

УДК 338.22+330.101+330.34

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АКТИВНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Г.А. Щадилов, И.В. Рощина

Томский государственный университет

E-mail: gogi7@ngs.ru, riv58@mail.tsu.ru

Показана роль изменения природы институтов государства, бизнеса и общества с использованием современных методов их взаимодействия, применяемых как в отечественной, так и в зарубежной практике, в формировании активного социально-экономического пространства. Основной упор сделан на изучении методов системы менеджмента корпоративной социальной ответственности, как важном инструменте становления института цивилизованного бизнеса, являющегося неотъемлемой частью активного социально-экономического пространства.

Ключевые слова:

Социально-экономическое пространство, институт цивилизованного бизнеса, стандарты системы менеджмента корпоративной социальной ответственности.

На современном этапе развития общества пристальное внимание ученых-экономистов в силу особенностей развития общественного производства, усиливающейся глобализации должно быть сосредоточено не столько на социально-экономических процессах и явлениях, происходящих в экономике и обществе, сколько на процессах формирования социально-экономического пространства, его активизации, поскольку они позволяют целенаправленно трансформировать природу человека, тем самым ускоряя становление и развитие «новой экономики».

В настоящее время к определению сущности социально-экономического пространства существуют различные и достаточно разнообразные подходы. Рассмотрим некоторые из них.

Социально-экономическое пространство — это совокупность человеческих, земельных, природных, материальных и финансовых ресурсов, вне зависимости от форм собственности, степени их вовлечения в хозяйственный оборот и уровня использования [1].

«Социально-экономическое пространство — это единая система, заключающая в себе множество относительно самостоятельных подсистем, состав и структура которых определяется в соответствии с позицией группы наблюдателей» [2].

Социально-экономическое пространство — это пространство взаимодействия власти, бизнеса и общества, позволяющее повысить управляемость сложными социо-, эколого-, экономическими системами и эффективность их функционирования, сохраняя при этом естественно-природную среду обитания человека [3].

На наш взгляд, наиболее полным определением сущности социально-экономического пространства является последнее, т. к. позволяет понять его состав, т. е. совокупность самостоятельных подсистем, а также определить основные институты, влияющие на функционирование протекающих в нем процессов.

Необходимо выделить, что современное социально-экономическое пространство, функционирующее на принципах и правилах, установленных государством, носит добровольно-принудительный характер, т. к. институты его образующие действуют в рамках законодательства. При этом в большей степени преобладает принудительная составляющая. Все что выходит за рамки законодательства либо нарушает его, либо влечет дополнительные затраты. Однако функционирование сложившегося социально-экономического пространства сегодня уже затруднительно. Например, многие предприниматели, выпуская качественную продукцию, добросовестны по отношению к поставщикам и покупателям, проводят целенаправленную социальную политику для своих работников, стремятся оказывать финансовую помощь при проведении различных благотворительных акций, участвуют в реализации государственных программ по решению социальных и других проблем и т. д. Все это делается, в том числе и для создания хорошей деловой репутации, влияющей на отношения с контрагентами, «благосклонность» властей и других заинтересованных лиц и общества в целом, тем самым существенно усиливая конкурентоспособность предприятия. Столь высокие результаты, достигнутые сначала отдельными представителями бизнеса, «пионерами» социально-ответственного поведения не могут не распространиться постепенно и на других участников хозяйственного процесса, в том числе и на конкурентов, выпускающих аналогичную продукцию или услуги и на поставщиков. Тем самым создавая условия для постепенного расширения пространства, где функционируют хозяйствующие субъекты, ориентированные преимущественно на социально-ответственное поведение. Однако при этом не следует умалять роли государства и различных общественных организаций по активизации (посредством мер стимулирования) этих процессов.

Следовательно, на смену существующему в условиях индустриальной экономики институту бизнеса

приходит институт цивилизованного бизнеса с присущими ему функциями, основанными на принципах социально-ответственного поведения.

Заметим, что цивилизованному предпринимателю присущ ряд черт, характеризующих не только способность его к предпринимательству, таких как новаторство, рискованность, рационализм, инициатива соединения ресурсов и организация производственного процесса, адекватное поведение на рынке и принятие основных решений в бизнесе, но и к социально-ответственному поведению и стремлению к взаимодействию с представителями государства и общества по обеспечению устойчивого функционирования бизнеса посредством решения социально-экономических проблем существующих в обществе.

