера, М.Барнетт, Р.Беннетт, Т.Брэдгард, Д.Вуд, П.Друкер, М.Кларксон, Б.Корнелл, А.Кэрролл, А.МакУильямс, Дж.Мун, П.Родригез, Р.Саломон Д.Сигель, С.Уильямс, П.Уочман, С.Уэддок, Р.Уэлфорд, М.Форстер, М.Фридман, Р.Фриман, К.Фукукава, С. Хедберг, А.Шапиро и другие.

В России в настоящее время достаточно большое внимание уделяется вопросам этики бизнеса и моделям социального партнерства, в то время как исследований посвященных непосредственно концепции КСО, недостаточно. В российской научной среде специалистами в вопросах КСО можно считать таких исследователей, как И.Барбашин, С.Братющенко, А.Гизатуллин, С.Гончаров, М.Корсакова, Н.Кричевский, О.Кузнецова, С.Литовченко, М.Лучко, В.Садков, И.Соболева и А.Шевчук.

Следует отметить труды А.Булатова, Л.Глухарева, Е.Касаткиной, С.Киселева, В.Клавдиенко, В.Колесова, М.Кулакова, Е.Мазуровой, А.Николаева, Ю.Осипова, М.Осьмовой, В.Панькова, В.Рубе, Б.Смитиенко, И.Фаминского, Р.Хасбулатова, Г.Чибрикова и других, посвященные проблемам глобализации, особенностям развития мировой экономики, которые оказали большую помощь при формировании научной концепции диссертации.

Методология диссертации строится на системном подходе к изучению вопросов КСО и использовании инструментов структурно-функционального и сравнительного анализа как на макро- так и на микроуровне. В работе использованы материалы научно-практических конференций и бизнес-форумов, аналитические материалы информационных агентств и СМИ, оценки экспертов, документы международных организаций, исследования специализированных бизнес-ассоциаций, интернет-сайты российских и зарубежных компаний, корпоративные социальные отчеты компаний, имеющиеся в свободном доступе.

Научная новизна диссертации представлена следующими положениями и выводами:

- Предложено авторское определение КСО, базирующееся на имеющихся теоретических наработках зарубежных и российских исследователей данной концепции, достаточно полно отражающее суть данного понятия, а также дающее представление об основных целях внедрения принципов КСО в международную деловую практику. КСО определяется автором как политика компании в отношении её стейкхолдеров, выходящая за рамки установленных национальным законодательством норм ведения бизнеса, а также предполагающая симбиоз экономических, социальных и экологических аспектов деятельности.

- Определены теоретические основы КСО. По результатам анализа научных работ и существующих теоретических подходов к пониманию сути КСО выделены несколько основополагающих теорий, определивших направления

концептуальной эволюции КСО: теория стейкхолдеров, модель иерархии КСО, модель четырех уровней воздействия КСО, пирамида Кэрролла, теория ЗР и теория сфокусированной социальной ответственности Портера.

- Сформулированы основные черты и особенности страновых моделей КСО. Выделены американско-канадская и европейская модели КСО. Выявлена специфика внедрения принципов КСО в азиатских странах, в частности, в Японии, Китае и Сингапуре. Сделаны выводы, во-первых, о высокой степени социальной и экологической ответственности японских компаний, во-вторых, о существенной роли государства в продвижении принципов КСО в Китае и, в-третьих, о формировании сингапурской модели КСО по аналогии с англо-американской моделью. Определены перспективы развития российской национальной модели КСО и сделан вывод о её схожести с европейской и китайской моделями. Обозначены барьеры, тормозящие внедрение данной стратегии в России, такие как слабость рыночных институтов, негативное отношение общества к крупному бизнесу, «благотворительный рэкет», слабость гражданского общества.

- В результате анализа различных подходов к внедрению принципов КСО и подготовке корпоративной социальной отчетности предложена авторская классификация стандартов КСО. Среди основных групп стандартов выделены а)стандарты по составлению и верификации нефинансовой отчетности, б)экологические стандарты, в)стандарты по охране и безопасности труда, г)рекомендации по охране прав человека и решению глобальных проблем, д)стандарты ответственного корпоративного управления, е)отраслевые стандарты, ж)национальные стандарты, з)собственные стандарты компаний и и)рекомендации и стандарты, не имеющие официального статуса.

- На основе детального рассмотрения корпоративных социальных отчетов семи нефтегазовых компаний, представляющих Европу, США, Китай и Россию («Шелл», «Тотал», «Эни», «Эксон Мобил», «Петрочайна», «Лукойл» и «Татнефть») проведено сравнение путей реализации принципов КСО в зарубежной и российской деловых практиках. По итогам анализа составлены корпоративные социальные профили рассмотренных компаний, представляющие собой новый подход к классификации компаний с точки зрения их деятельности в области поддержания устойчивого развития. Данная классификация отражает авторский подход к определению КСО, позволяя учитывать симбиоз социальных, экономических и экологических аспектов функционирования компании.

- Анализ зарубежного опыта КСО и рассмотрение страновых особенностей позволили автору сделать выводы относительно современного этапа развития КСО в России и дать рекомендации российским компаниям. Во-первых, сформулированы рекомендации для российских нефтегазовых компаний касательно вопросов составления корпоративных социальных отчетов. Во-вторых, на основе исследования были предложены более широкие рекомендации

российскому бизнесу в целом относительно внедрения принципов КСО и использования тех возможностей, которые предлагает данная концепция.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования. Настоящая диссертация представляет собой исследование, посвященное анализу тенденций развития корпоративной социальной ответственности. Работа опирается на исследования известных зарубежных и российских экспертов в области КСО, а также на опыт западных, азиатских и российских компаний при поиске путей внедрения КСО в их бизнес-практику.

Выводы и рекомендации, полученные в рамках диссертации, могут быть использованы различными государственными органами России, ответственными за выработку политики страны в сферах частно-государственного партнерства, налогообложения, стимулирования инноваций, повышения инвестиционной привлекательности страны и более широко – при разработке концепции национальной экономической и социальной безопасности страны. Результаты исследования могут также применяться для разработки учебных курсов по этике бизнеса и корпоративной социальной ответственности в высших учебных заведениях экономического, социального и философского профилей.

