УДК 368.4 DOI :10.12737/18259

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: РОССИЙСКИЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ СТАНДАРТЫ

Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М.[1]

В статье представлен анализ особенностей реализации мировых практик и программ корпоративной социальной ответственности бизнеса. Авторами структурированы отличительные черты американской и европейских моделей корпоративной социальной ответственности. На основе проведенного анализа выделены этапы формирования корпоративной социальной ответственности организаций. Рассмотрена методика построения отчетов российских компаний о корпоративной социальной деятельности. На примере опыта Финляндии, Норвегии, Дании и других стран обоснована необходимость разработки государственных регламентов, обязующих бизнес-компании к данному виду деятельности. Предложены рекомендации развития корпоративной социальной ответственности бизнес-структур в России и странах постсоветского пространства.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, благотворительность, социальный отчет, стандарт социальной корпоративной ответственности.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: RUSSIAN AND FOREIGN STANDARDS

STROEVA O.A. — Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Economics and Economic Security, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration of the Orel branch (Russian Federation, Orel), e-mail: stroeva-olesya@mail.ru

MIRONENKO N.V. — Candidate of Economic Sciences, Docent, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: mironenkonado@mail.ru

IVANOV H.M. — Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Faculty of International Economy and Administration, Varnen Free University «Chernorizets Hrabar» (Republic of Bulgaria, Varna), e-mail: xiza@abv.bg

The article presents an analysis of the features of social practices implementation and corporate social responsibility in the business world. The authors structured the distinctive features of the American and European models of corporate social responsibility. Based on the analysis the authors highlighted the stages of formation of corporate social responsibility. Much attention is paid to the method of creating reports of Russian companies on corporate social performance and the need for government regulation which oblige companies to this activity on the example of the experience of Finland, Norway, Denmark and other countries. The recommendations of the corporate social responsibility of business structures in Russia and the former Soviet Union are suggested.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility, volunteer activity, social responsibility, social report, corporate social responsibility standard.

Строева Олеся Анатольевна — доктор экономических наук, профессор кафедры, зав. кафедрой экономики и финансов, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орловский филиал, e-mail: stroeva-olesya@mail.ru

Мироненко Надежда Викторовна — кандидат экономических наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орловский филиал, e-mail: vestniksrvon@mail.ru

Адрес: 302028, Россия, г. Орел, Б. Победы, 5а.

Иванов Христо Маринов — доктор философских наук, профессор, факультет международной экономики и администрирования, Варненский свободный университет «Черноризец Храбрый» (Республика Болгария, г. Варна) e-mail: xiza@abv.bg

Адрес: 9007,г. Варна, к.к. Чайка.

Корпоративная социальная ответственность уже давно стала неотъемлемой частью существования современных компаний. Концепция, зародившаяся в начале XX века, прошла свой непростой путь развития, от выплаты первых компенсаций при увольнении сотрудникам, постройки школ и церквей, создания пенсионных фондов, до современной концепции устойчивого развития корпораций.

В настоящее время получила распространение теория «разумного эгоизма» (enlightened self-interest). Она настаивает на том, что социальная ответственность бизнеса — это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивые прибыли. Социально ответственное поведение — это возможность для корпорации реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости[1].

Компании тратили большое количество денег и ресурсов на осуществление социальной политики, потому что понимали, что все издержки окупятся достижением высокой репутации компанией, и, как следствие, достижением высокого уровня лояльности со стороны потребителей, общества и государства.

Большинство исследователей формирования корпоративной социальной ответственности приходят к мнению, что базовой предпосылкой, оказавшей влияние на развитие КСО является глобализация[2]. Данные тенденции подтверждают и статистические отчеты компаний о социальной деятельности. Так, в Бразилии, поскольку с 2012 г. -2014 годы 88% компаний сообщали о своей социальной деятельности. В те же годы в Болгарии лишь от 54% до 63% компаний опубликовали отчеты о своей социальной деятельности. Безусловно, это во многом объясняется тем, что Болгария, претерпела значительные экономические потрясения во время кризиса[3].

Следует отметить. однако, что наибольшее развитие корпоративная социальная ответственность получила в Японии, где в 2013 г. 93% компаний сообщали о своей социальной деятельности, и Великобритании, где все 100% компаний публикуют отчеты по социальной деятельности.

В отличие от США, где корпоративная социальная ответственность инициируется самими компаниями, выходя далеко за рамки требований законодательства в вопросах взаимоотношений компаний со своими стейкхолдерами, европейские корпорации существенно ограничивают свою ответственность перед обществом. Если в США корпоративная деятельность, традиционно рассматри-вается в США как социальная деятельность, проводимая исключительно по инициативе самого бизнес-сообщества., то в Европе, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств.

Как правило, модели корпоративной социальной ответственности основаны на экономических, юридичес-ких, этических стандартах, которые влияют на формы социальной ответственности компаний и вектор их благотворительной деятельности. В результате сложились американская и европейская модели имеющие ряд существенных отличий. Они представлены на рис. 1.

Одной из основных особенностей континентальной европейской корпоративной социальной ответственности является ее государственное регулирование. Поэтому эту модель зачастую

[1] Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008. – С.11.
[2] Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. — СПб.: СПбГУ, 2010; Кулькова В.Ю., Сафин И.Х. Реализация корпоративной социальной ответственности в социально-экономическом развитии региона//Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. № 36. С. 72-80.
[3] Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. Издание 2-е, доп. и перераб. — Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. — 360 с.

относят к скрытым формам корпоративной социальной ответственности (КСО). Во многих странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и ряд других социально значимых вопросов. Кроме того, правоотношения работников с работодателями в Европе отрегулированы более детально, чем в США. В целом, госрегулирование по многим аспектам корпоративной социальной ответственности значительно превосходит североамериканскую систему.

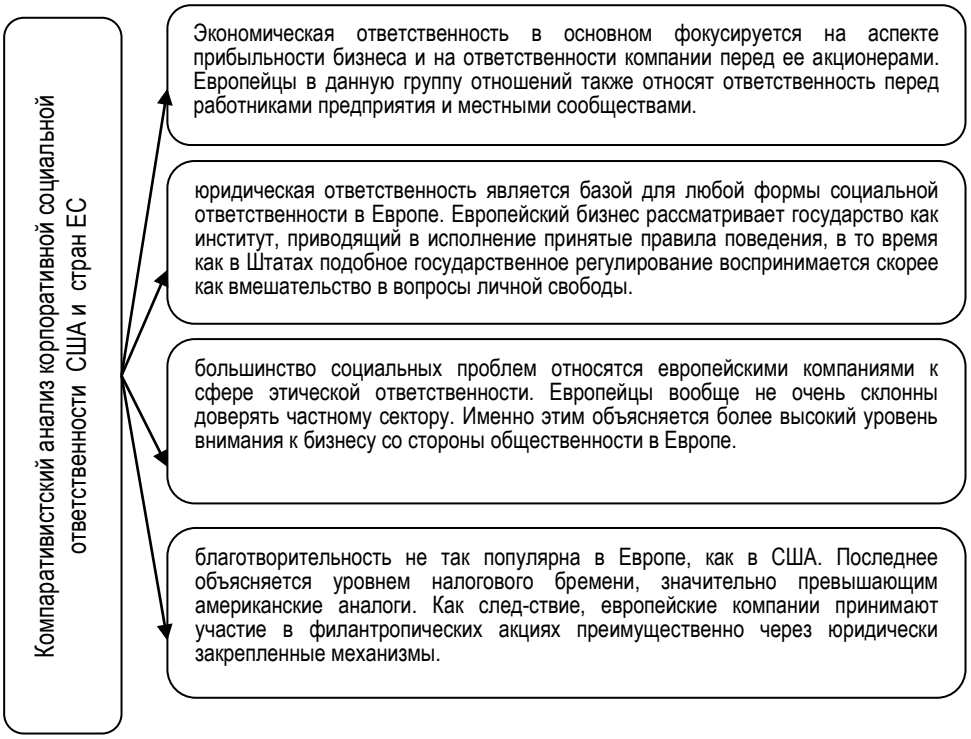


Рис. 1 — Сравнительная характеристика корпоративной социальной ответственности формирования стандартов США и стран ЕС

Fig. 1. — Comparative characteristics of corporate social responsibility of standard formation in the US and EU countries

Следует отметить, что в таких странах как Франция, Норвегия, Дания, Швеция, Голландия, Финляндия государственные учреждения в обязательном порядке должны сообщать о своей социальной деятельности.

Так, Комитет содействия корпоративной филантропии (CECP — The Committee Encouraging Corporate Philanthropy; США) изучил сведения 54 компаний Европы, Азии и Африки (которые в 2013 году предоставили пожертвования на сумму 3,6 млн долларов) и подготовил отчет «Благотворительность по всей планете: издание 2014 г.»[1] В документе говорится о том, что самыми щедрыми оказались сотрудники корпораций со штаб-квартирами в азиатском регионе (средняя сумма благотворительного взноса составила 680 долларов на одного работника), а

[1] Giving Around the Globe: 2014 Edition- http://ep-digest.ru/?p=2429(дата обращения 10.10.2015)

европейская аудитория перечисляла некоммерческим организациям более значительную долю индивидуальных доходов.