Апробация работы. Работа прошла апробацию на кафедре мировой экономики экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова.

Результаты исследования были использованы экономическим факультетом МГУ имени М.В. Ломоносова в курсе «Экономика зарубежных стран» и спецкурсах «Международный бизнес: теория и организационные основы», «Этика бизнеса», «Организационное поведение».

Помимо этого, результаты работы нашли свое применение в деятельности российской компании ООО «ТВА Логистик» и московском представительстве международной фирмы «Кролл Ассошиэйтс Ю-Кей Лимитед».

Основные положения диссертации изложены автором в пяти научных публикациях, в том числе в трех статьях в журналах из перечня российских рецензируемых научных журналов, определенного ВАК.

Структура диссертации определяется целью исследования и поставленными задачами. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения и библиографического списка, насчитывающего 172 наименования на русском и английском языках.

Структура диссертации

Введение

Глава 1. Теоретические основы концепции корпоративной социальной ответственности

- 1.1. Корпоративная социальная ответственность как этический принцип в деятельности компаний
- 1.2. Основные этапы формирования концепции КСО
- 1.3. Теории, лежащие в основе КСО
- 1.4. Анализ существующих подходов к определению КСО
- 1.5. Инструменты реализации стратегии КСО

Глава 2. Особенности национальных моделей КСО в зарубежных странах и России

- 2.1. Модели социального партнерства в зарубежных странах
- 2.2. Модель КСО в США и Канаде
- 2.3. Европейская модель КСО
- 2.4. Специфика КСО в странах Азии
- 2.5. Формирования российской национальной модели КСО

Глава 3. Корпоративная социальная отчетность в деятельности российских и зарубежных компаний

- 3.1. Определение и принципы составления корпоративных социальных отчетов
- 3.2. Классификация основных стандартов в области КСО
- 3.3. Механизм верификации корпоративных социальных отчетов
- 3.4. Эволюция социальной отчетности в зарубежных странах и России
- 3.5. Корпоративные социальные отчеты российских и зарубежных нефтегазовых корпораций

Глава 4. Стратегия КСО в международном бизнесе и в России

- 4.1. Влияние КСО на эффективность бизнеса
- 4.2. Основные методы оценки социальной ответственности
- 4.3. КСО как маркетинговая стратегия
- 4.4. КСО как стратегия управления репутационными рисками
- 4.5. Современный этап развития КСО в России

Заключение

Библиография

2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

История формирования концепции КСО и теории, лежащие в её основе

Корпоративная социальная ответственность является одним из принципов этики бизнеса, которая в свою очередь является составной частью более общей философской дисциплины - этики. Система принципов этики своими корнями уходит в древнегреческую философию, где впервые были подняты вопросы о соотношении морали и разума, однако движение за этичность бизнеса получило широкое распространение лишь в конце XIX - начале XX веков. Возникновение самой концепции социальной ответственности на западе относят к началу прошлого века, при этом сам термин КСО появился лишь в 1953 году, благодаря книге американского экономиста Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена».

В диссертации проанализировано, что по мере своего развития концепция разделила общество на два противоборствующих лагеря сторонников и противников КСО. К последним относился известный экономист Милтон Фридман, полагавший, что социальная ответственность бизнеса заключается лишь в эффективном использовании ресурсов с целью увеличения прибыли и в соблюдении «правил игры». Несмотря на это, КСО стала активно внедряться американскими и европейскими компаниями, которые видели в ней возможности повысить конкурентоспособность. Дополнительными факторами, повлиявшими на становление концепции КСО, стали осмысление человечеством глобального уровня экологических проблем, а также поиск альтернативных источников энергии.

Согласно авторскому определению, КСО – это политика компании, выходящая за рамки установленных национальным законодательством норм ведения бизнеса, предполагающая симбиоз экономических, социальных и экологических аспектов деятельности и нацеленная на достижение финансовых и стратегических целей компании (повышение капитализации и прибыльности, рост деловой репутации и конкурентоспособности). Основными задачами КСО являются выработка стратегии управления репутационными рисками компании и поддержание стабильности на нескольких уровнях: внутри предприятия, в определенном рыночном сегменте и в обществе в целом.

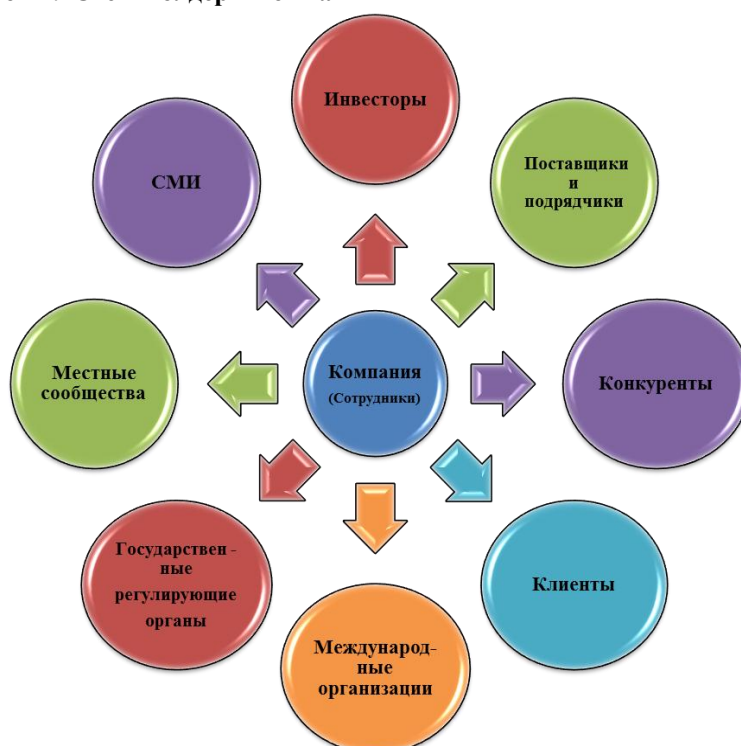
В работе подчеркивается, что концепция КСО лежит своей плоскостью на пересечении нескольких наук – мировой экономики, теории менеджмента/корпоративного управления, социологии, экологии и философии, – что обуславливает определенные трудности в создании теоретической базы КСО. Автор данного исследования синтезирует и систематизирует имеющиеся теоретические представления о социальной ответственности бизнеса, выделяя и дополняя основные модели и теории, которые легли в основу понимания КСО.