В современных условиях компаниям приходится соответствовать самым разнообразным общественным ожиданиям, не просто осуществляя некоторое количество социально направленных проектов, но интегрируя концепцию социальной ответственности в управленческие структуры корпораций. Стратегии КСО, являющиеся по большому счету общими для всех крупных компаний, на практике могут принимать специфический характер в зависимости от сферы деятельности компаний; также они могут применяться различным образом и иметь разные уровни приоритетности для компаний, исходящих из тех или иных международных стандартов КСО.

Как уже отмечалось, начало развития корпоративной социальной ответственности относится к 1920-м годам. Тогда, во многих американских компаниях заметили, что лояльность к их товарами со стороны потребителей невысока. Наблюдательные управляющие отметили, что оценки от низших к более высоким меняются при осуществлении социально направленных проектов, типа постройки школ, выплат компенсаций, материальной помощи и.т.д. Это существенно улучшало отношение общественности к репутации компании. С тех пор прошло почти столетие и бизнес – сектор гораздо дальше продвинулся в разработке и применении концепции КСО в своей деятельности. “

Сегодня КСО являются весьма многосложной составляющей успешного развития компаний, что породило различные взгляды на концепцию корпоративной социальной ответственности. Условно, авторов существующих подходов можно разделить на две групы. Во-первых, это сторонники подхода общественного благосостояния (корпоративный альтруизм), заключающегося в реализации бизнесом той политики, которая была бы желательна с позиций целей и ценностей общества.[1] Наиболее известными представителями данной школы являются К. Девис, Дж. МакГуир и А. Керолл. В своих работах К. Девис определил направленность КСО как обязанность всех лиц, принимающих решения в сфере бизнеса, учитывать не только свои интересы, но также приумножать и защищать общественное богатство.

Далее, данная теория получила рспространения в работе М. Гуира, утверждавшего, что «корпорация имеет не только экономические и правовые обязательства, но несет и некую ответственность перед обществом, выходящую за их пределы»..[2] Особую важность носят исследования А. Керолла, который определил границы современных исследований в сфере социальной ответственноти корпораций, опредлеив ее как многоуровневую ответственность. Так, первый уровень, экономическая ответственность компаний. Она определяется базовой функцией всех фирм – удовлетворение потребностей рынка посредством производства товаров и услуг. Получается, что любая фирма, реализующая ответственность на экономическом уровне, уже социально ответственна. Далее под правовой ответственностью понимается соответствие деятельности фирм правовым нормам (т.е. законопослушность фирм). Следом, этическая ответственность требует от компаний действий, созвучных общественным ожиданиям в области моральных установлений. И в завершении — филантропическая ответственность – добровольное участие компаний в реализации социальных программ.

Безусловно, понятие корпоративной социальной ответственности может трактоваться в качестве концепции устойчивого развития компании. Под устойчивым развитием понимается «сохранение окружающей среды и экономия природных ресурсов в единстве с социальным и экономическим благополучием в интересах настоящего и будущих поколений»[3].

[1] Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman // N.Y. Harper & Row. 1953.
[2] McGuire J. W. Business and Society // N. Y. Hill. 1963.
[3] Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Москва. КСЭИ. 2012

Сегодня, корпоративная социальная ответственность это постоянно совершенствуемый и реализуемый заинтересованными в устойчивом развитии компаниями набор программ и практик, направленных на осуществление социальной политики во всех сферах КСО.

В настоящее время сферы реализации корпоративной социальной ответственности традиционно разделяют на следующие[1]:

- социально ответственное поведение по отношению к обществу;
- совершенствование корпоративной культуры;
- экологически безопасный менеджмент и охрана природы;
- взаимовыгодные и конструктивные отношения с персоналом, поставщиками и клиентами.

С точки зрения, бизнеса главная цель политики КСО – повышать уровень репутации компании, путем повышения общественного благосостояния и соответствия ряду строгих требований в области политики КСО на арене международного бизнеса. Известно, что чем крупнее компания и чем выше ее индекс транснационализации, тем большему количеству ожиданий и требований ей нужно соответствовать.

Среди основных инструментов реализации социальных программ компании России используют следующие формы: денежные гранты, благотворительные пожертвования и спонсорская помощь; социально значимый маркетинг, эквивалентное финансирование, социальные инвестиции, делегирование сотрудников компании, социальный бюджет.[2]

В зависимости от того, на какую сферу социальной ответсвенности направлены действия компании, будут различаться используемые в каждом конкретном случае стратегии и приемы. Если речь идет о взаимодействии с персоналом, то компании могут предоставлять персоналу возможность получения высшего образования и повышения квалификации, использования корпоративных автомобилей и квартир, получения бесплатной медицинской страховки.

В сфере отношений с бизнес – сообществом, к которому можно отнести совокупность всех поставщиков, контрагентов и клиентов, компании следует применять только те практики ведения бизнеса, которые позволят выстроить доверительные и стабильные отношения с таким бизнес – окружением компании. Так, экологический менеджмент компании должен быть направлен на сокращение отходов производства, использование очистительного оборудования, внедрение инновационных методов производства, контроль экологической безопасности на производстве. В отношении местных сообществ компании следует выделять средства на благотворительность,

---

[1] Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность // Экономический журнал. — Т.23— № 3. — 2011. — С.116— 121;

[2] Примечание: *Денежные гранты* как форма адресной финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию социальных программ в области образования и на цели проведения прикладных исследований. Гранты — один из наиболее доступных и традиционных инструментов реализации социальных программ. Как правило, гранты в той или иной степени связаны с основной деятельностью компании и стратегическими целями бизнеса; *Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь* — форма адресной помощи, выделяемой компанией для проведения социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, административные помещения, помещения для проведения мероприятий, транспорт, оборудование, призовые фонды, оплата счетов организаций-получателей помощи и др.); *Социально значимый маркетинг* — форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на проведение социальных программ компании; *Эквивалентное финансирование* — форма адресной финансовой помощи, которая заключается в совместном финансировании социальных программ со стороны компании, органов государственного управления и некоммерческого сектора; *Социальные инвестиции* — форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских социальных программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании и повышение уровня жизни различных слоев общества; *Делегирование сотрудников компании* — добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников; Административный бюджет — финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

способствовать социальное строительство, поддерживать образования, спорта и медицины, участвовать в культурной жизни общества и.т.д.

Разработкой социальной политики компании в корпорациях, как правило, заняты специально созданные отделы. И, как следствие, сбалансированная политика в области КСО помогает компании достигать устойчивого роста, вызывать доверие со стороны государства и общества, тем самым повышая уровень значимости компании в регионах присутствия и делая ее более конкурентоспособной. Нелишне отметить, что КСО – это не просто набор практик и программ, а образ действия социально ответственной компании, направленный на достижение устойчивого развития в долгосрочной перспективе[1], включающая обеспечение трудовых гарантий персонала; выпуск товаров и услуг высокого качества; мониторинг безопасности и соблюдение санитарно-гигиенических норм на производстве; разработка специальных программ сотрудничества с контрагентами и инвесторами; принятие мер по минимизации загрязнения природы; помощь социально незащищенным слоям населения; субсидирование и благотворительные платежи; развитие регионов присутствия, повышение социально – экономических показателей стабильности; совместная деятельность с некоммерческими институтами и государством.

Итогами реализации социальной политики может стать[2]: повышение уровня жизни персонала и жителей местных сообществ; упрочнение позиций компании на рынке и рост ее авторитета; установление взаимовыгодных и стабильных отношений с правительством; достижение доброжелательных и прочных отношений с обществом, закрепление и повышение лояльности потребителей к брендам компании; развитие системы быстродействия и предупреждения развития рисков; привлечение в структуру компании наиболее мотивированных и способных работников.

Однако, корпоративная социальная ответственность должна быть основана на следующих принципах взаимодействия:[3:]

- институциональный: общество, сознательно отдающее часть общественных полномочий в руки бизнеса, ожидает от него не только осуществление экономически выгодной деятельности, но и определенных социально ответственных действий;

- организационный: компании бизнес – сектора отвечают за итоги своей деятельности в сферах как первичного, так и вторичного взаимодействий с общественными структурами;

- индивидуальный: любой менеджер и сотрудник индивидуален в своем моральном выборе. Каждый день им следует выбирать из множества решений именно то, которое является социально ответственным и повышает общественное благосостояние.