Также для каждой модели автор представил или дополнил её графическую интерпретацию. Согласно авторскому анализу, в настоящее время можно выделить следующие теории КСО:

- теория стейкхолдеров

Теория стейкхолдеров была сформулирована в середине 80-ых годов прошлого века экономистом Р.Фриманом. Под стейкхолдерами подразумеваются любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения или оказывающиеся под воздействием этих решений (рис.1). Компания должна активно строить гармоничные отношения со всеми стейкхолдерами, несмотря на наличие конкурирующих целей у каждой из групп.

Рисунок 1. Стейкхолдеры компании



Источник: Составлено автором по материалам Лучко М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха. М.: ЭКСМО, 2006. С. 13.

- модель иерархии КСО

Модель иерархии КСО представляет социальную ответственность в виде пирамиды, состоящей из трех уровней: базового, продвинутого и высшего (рис.2).

Данная модель позволяет наглядно продемонстрировать различия между обязательными требованиями общества относительно соблюдения компаниями социальных стандартов и законодательно закрепленных норм и добровольным вкладом компании в развитие человеческого капитала и окружающей среды.

Рисунок 2. Иерархия КСО



Источник: Составлено автором по материалам Братюченко С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций). 2005. URL: http://nesch.ieie.nsc.ru/wrk/Soc_otvets.htm (дата обращения 23.09.2010).

- модель четырех уровней воздействия КСО

Данная модель позволяет разграничить те сферы, на которые ориентированы социальные программы компании. В соответствии с ней можно выделить внутрикорпоративный уровень, уровень рыночного воздействия, уровень общественного воздействия и уровень глобального воздействия (рис.3). На каждом уровне – свои задачи, однако в то же время определенные стратегии КСО могут осуществляться на нескольких уровнях одновременно. Так, например, внедрение инноваций может не только способствовать экономическому прогрессу общества и укреплению позиций компании на рынке, но и оказывать положительное влияние на экологию, выходя тем самым на глобальный уровень воздействия.

Рисунок 3. Уровни воздействия КСО



Источник: Составлено автором.

- пирамида Кэрролла

Данный подход опирается на разграничение того, какого вида ответственность существует у корпорации. Кэрролл выделяет четыре вида ответственности компании – экономическую, правовую, этическую и филантропическую (рис.4).

Рисунок 4. Пирамида Кэрролла



Источник: Составлено автором по материалам статьи Carroll, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, 1991. URL: <http://www.cbe.wvu.edu/dunn/rprnts.pyramidofcsr.pdf> (дата обращения: 21.11.2011).

- теория 3Р

В соответствии с моделью 3Р – Люди, Планета, Прибыль (от англ. People, Planet, Profit) – между тремя её элементами происходит постоянный симбиоз, и развитие одного из компонентов приводит к развитию остальных компонентов модели (рис.5). Теорию 3Р в литературе также называют «принципом триединства» (от англ. triple bottom line, или 3BL, или TBL). Данный принцип, который часто используется как стандарт при составлении корпоративной социальной отчетности, подразумевает необходимость включения в корпоративный социальный отчет компании экономических, экологических и социальных вопросов. «Принцип триединства» был впервые использован как термин в 1994 году англичанином Джоном Элкингтоном – соучредителем агентства SustainAbility и одним из крупнейших исследователей концепции КСО.

Рисунок 5. Теория 3Р (планета, люди, прибыль)

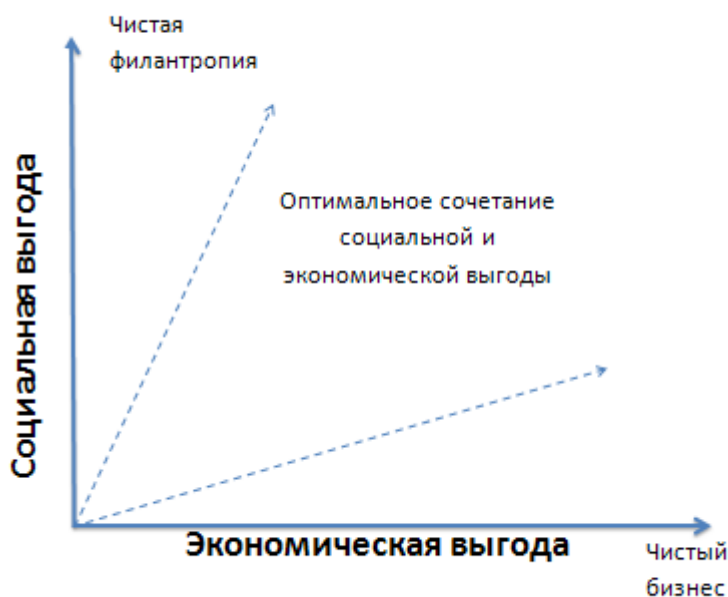


Источник: Составлено автором.

- теория сфокусированной социальной ответственности Портера

Данный подход, сформулированный Майклом Портером в 1999 году, подразумевает внедрение стратегии КСО, направленной на конкретные группы стейкхолдеров с целью реализации социальных проектов, которые бы оптимизировали достижение как финансовых, так и социальных целей в деятельности компании. Основными задачами, по мнению Портера, становятся, во-первых, определение тех областей, в которых компании следует сфокусировать свою социальную ответственность для улучшения конкурентоспособности, а во-вторых, поиск эффективных путей реализации КСО.

Рисунок 6. Сочетание достижения экономических и социальных целей



Источник: Лучко М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха. М.: ЭКСМО, 2006, С. 90.

Помимо анализа моделей КСО, автором также рассмотрены несколько научных подходов к взаимосвязи социальной ответственности и финансовой эффективности бизнеса и сделан вывод, что подобная взаимосвязь существует, однако единое мнение относительно характера данной взаимосвязи в научном сообществе пока не выработалось.

Особенности страновых моделей КСО

Как показано в работе, каждой стране присуща определенная национальная модель КСО, базирующаяся на исторически сложившихся особенностях социального партнерства. На основе проведенного исследования автор выделяет две региональные модели КСО – американско-канадскую и европейскую.