Следует отметить, что корпоративная социальная ответственность предполагает исполнение бизнес-сектором обязательств перед обществом в соответствии с законом; более того, это и добровольные расходы компаний на социальную политику, причем, данные расходы превышают установленные налоговым, трудовым и иным законодательством уровни обязательных расходов на эти нужды. В соответствии со стратегической стадией организационного обучения[4], компании учитывают социально значимые проблемы в своих управленческих стратегиях и начинают расходовать большее количество финансов на социальные проекты для того, чтобы получить преимущества корпорации – первопроходца и увеличить экономическую эффективность в долгосрочной перспективе. Это совпадает с консолидационной стратегией развития общественных

[1] Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Москва. КСЭИ. — 2012.
[2] Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н.Управление социальными программами компании / Под. ред.: С.Е. Литовченко - М.: Ассоциация менеджеров, 2003. — С.146.
[3] Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. — №3. — 2004. — С. 17— 34.
[4] Zadek, Simon. The Logic of Collaborative Governance: Corporate Responsibility, Accountability, and the Social Contract // Cambridge. Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper No. 17. 2006.

ожиданий[1], когда появляются новые стандарты социальной ответственности организаций, соблюдение которых бизнесом носит добровольный характер.

Данные стандарты призваны регулировать деятельность компаний в сфере КСО, их используют для унификации нефинансовой отчетности компаний и для оценки реального вклада компаний в экологическую, социальную и иные сферы жизнедеятельности общества[2]. Уместно будет привести определение стандартизации – установление единообразных обязательных норм, правил, характеристик и образцов для продуктов, материалов, услуг или процессов.

Нефинансовой отчетностью компаний является их социальная отчетность перед обществом. Основным механизмом институционализации практик КСО на корпоративном уровне, принятым как американскими, так и европейскими компаниями, выступают кодексы социальной ответственности, которые являются корпоративными документами, разрабатываемыми компаниями на добровольных началах. Содержание кодексов корпоративной социальной ответственности составляют принципы корпоративной этики, определение которых является прерогативой менеджмента компании. Как правило, в состав подобных документов включаются разделы о качестве продукции, принципах взаимодействия с потребителями и конкурентами, добровольные обязательства компании в отношении работников и местного сообщества.

Корпоративный социальный отчет[3] - это документ, открытый для всех заинтересованных лиц и включающий основные достижения компании в реализации стратегических планов социального развития. Корпоративный социальный отчет дает возможность публичным компаниям представить в сплоченном виде информацию о проведенной ими социальной политике и продемонстрировать бизнес - окружению факт того, что компания нацелена не только на получение высокой прибыли.

Компании сегодня уделяют социальной отчетности много внимания, несмотря на то, что ведение социальной отчетности основывается преимущественно на добровольных началах. Здесь мы вплотную подошли к тому, чтобы рассмотреть некоторые международные стандарты социальной ответственности корпораций.

Международные стандарты КСО гарантируют, что деятельность компании действительно является социально ответственной. Отчетность в соответствии со стандартами является важной частью применения стратегий корпоративной социальной ответственности.

Для начала сконцентрируем свой исследовательский интерес на общепринятых международных стандартах, а затем уделим внимание российским стандартам КСО. Так, международный стандарт социальной ответственности SA 8000[4] (Социальная ответственность 8000) позволяет оценить социальные элементы управленческих систем. Документальной основой стандарта являются принципы международных конвенций МОТ (Международная организация труда), а также Всемирная декларация прав человека и Конвенция ООН по правам ребенка.

Главной направленностью данного стандарта является повышения уровня жизни работников и условий труда. Основанный на схожих со стандартами ISO 14001(Управление охраной окружающей среды) и ISO 9000 (Управление качеством) подходами , SA 8000 отличается используемыми показателями оценки. Стандарт предназначен для применения в индустриальных и развивающихся странах как для предприятий, так и для общественных институтов. Стандартом устанавливаются критерии для оценки показателей принудительного и детского труда, техники

[1] Там же.
[2] Тавер Е. И. Стандарты и социальная ответственность бизнеса //Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. 2010.- №5- (дата обращения 17.05.13).
[3] Иванова Е.А., Акопян А.Р., Литовченко С.Е. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе Вашей компании в развитие общества. Практическое руководство. М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
[4] Кричевский Н. А., С. Ф. Гончаров. Корпоративная социальная ответственность. Москва. Дашков и Ко. 2007.

безопасности на рабочих местах, свободы создания профессиональных объединений, длительности рабочего времени, компенсационных выплат и.т.д.

Другой стандарт, разработанный организацией Global Reporting Initiative Organization, называется стандарт GRI[1]. Концепция устойчивого развития является основой данного стандарта. В соответствии с требованиями GRI, социальный отчет должен содержать результаты экологической, экономической и социальной политик компании (так называемый триединый итог). Главным плюсом GRI является тот факт, что стандарт позволяет компании, которая только начинает реализовывать устойчивую политику, использовать только общие рекомендации документа, и делать это поэтапно. То есть GRI подходит как компаниям, достигшим устойчивого развития, так и молодым компаниям. Также данный стандарт позволяет компаниям отчитываться только по одной или нескольким сферам своей деятельности, лишь постепенно переходя на большее количество областей. Трудностью работы с данным стандартом является необходимость публикации или презентации готового отчета; недостаточно только написать его.