Автор отмечает, что экономика США характеризуется минимальным вмешательством государства в регулирование социально-экономических отношений. В то же время страна известна традициями систематического участия бизнеса в финансировании различных некоммерческих проектов. Основным инструментом проведения политики КСО для американских компаний становится создание корпоративных фондов, нацеленных на решение разнообразных социальных проблем посредством бизнеса. Социально ответственное поведение корпораций поощряется соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне. Кроме того, в США имеется большой процент «этичных потребителей», которые предъявляют высокие этические требования к корпоративному сектору. По информации консалтинговой компании Cone/Roper, в США 78% покупателей охотнее купят продукцию, если часть средств от покупки пойдет на благотворительную деятельность, а 66% готовы сменить привычную торговую марку на марку компании, которая поддерживает социальные проекты¹. И наоборот, если продукты компании небезопасны или некачественны, то такие фирмы будут «наказаны» либо отсутствием спроса и «бойкотированием» продукции, либо судебными исками с требованием материальной или моральной компенсации.

Большое влияние на корпоративный сектор и социальную ответственность американских компаний оказывают различные неправительственные и некоммерческие организации, которые представляют интересы различных социальных, религиозных и общественных групп. Тем не менее, в последнее время американская модель претерпевает некоторые изменения в направлении более активного вмешательства государства в социальные проблемы. К примеру, с 2002 года в США действует закон Сарбейнса-Оксли, который стал следствием многочисленных корпоративных скандалов в крупнейших американских компаниях («Энрон» и «УорлдКом»). Закон значительно ужесточил требования к

¹ Российская газета (приложение «Компании года»). 2011. 15 декабря (№282).

финансовой отчетности открытых акционерных обществ, в частности, требуя от них большей социальной ответственности, прозрачности, полноты и усиления внутреннего контроля. Кроме того, в США на повестке дня стоят возможные социальные реформы, связанные с внедрением системы обязательного медицинского страхования.

Американская модель КСО схожа с канадской моделью по основным признакам, и следует лишь отметить, что в Канаде многие организации сотрудничают с Национальным институтом качества Канады, внедряющим специальный канадский стандарт КСО – модель совершенства качества и здорового рабочего места.

Как отмечено в диссертации, модель КСО континентальной Европы можно охарактеризовать наличием государственного регулирования социальной сферы, поэтому эту модель зачастую относят к скрытым формам КСО. Так, во многих европейских странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий и ряд других социально значимых вопросов. Другими словами, базовый уровень КСО для европейских компаний уже подразумевает большое количество социальных инициатив. При рассмотрении европейских страновых моделей КСО, стоит особо выделить британскую модель, где наряду с типично европейским вниманием государства и общества к социальной деятельности организаций присутствуют элементы инициации социальных программ со стороны частных компаний. В связи с этим англо-американскую модель КСО нередко выделяют в отдельную подмодель.

Конечно, существуют определенные различия в применении принципов КСО в разных странах Европы, однако схожего между ними больше. Это проявляется, прежде всего, в том, что европейские политики придают существенное значение поддержке всевозможных инициатив в области КСО, в том числе и на наднациональном уровне. Многие исследователи полагают, что на данный момент именно Европа, а не Америка, вышла в лидеры как по масштабам применения, так и по эффективности КСО. К сегодняшнему дню в мире из 22 тысяч корпоративных нефинансовых отчетов более половины приходится на отчеты компаний Евросоюза. Кроме того, европейскими компаниями представлены более половины организаций, подписавшихся под основным международным сводом принципов КСО – Глобальным Договором ООН. Из более чем трех тысяч некоммерческих компаний, консультирующихся в области КСО, 37% работают в ЕС.

Диссертант подчеркивает, что благодаря нарастанию процессов глобализации и активности ТНК, концепция КСО начала проникать и на азиатские рынки, став одним из важнейших направлений деятельности многих азиатских компаний. Тем не менее, для большинства стран Азии данная концепция является достаточно новой и полностью не оформившейся. Многие инициативы КСО в конечном итоге

заимствуются азиатскими компаниями у Запада, однако претерпевают определенные изменения в силу специфики азиатской культуры и философии. Многоликость и многогранность Азии не позволяет выделить единую модель КСО, характерную для всего азиатского региона, так как страны Азии находятся на разных уровнях развития, имеют свою специфику, и во многих из них концепция социально ответственного бизнеса еще не укоренилась в достаточной степени. В данной работе рассмотрение особенностей КСО азиатского региона опирается на анализ опыта трех стран – Японии, Китая и Сингапура.

Наиболее прочно принципы КСО укоренились в Японии – страна считается одним из лидеров в области экологической ответственности и подготовки корпоративной социальной отчетности. Японские компании находятся «в тренде» общемирового вектора КСО, используют схожие с Западом инструменты корпоративной социальной политики и не ограничиваются декларированием своих инициатив КСО, а создают специальные органы контроля за выполнением этих инициатив. Социально ответственное поведение, уважение к людям и природе заложены в традициях японской культуры, что придает японской модели КСО определенную специфику. Стоит также отметить, что многие исследователи говорят о схожести японской модели КСО с аналогичной моделью Южной Кореи.

Специфика китайской модели КСО заключается в превалирующей роли государства, которое стремится продвигать практику ответственного поведения в вопросах экологии и социальной сферы, в связи с нарастающими социальными рисками и надвигающейся экологической катастрофой в стране. В 2006 году правительство КНР опубликовало Рекомендации по составлению корпоративной социальной отчетности в Китае. Государство активно призывает компании внедрять стратегию КСО с целью улучшения бренда, репутации и конкурентоспособности китайских товаров. В частности, Китай стремится избавиться от негативного восприятия потребителями товаров бренда «made in China».

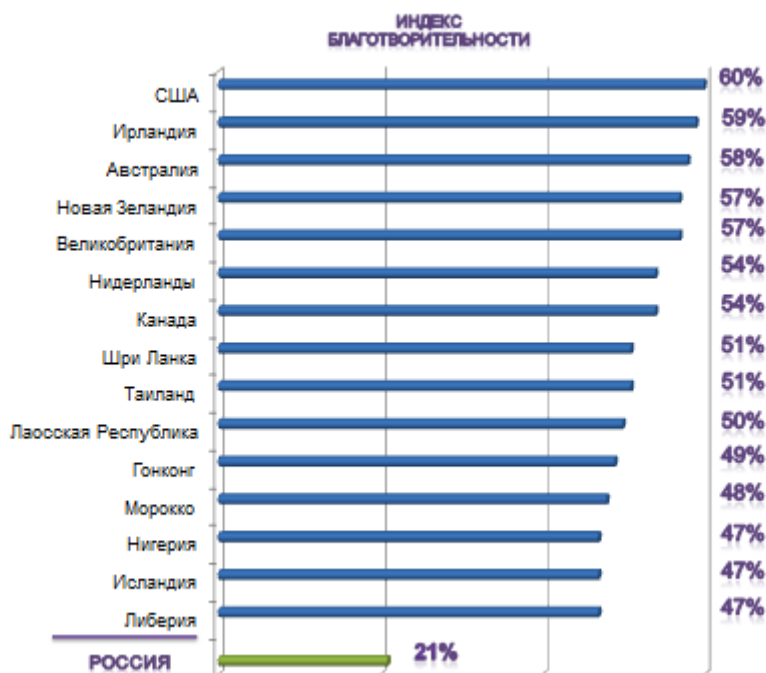
Сингапурская модель КСО формируется достаточно быстрыми темпами, заимствуя опыт, прежде всего, англо-американской модели, чему во многом способствует отсутствие языкового барьера. Вопросы КСО в Сингапуре являются предметом трехстороннего сотрудничества между правительством, бизнесом и профсоюзами. В Сингапуре нефинансовая отчетность в большей степени характерна для транснациональных компаний, которые осуществляют свою экономическую деятельность в Сингапуре, и в меньшей степени, для национальных компаний страны.

Российская модель КСО находится на этапе формирования и существует ряд факторов, тормозящих становление КСО в России, в частности, отсутствие государственного стимулирования инициатив КСО, слабость рыночных институтов, коррупция и пр. Однако уже отмечается некое сходство российской

модели с европейской и китайской моделями, где основным инициатором социально ответственного поведения являются органы власти.

В работе отмечается, что Россия существенно уступает многим странам с точки зрения эффективности решения социальных проблем. Например, рейтинге благотворительности 2011 года (см. табл. 1), составленном CAF (Charities Aid Foundation), Россия занимает лишь 130 место из 153 возможных.

Таблица 1. Топ-15 Лидеры мирового рейтинга благотворительности



Источник: Charities Aid Foundation: World Giving Index 2011.

URL: https://www.cafonline.org/pdf/World_Giving_Index_2011_191211.pdf (дата обращения: 01.12.2011).

Тем не менее, в России растет число «этичных» потребителей, а 24% российских компаний уже сейчас отчитываются о своей социальной и экологической деятельности в соответствии с международными рекомендациями. Кроме того, 70% компаний в России (больше, чем в остальных странах) считают, что КСО помогает продвижению компаний на развивающихся рынках².

Однако многим российским компаниям социально ответственные мероприятия навязываются «сверху», что может привести к искажению сути КСО, которая изначально предполагает добровольное участие бизнеса в социальных и экологических мероприятиях, реализация которых должна способствовать улучшению финансовых показателей компании.

² Российская газета (приложение «Компании года»). 2011. 15 декабря (№282).

Корпоративная социальная отчетность и стандарты КСО

Диссертация показывает, что бурное развитие КСО в конце прошлого века привело к необходимости разработки механизмов коммуникации и верификации. В качестве первого механизма компании все чаще используют корпоративные социальные отчеты, которые также называют отчетами в области устойчивого развития, или нефинансовыми отчетами. Механизмом верификации данных отчетов становится аудит, проведенный внешней независимой компанией для анализа и подтверждения достоверности информации, изложенной в корпоративном социальном отчете компании.

В результате ведения нефинансовой отчетности принципы КСО, которыми руководствуется компания, как бы материализуются в форме корпоративного социального отчета. Корпоративный социальный отчет – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров, клиентов, общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своих стратегических планах развития цели в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности. Подобный отчет является инструментом создания репутации компании, а также ее позиционирования в глобальном деловом пространстве. В последние годы все большее распространение получают стандартизированные формы отчетности.

Стандарты КСО разрабатываются международными организациями или специальными агентствами и используются компаниями при раскрытии информации о своей деятельности в области устойчивого развития. На основе анализа мировых тенденций и имеющихся научных и практических наработок, автором была разработана и предложена научная классификация стандартов, существующих в области КСО. В соответствии с этой классификацией, можно выделить следующие виды стандартов в этой сфере:

- Стандарты по составлению и верификации нефинансовой отчетности. Данные стандарты представляют определенный формат для составления нефинансового отчета и его верификации. Наиболее известными и распространенными стандартами в этой области являются стандарты GRI и AA1000.

- Экологические стандарты. К данному виду следует отнести рекомендации различных международных и национальных экологических организаций (Greenpeace и WWF), Европейские принципы экологического менеджмента и аудита (EMAS), Руководство по измерению экоэффективности, разработанное ООН. Одними же из наиболее известных международных стандартов в сфере экологического менеджмента являются стандарты серии ISO 14000.

- Стандарты по безопасности и улучшению условий труда. Наиболее известными международными стандартами в данной области являются стандарты «Социальная ответственность» SA 8000 и стандарт «Система менеджмента здравоохранения и безопасности» OHSAS-18001.

- Рекомендации по охране прав человека и решению глобальных проблем. Данные рекомендации в большинстве случаев разрабатываются авторитетными международными организациями. Следование подобным рекомендациям позволяет компаниям, помимо всего прочего, получить эффект «переноса имиджа». Благодаря данному эффекту, собственный имидж компаний растет посредством приобщения к стандартам, которые рекомендованы организациями, пользующимися значительным авторитетом в обществе. В качестве наиболее известных руководств в данной области следует выделить Глобальный Договор ООН и Руководство ОЭСР для ТНК.

- Стандарты ответственного корпоративного управления. В настоящее время этика корпоративного управления и прозрачность компании являются одними из важнейших условий доверия акционеров и, как следствие, благополучия всего бизнеса. Среди известных стандартов и рекомендаций в области корпоративного управления следует выделить американский закон Сарбейнса-Оксли, Рекомендации ЕБРР по внедрению рациональных деловых норм и корпоративной практики, Принципы корпоративного управления ОЭСР, Критерии Международной сети по корпоративному управлению, Принципы корпоративного управления Евроакционеров и др.