Стандарт AA 1000[2], известный как стандарт верификации отчетов, был создан Институтом социальной и этической отчетности в 1999 году. Отличительной особенностью стандарта является диалог и взаимодействие всех заинтересованных сторон (т.е стейкхолдеров), таких как клиенты, инвесторы, поставщики, персонал и.т.д. с компанией, которая при анализе своей деятельности обязательно учитывает полученные данные. AA 1000 разработан на основе опыта подготовки и создания социальных отчетов множеством компаний во всем мире. В соответствии с требованиями стандарта, процесс социальной отчетности состоит из планирования, сбора и анализа информации, подготовки отчета и, наконец, проведения аудита сторонней организацией.

В области экологического менеджмента известна серия международных стандартов ISO 14000[3], состоящий из нескольких стандартов, ISO 14000 призван для помощи компаниям в минимизации отрицательного влияния на окружающую среду. В одних стандартах акцент сделан на системы экологического менеджмента, в других внимание уделяется иным аспектам экологии, таким как выброс парниковых газов, оценка экологической эффективности, обмен информацией и.т.д.

Одним из самых новых стандартов КСО является стандарт ISO 26000: 2010[4], принятый в октябре 2010 года. Данный стандарт носит название – Руководство по социальной ответственности. Стандарт был разработан с участием экспертов-представителей из девяноста стран. Эксперты представляли следующие группы стейкхолдеров: государство, промышленность, потребители, трудящиеся, неправительственные институты, исследовательские организации и компании, оказывающие услуги в области КСО.

Для достижения баланса между развитыми и развивающимися странами создаются специальные условия, основанные на согласии между странами и основными категориями стейкхолдеров. Данный стандарт является руководством по принципам КСО, проблематике КСО, способам внедрения КСО в управленческие стратегии компаний, практикам КСО и.т.д. Стандарт предназначен для того, чтобы оказывать помощь как крупным, так и небольшим компаниям. Важно отметить, что ISO 26000 не предназначен для сертификации, а является добровольно используемым стандартом.

---

[1] Документы по глобальному договору на русском языке — URL: http://www.unglobalcompact.org/ Languages /russian (дата обращения 01.08.15)

[2] Цей С.А. Корпоративная социальная ответственность – путь к устойчивому развитию // Новые технологии. 2010. —№ 2. —С. 127—132.

[3] ИСО - Международная организация по стандартизации. Разработчик и издатель международных стандартов // http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/management-standards/iso14000.htm;

[4] Киселева Л.С. Стандартизация КСО: российские и международные реалии в области устойчивого развития. Журнал Стандарты и качество. // http://ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=60780. (дата обращения 01.03.14)

Для определения уровня социальной ответственности, организации следует проанализировать следующие элементы своей деятельности: управление в организации, человеческие права, трудовые практики, экологическая ситуация, деловые практики, взаимодействие с потребителями, влияние на местные сообщества. Применяя стандарт ISO 26000, каждая компания может значительно повысить свой уровень социальной ответственности.

Из стандартов, разработанных в России, интерес представляет стандарт ТПП РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированы в РФ»[1]. Стандарт разработан с учетом основных положений стандарта АА 1000. Он не вступает в противоречие с Социальной хартией российского бизнеса и рассматривает наиболее актуальные в РФ социальные проблемы, такие как финансирование социальных нужд, помощь детям-сиротам, справедливая оплата труда и.т.д. Однако данный стандарт не охватывает в полной мере все элементы КСО, более того, речь ведется об отчетности, а не об ответственности, получается, стандарту придается несколько иной спектр приложения.

Наиболее передовой разработкой в области стандартизации является стандарт IC CSR-08260008000[2], принятый в 2011 году Всероссийской организацией качества. Разработка данного стандарта была осуществлена почти сразу после выхода стандарта ISO 26000.

Данный стандарт состоит из восьми модулей[3], касающихся деятельности компании в сфере корпоративной социальной ответственности:

Модуль А. Социальные права персонала;

Модуль Б. Социальные гарантии персонала;

Модуль В. Качество продукции, услуг и работ;

Модуль Г. Удовлетворение интересов потребителей;

Модуль Д. Охрана окружающей среды;

Модуль Е. Экономное расходование ресурсов;

Модуль Ж. Поддержка местного сообщества;

Модуль И. Менеджмент социальной ответственности.

Отметим, что модули «А» и «Ж» стандарта CSR 2011 удовлетворяют стандарту SA 8000. Этот стандарт дает возможность любой, даже небольшой компании, самостоятельно или посредством сертификации дать оценку своему соответствию принципам корпоративной социальной ответственности.

Проанализировав процессы перехода компаний к системе корпоративной социальной ответственности, можно выделить следующие этапы ее формирования в российских корпорациях:

- проводится внутрикорпоративное исследование, определяется «круг» социальной ответственности - тематические приоритеты и вопросы для обсуждения;

- по итогоам первого этапа проводится подготовка к «диалогам» со стейкхолдерами,

- проведение дискуссий по результатам которой структурируются тематические приоритеты и границы, стейкхолдеры высказывают свои рекомендации относительно социальной деятельности.

- затем ряд обсуждений (круглые столы, встречи) в результате формулируются обязательства для компании и показатели их выполнения;

-разработка рекомендаций по мониторингу показателей и формирования отчета корпоративной социальной ответственности.

[1]Торгово-промышленная палата Российской Федерации. Нормативные документы — URL: http://www.tpprf.ru/ru/ about/documents (дата обращения 1.08.2015)

[2] Официальный сайт ВОК. Стандарты по КСО— URL: http://www.ksovok.com/standarts.php; (дата обращения 1.08.2015)

[3] Международный Стандарт IC CSR-08260008000 «Social responsibility. Requirement»// Социальная ответственность. Требования — URL: http://www.ksovok.com/doc/ic_csrru.doc.

Постоянное развитие системы международных стандартов в области КСО продуцирует формализацию политики КСО, таким образом, придавая социальной политике компаний уже больше не добровольный, а обязательный в соответствии с требованиями закона и общества характер. Также, к соблюдению правил компании мотивируют и рейтинги социальной ответственности, такие, как Dow Jones Sustainability Index, индекс FTSE4Good, разработанный совместными усилиями газеты Financial Times и лондонской биржи, или Accountability Rating, который составляет британская консалтинговая компания Csrnetwork и институт Accountability[1].

Таким образом, в зависимости от ситуации, компании могут выбирать тот или иной стандарт отчетности. Составление нефинансовых отчетов в соответствии со стандартами –сложная задача для компаний, однако каждый год все большее количество организаций предоставляют социальные отчеты, таким образом, доказывая свое участие в осуществлении социальной политики. Так, в отчете о социально ориентированной деятельности компаний Северной Америки[2], составленный по итогам опроса более 160 организаций. Авторы этого документа отмечают, что половина корпораций расшила свои добровольческие программы за счет услуг «probono»[3], медианная стоимость которых в 2013 году составила 300 000 долларов. Весьма примечательно, что 67% представителей «корпоративной Америки», уделяющих повышенное внимание практике «probono», во время «Великой рецессии» также увеличили объемы традиционных денежных пожертвований. Фонд TaprootFoundation, поставляющий социальной сфере волонтеров-профессионалов, обсуждает природу данного явления в своем новом «Обзоре ключевых тенденций: новая волна в развитии корпоративных услуг probono — 2014»[4].

Для России, а также стран постсоветского пространства, можно сформулировать рекомендации развития корпоративной социальной ответственности бизнес-структур:

- формирование и развитие сектора независимого консалтинга в области КСО;
- повышение внимания финансового сектора к проектам в области КСО, в том числе инициирование количества социально ответственных инвестиционных фондов;
- повышенные интереса средств массовой информации и популяризация индексов социальной ответственности и опубликование их в своих рубриках;
- формирование и разработка высшими учебными заведениями курсов системы бизнес-образования в области корпоративной социальной ответственности;
- привлечение правительства к развитию социальной корпоративной ответственности бизнеса.

Библиография / References:

1.Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. – СПб.: СПбГУ, 2010.

2.Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008. – 112 с.

[1] Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008. – С.11.

[2]Благотворительность в цифрах: издание 2014 г.// Giving in Numbers: 2014 Edition — URL: http://philanthropynewsdigest.org/news/cultural-economic-factors-shape-corporate-philanthropy-study-finds; Добрые вести: объем корпоративных пожертвований снова увеличился//, Дайджест № 50 (8), август 2014 г. — URL: URL:. http://ep-digest.ru/?p=327(дата обращения 01.08.15)

[3] «Pro bono» (от лат. pro bono publico — ради общественного блага) — это оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям, а также частным лицам, которые не могут подобную помощь оплатить. (дата обращения 01.08.15)

[4]Key Trends to Watch: The Next Way of Growth in Corporate ProBono Service// http://www.taprootfoundation.org/sites/default/files/imce/Taproot_Final_Oct15%202014.pdf(дата обращения 01.08.15)

3.Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. Издание 2-е, доп. и перераб. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. – 360 с.