- Отраслевые стандарты. Данные стандарты существуют в различных отраслях экономики. В качестве примера можно привести Руководство по добровольной отчетности в области устойчивого развития для компаний нефтегазовой отрасли, разработанное Международной ассоциацией нефтегазовой промышленности по сохранению окружающей среды (ИРЕСА). В автомобильной промышленности - Руководство по КСО для японских автопроизводителей, в химической промышленности – международная инициатива по выработке стандартов КСО «Ответственная Забота» и др.

- Национальные стандарты. Собственные бизнес-стандарты в различных странах могут разрабатываться авторитетными национальными ассоциациями. В России к такой инициативе можно отнести Социальную хартию российского бизнеса, разработанную РСПП. Кроме того, в 2007 году Всероссийской организацией качества был создан стандарт ВОК-КСО-2007 «Социальная ответственность организации. Требования». В Великобритании в 2007 году было создано Руководство по отчетности в области устойчивого развития под эгидой принца Уэльского, а в Австралии существует национальный стандарт по КСО – AS 8003.

- Собственные стандарты компаний. Практически каждая крупная компания, особенно если она транснациональная, в обязательном порядке создает собственные стандарты деловой практики, которым должны следовать не только все сотрудники, но и деловые партнеры компании. Например, Общие Принципы компании «Шелл» существуют с 1976 года, а в компании «Нестле», помимо общего

свода деловых принципов, прописаны отдельные принципы и стандарты компании по вопросам правильного питания, качества продукции, охраны и безопасности труда, взаимоотношения с потребителями, обеспечения охраны прав человека.

- Рекомендации и стандарты, не имеющие официального статуса. Наряду с признаваемыми в качестве официальных стандартов КСО в мировой экономической практике существует ряд неформальных нормативных документов, разработчиками которых могут быть даже отдельные граждане. Среди подобных инициатив можно назвать стандарты «Саншайн», принятые в 1996 году американской некоммерческой организацией Альянс стейкхолдеров, глобальные принципы Салливана (опубликованы в 1999 году американским священником Леоном Ховардом Салливаном) и стандарт Good Corporation, разработанный в 2000 году одноименной британской консалтинговой компанией.

Согласно исследованию, проведенному консалтинговой фирмой «КПМГ» в 2008 году, процент компаний (из списка 250 крупнейших компаний мира), предоставляющих социальную отчетность, вырос с 45% в 2002 году до 52% в 2005 году и до 80% - в 2007 году. При этом наиболее широкое распространение на данный момент корпоративная социальная отчетность получила среди компаний Японии и Великобритании. Меньше всего тенденция предоставления социальных отчетов распространена среди компаний Мексики³.

Существование общепринятых стандартов предоставления социальной отчетности позволило автору провести сравнение нефинансовых отчетов зарубежных и российских нефтегазовых компаний. В качестве компаний для анализа автором были выбраны три представительницы Европы (англо-голландская «Ройал Датч Шелл», французская «Тотал» и итальянская «Эни»). В список также было включено по одной компании из США и Китая («Эксон Мобил» и «ПетроЧайна» соответственно), а также две российские компании («Лукойл» и «Татнефть»).

Отчеты данных компаний были проанализированы с точки зрения раскрытия информации по следующим вопросам:

- стандарты и верификация отчетности
- язык и границы отчетности
- структура отчета
- корпоративное управление и этические принципы
- экологические вопросы и изменение климата
- альтернативные источники энергии
- взаимоотношения с сотрудниками
- отношения с местными сообществами

³ KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting.

URL: <http://www.kpmg.com/LU/en/IssuesAndInsights/Articlespublications/Documents/KPMG-International-Survey-on-Corporate-Responsibility-Reporting.pdf> (дата обращения 11.10.2011).

- отношения с деловыми партнерами и потребителями

Результатом сравнения нефинансовых отчетов зарубежных и российских компаний стало составление корпоративных социальных профилей рассмотренных семи компаний, а также выработка рекомендаций для отечественных компаний, функционирующих в данной отрасли. В частности, им предложено расширять границы отчетности и включать в рассмотрение вопросы по проведению мероприятий КСО за пределами России, уделять больше внимания экологическим вопросам, минимизировать имиджевую составляющую отчета, сделав больший акцент на поиске путей устойчивого развития отрасли в целом.

Роль стратегии КСО в международном бизнесе и в России

Как показано автором, следование принципам корпоративной социальной ответственности в международном бизнесе – это осознанная стратегия, используемая компаниями для достижения конкурентного преимущества. Данное преимущество достигается за счет повышения лояльности сотрудников, управления репутацией и нефинансовыми рисками компании. Отдельные шаги по внедрению КСО помогают снижать издержки, более того, многие инвесторы полагают, что социально ответственные компании являются более безопасными для инвестирования. Существуют исследования, согласно которым у компаний, реализующих концепцию социальной ответственности, на протяжении 10 лет финансовые показатели были выше, чем у компаний, не следующих принципам КСО, 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%.⁴

Кроме того, внедряя принципы КСО, компания получает так называемые «лицензию на деятельность» и «лицензию на сотрудничество». Под «лицензией на деятельность» подразумевается то, что компании берут на себя добровольные социальные обязательства, добиваясь тем самым позитивного отношения со стороны местного сообщества и органов управления и получения определенного «разрешения» на осуществление своей деятельности. Другими словами, КСО является своеобразным индикатором того, что компания является «ответственным гражданином» и серьезно относится к вопросам охраны труда, защиты окружающей среды, поддержания биоразнообразия и др. И наоборот, отсутствие подобной неформальной лицензии нередко существенно затрудняет ведение бизнеса. «Лицензия на сотрудничество» является расширенным пониманием термина «лицензии на деятельность». В данном случае компания не просто имеет возможность осуществлять свою деятельность, но также способна выстраивать плодотворные партнерские взаимоотношения со всеми своими стейкхолдерами.

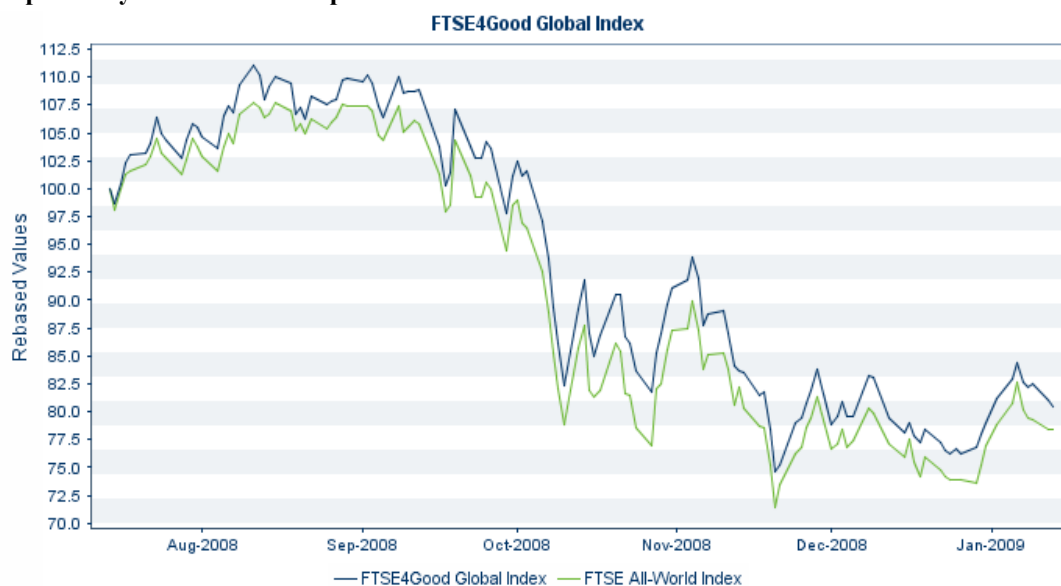
⁴ Weiser, J., Zadek, S. Conversations with Disbelievers. Ford Foundation, 2000. P. 39-40.

Это особенно важно в эпоху углубления глобализации, которая провоцирует быстрые и обширные структурные изменения на рынках.

Репутация, формируемая за счет приверженности концепции КСО, способствует увеличению числа лояльных стейкхолдеров. При прочих равных, сотрудники пойдут работать в социально ответственную компанию, потребители купят ее товары, вырастет число акционеров, деловые партнеры захотят сотрудничества и т.д. При этом вполне вероятно увеличение доходов подобной компании. Все вышеперечисленные факторы позволяют компании добиться основного и самого важного эффекта, а именно, повышения нормы прибыли и капитализации компании.

Таким образом, КСО является стратегией формирующей конкурентные преимущества компании, что позволяет ей достигать более высоких показателей прибыли и капитализации. Это работает даже при неблагоприятных рыночных условиях. К примеру, анализируя динамику индекса социальной ответственности FTSE4Good (рис.7) в кризисный период с августа 2008 по январь 2009, можно заметить, что падение капитализации социально ответственных компаний (верхняя линия) было сравнительно ниже, нежели общемировой спад.

Рисунок 7. Сравнительная динамика капитализации социально ответственных компаний мира с августа 2008 по январь 2009



Источник: URL: http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/Performance_Analysis.jsp (дата обращения: 15.01.2009).

Тем не менее, до сих пор существует ряд критиков концепции, по мнению которых КСО – это дополнительные издержки и своеобразное прикрытие для ухода от государственного регулирования, а экономический эффект КСО невозможно посчитать математически.

Диссертантом подчеркивается, что КСО может выступать как инструмент маркетинговой политики, например, при проведении социально значимого маркетинга, диверсификации брендов (создании «этичных» брендов),

использовании экологичной упаковки и социально ответственных логотипов и др. Однако долгосрочного эффекта КСО можно добиться лишь при инкорпорировании данной стратегии в общую стратегию управления компанией.

В международной практике принято использовать следующие методы для измерения и сопоставления принципов КСО: контент-анализ корпоративных публикаций, эмпирический анализ, специализированные индикаторы КСО, рейтинги и индексы КСО. Особое внимание в работе уделено рассмотрению рейтингов и индексов КСО, представляющих в настоящее время один из наиболее популярных способов оценки сопоставления компаний с точки зрения их приверженности стратегии ответственного ведения бизнеса.

В России задача внедрения практики социальной ответственности бизнеса стоит довольно остро. Стратегия КСО способна нивелировать социальное напряжение за счет выстраивания плодотворных отношений между бизнесом и местными сообществами. Однако для достижения данных целей необходима поддержка властей и социальная ответственность государства. Российскому бизнесу также предстоит преодолеть ряд проблем на пути внедрения международных принципов и стандартов КСО. Это и неразвитость социально ответственного инвестирования, и низкая скорость обратной связи с международными институтами отчетности, и слабо структурированный рынок экспертизы и консалтинга в данной области. В связи с этим российским компаниям в самое ближайшее время придется одновременно решать две задачи: становиться активными участниками уже созданных международных ассоциаций и рейтингов и развивать собственные институты, создавать свои рейтинги.

3. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Одним из самых главных выводов автора является подтверждение жизнеспособности концепции корпоративной социальной ответственности и признание мировым сообществом необходимости развития данного процесса. В последние годы увеличивается количество публикаций, посвященных вопросам этики бизнеса и КСО, все большее число крупных западных корпораций составляют нефинансовые отчеты и пишут кодексы делового поведения, проводят социально ответственные мероприятия и следуют принципу «going green», что обозначает их стремление максимально снизить свое негативное воздействие на экологию. Во многом это связано с тем, что в последние 15–20 лет компании стали понимать, что весь мировой прогресс может сойти на нет, если развитие не будет устойчивым, а бизнес – социально ответственным. Это вызвано появлением многочисленных фактов, которые сигнализируют о глобальном потеплении и ухудшении экологии. Кроме того, учет социальных вопросов и поддержание местных сообществ приобретают особую важность в связи с необходимостью

установления социальной стабильности, особенно в развивающихся странах, где осуществляют свою деятельность многие транснациональные компании. Однако и в развитых странах, роль КСО усиливается в связи с шаткостью позиций капитализма и недовольством широкой общественности ухудшением экономики, в частности финансовым кризисом 2008-2009 гг. Поэтому неслучайно именно сейчас мировым сообществом делаются попытки установить баланс приоритетов разума и морали, бизнеса и этики. И следование принципам социальной ответственности по отношению к стейкхолдерам уже не только дань моде, но и объективная реальность, позволяющая компаниям добиваться конкурентного преимущества.