4.Иванова Е.А., Акопян А.Р., Литовченко С.Е. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе Вашей компании в развитие общества. Практическое руководство. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004.

5.Кулькова В.Ю., Сафин И.Х. Реализация корпоративной социальной ответственности в социально-экономическом развитии региона // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – № 36. – С. 72-80.

6.Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н. Управление социальными программами компании / Под. ред.: С.Е. Литовченко – М.: Ассоциация менеджеров, 2003 — 152с.

7.Кричевский Н. А., Гончаров С. Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Дашков и Ко, 2007.

8.Цей С.А. Корпоративная социальная ответственность – путь к устойчивому развитию // Новые технологии. – 2010. – № 2. – С. 127— 132.

9.Тавер Е. И. Стандарты и социальная ответственность бизнеса // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2010. – №5.

10. Key Trends to Watch: The Next Way of Growth in Corporate ProBono Service// ttp://www.taprootfoundation.org/sites/default/files/imce/Taproot_Final_Oct15%202014.pdf.

11. Zadek, Simon. The Logic of Collaborative Governance: Corporate Responsibility, Accountability, and the Social Contract // Cambridge. Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper No. 17. 2006.

1. Blagov, Iu. E. (2010) Korporativnaia sotsial'naia otvetstvennost': evoliutsiia kontseptsii [Corporate social responsibility: evolution of the concept]. – SPb.: SPbGU. (In Russ.)

2. Glebova, I.S. (2008) Sotsial'naia otvetstvennost' biznesa v Rossii i za rubezhom [Social responsibility of business in Russia and abroad]: Uchebnoe posobie. – Kazan': Kazanskii gosudarstvennyi universitet im. V.I. Ul'ianova-Lenina. – 112p. (In Russ.)

3. Zaretskii, A. D., Ivanova, T. E. (2013) Korporativnaia sotsial'naia otvetstvennost': mirovaia i otechestvennaia praktika [Corporate Social Responsibility: global and national practice]: uchebnoe posobie. Izdanie 2-e, dop. i pererab. – Krasnodar: Prosveshchenie-Iug. – 360 p. (In Russ.)

4. Ivanova, E.A., Akopian, A.R., Litovchenko, S.E. (2004) Korporativnyi sotsial'nyi otchet: kak pravil'no rasskazat' o vklade Vashei kompanii v razvitie obshchestva. Prakticheskoe rukovodstvo [Corporate Social Report: how to tell us about your company's contribution to society. practical guide]. – M.: Assotsiatsiia menedzherov. (In Russ.)

5. Kul'kova, V.Iu., Safin, I.Kh. (2012) Realizatsiia korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti v sotsial'no-ekonomicheskom razvitii regiona [Implementation of corporate social responsibility in the socio-economic development of the region] // Natsional'nye interesy: prioritety i bezopasnost' [National interests: priorities and security]. – № 36. – P. 72— 80. (In Russ.)

6. Konovalova, L.N., Korsakov, M.I., Iakimets, V.N. (2003) Upravlenie sotsial'nymi programmami kompanii [Management of social programs] / Pod. red.: S.E. Litovchenko – M.: Assotsiatsiia menedzherov. – 152 p. (In Russ.)

7. Krichevskii, N. A., Goncharov, S. F. (2007) Korporativnaia sotsial'naia otvetstvennost' [Corporate social responsibility]. – M.: Dashkov i Ko. (In Russ.)

8. Tsei, S.A. (2010) Korporativnaia sotsial'naia otvetstvennost' – put' k ustoichivomu razvitiiu [Corporate social responsibility - the way towards sustainable development] // Novye tekhnologii [New technologies]. – № 2. – P. 127— 132. (In Russ.)

9. Taver, E. I. (2010) Standarty i sotsial'naia otvetstvennost' biznesa [The standards and corporate social responsibility] // Aktsionernoe obshchestvo: voprosy korporativnogo upravleniia [Joint-stock company: corporate governance]. – №5. (In Russ.)

10. Zadek, Simon. The Logic of Collaborative Governance: Corporate Responsibility, Accountability, and the Social Contract // Cambridge. Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper No. 17. 2006.