На основе рассмотрения страновых моделей КСО в диссертации был сделан вывод о том, что в настоящее время сформировано две региональные модели КСО – американская и европейская. Американская модель схожа с канадской моделью КСО, в то время как в европейской модели особняком стоит британская модель, сочетающая в себе элементы американской и европейской моделей. Говоря об азиатских странах, автор отмечает, что региональной азиатской модели КСО не существует, так как в каждой стране имеются свои особенности, своя специфика и как следствие – свои национальные мини-модели КСО. Наиболее развита практика КСО в Японии, тогда как в остальных странах концепция КСО является еще довольно новой и до конца не оформившейся. Российская национальная модель КСО находится на этапе формирования, однако уже сейчас заметны её сходства с европейской моделью КСО и, в некоторой степени, с китайской.

Автор также приходит к выводу, что в настоящее время наблюдается рост научного и практического интереса к вопросам составления и верификации корпоративных социальных отчетов, являющихся наиболее распространенным способом информирования общественности об инициативах компании в области КСО. А существование международных стандартов в области КСО позволяет проводить качественное сравнение подобных отчетов.

Диссертант делает вывод о том, что в стратегию корпоративной социальной ответственности в последнее время все чаще включаются вопросы инновационного развития. На примере рассмотренных автором нефтегазовых компаний видно, что в настоящее время ведутся многочисленные исследования по созданию и внедрению интегрированных систем управления, энергосберегающих механизмов производства, новых технологий получения энергии, улавливания и хранения CO₂ и пр. Данный механизм КСО рекомендуется использовать и российским компаниям в качестве стратегии повышения конкурентоспособности.

Как показано в работе, уже сегодня можно сделать вывод о том, что стратегия КСО начинает постепенно использоваться российским бизнесом. Отечественные металлургические и нефтегазовые компании становятся крупнейшими игроками на мировых рынках и уже не могут оставаться в стороне от западных этических стандартов. Кроме того, в России начинают появляться собственные рейтинги,

ранжирующие компании по уровню их приверженности социально ответственному поведению. Проведенное в работе сравнение нефинансовых отчетов зарубежных и российских нефтегазовых компаний позволило автору наглядно продемонстрировать, что наиболее информативными являются корпоративные социальные отчеты западных компаний, которые также делают существенный упор на развитии альтернативных источников энергии. Тем не менее и российские, и китайские нефтегазовые компании идут по пути совершенствования практики социальной отчетности, однако в отчетах данных компаний все же заметен своеобразный имиджевый элемент.

Важным выводом диссертации является вывод о возрастании роли репутации компании в международном бизнесе в условиях глобализации. Включение вопросов КСО в стратегию развития компании позволяет управлять репутационными рисками, которые могут возникать в случаях производства некачественной продукции, нарушения условий и оплаты труда, несоблюдения экологических норм и т.д. Кроме того, важным сигналом повышения роли репутации может служить рост числа рейтингов и индексов КСО, а также увеличение спроса на услуги консалтинговых компаний, занимающихся проведением репутационного «дью дилидженс» (due diligence).

В диссертации подчеркивается значение государственного регулирования социально ответственного поведения. Данный вывод наиболее важен для России, где еще не сформировано гражданское демократическое общество и где государство должно выполнять функции гаранта прав человека и защиты его собственности. Государству стоит, во-первых, поощрять социально ответственные корпорации путем предоставления налоговых льгот и тендеров; во-вторых, – поддерживать развитие фондов социально ответственного инвестирования; в-третьих, – стимулировать появление квалифицированных кадров в области корпоративной социальной ответственности.

Наконец, на основе диссертационного исследования автором были предложены рекомендации отечественным компаниям и бизнесменам относительно внедрения практики социальной ответственности. Прежде всего, рекомендации касаются правильного понимания термина КСО, необходимости разграничения маркетинговых промо-акций КСО и возможностей для управления репутационными рисками, подготовки управленческих кадров в данной области. Также КСО предлагается использовать как средство повышения эффективности бизнес-операций, как способ привлечения международных инвесторов и как стратегию для стимулирования инноваций. Необходимыми условиями для выполнения данных рекомендаций являются создание конкурентной рыночной среды, укрепление института гражданского общества и снижение степени коррумпированности.

Подводя итоги и опираясь на вышеперечисленные выводы, диссертант заключает, что КСО является объективной реальностью современного мира, и в большинстве случаев правильный выбор компанией приоритетов КСО ведет не только к росту конкурентоспособности компании, но и к созданию здорового и этичного общества.

По теме диссертации автором опубликовано 5 научных работ общим объемом 2,9 печатных листа, в том числе 3 статьи в журналах из перечня российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата экономических наук:

1. Остроухова В.А. (Иванова В.А.) Особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах и России // Человек и труд. – 2009. – №10. – С. 46-50.
2. Остроухова В.А. (Иванова В.А.) Концепция корпоративной социальной ответственности // Человек и труд. – 2010. – №11 – С. 54-57.
3. Остроухова В.А. (Иванова В.А.) Корпоративная социальная ответственность в азиатских странах // Транспортное дело России. – 2010. – №9 (82). – С. 9-11.
4. Остроухова В.А. (Иванова В.А.) Модели корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах и России // Роль государства в инновационной деятельности компаний в современных условиях: Сборник научных работ молодых ученых кафедры экономики зарубежных стран и внешнеэкономических связей экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова / Под ред. Касаткиной Е.А., Градобоева В.В. М.: МАКС Пресс, 2009. – С. 60-84.
5. Остроухова В.А. (Иванова В.А.) Основные тенденции развития корпоративной социальной ответственности в российских и западных компаниях // Роль государства в развитии экономики зарубежных стран: Сборник научных работ молодых ученых кафедры экономики зарубежных стран и внешнеэкономических связей экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова / Под ред. Касаткиной Е.А., Градобоева В.В. М.: МАКС Пресс, 2009. – С. 39-55.