К сожалению, сегодня социально-ответственные действия различных предприятий (в тех или иных формах) осуществляется стихийно, незапланировано и бессистемно. Однако процесс становления института цивилизованного бизнеса невозможен без изменения природы не только его самого, но и взаимодействующих с ним институтов государства и общества. Для того, чтобы снизить возможные негативные последствия, неизбежно сопровождающие любую трансформацию, следует данные процессы из стихийных перевести в управляемые. Это позволит сформировать новый баланс интересов между государством, бизнесом и обществом через образование активного социально-экономического пространства.

Таким образом, становление активного социально-экономического пространства, построенного на новых принципах, коренным образом влияющих на взаимоотношения между институтами его образующими, будет носить «добровольно-принудительный» характер, смещающий акцент на добровольность. В данном случае добровольность означает естественность стремлений участников социально-экономического процесса к активному взаимодействию между собой для решения проблем социального и иного характера, что неизбежно будет сопровождаться изменением природы человеческих отношений, вовлечению все большего количества участников в активное социально-экономическое пространство, а, следовательно, и формированию условий для устойчивого развития экономики в целом. Это, в свою очередь, происходит в том числе через осознание представителями деловой среды и общественностью своей роли в решении социально-экономических проблем общества. Следовательно, бизнес, государство и общество должны по-другому взглянуть на природу происходящих между ними взаимоотношений с целью активизации процессов, протекающих в социально-экономическом пространстве.

Формирование активного социально-экономического пространства предполагает применение различных методов, с учетом современных принципов управления, сочетание которых позволяет во-

влекать в происходящие в социально-экономическом пространстве процессы все большее количество участников. Например, такие как социальное и частно-государственное партнерства, саморегулирование, со-регулирование, некоммерческие организации и др., а также применяемые в зарубежной практике стандарты системы менеджмента корпоративной социальной ответственности [6].

Следует еще раз подчеркнуть поэтапность процесса формирования активного социально-экономического пространства. Если на первых порах в формирование активного социально-экономического пространства будут вовлечены лишь отдельные представители бизнеса, которые в большей степени готовы к подобного рода переменам, то впоследствии появится возможность постепенного увеличения круга участников через передачу положительных сигналов на различные уровни и элементы цепочки хозяйственной деятельности, тем самым вовлекая не только поставщиков и покупателей продукции данной фирмы в этот процесс, а также предприятий и организаций других видов экономической деятельности вне зависимости от их размера и форм собственности.

Однако при этом важно обеспечить условия для устойчивого функционирования активного социально-экономического пространства, что станет возможным, если в процесс его формирования, будет активно вовлекаться все общество, а не только бизнес, необходим также механизм формирования новой системы ценностей, основанный на общественно-признаваемых принципах социальной справедливости, соответствующих современной России. А для этого, в свою очередь, нужна продуманная социально-ориентированная политика государства, с продуманным и точечным воздействием на участников социально-экономического пространства, позволяющим постепенно расширять и активизировать его.

Таким образом, необходимы современные методы управления системой отношений между государством, бизнесом и обществом, предполагающие гибкость и возможность адаптации в зависимости от субъектов, определяющих функционирование активного социально-экономического пространства. Остановимся подробнее на методах стандартов всеобщей системы менеджмента КСО.

В целом стандарты системы менеджмента корпоративной социальной ответственности представляют собой положения, которые помогают предпринимателю в реализации социально-ответственных действий, а также в формировании системы социальной ответственности на конкретном предприятии. Данные стандарты включают механизмы взаимодействия компании с представителями государства, общества и другими заинтересованными лицами, а также систему отчетности компании перед ними. Тем самым обеспечивается информационная открытость предприятия, позволяющая формировать достоверную отчетность и влияющая,

в конечном счете, на его кредито- и конкурентоспособность.

Выделяют четыре основных стандарта системы менеджмента КСО, разработанные и действующие в Европейском союзе:

1. Проект Q-RES, который определяет систему менеджмента для программы «Качество социальной и этической ответственности корпорации», выпущенной университетом LIUC (Италия) [6]. Проект Q-RES основывается на том, что отношения между корпорацией и объектом социальной ответственности (государство, общество и другие заинтересованные лица) должны управляться в соответствии со стратегией социального контракта, с учетом принципов действенности, эффективности и справедливости.
2. Проект VMS (Система менеджмента ценностей) представляет собой систему принципов и компонентов устойчивого развития, разработанную Центром экономической этики (Германия) [6]. Данная система основана на концепции управления этическим поведением корпорации, поскольку наряду с индивидуальными качествами предпринимателя и других участников организации, этическое поведение индивидуального или коллективного действия зависит также от действенности и эффективности структуры, формирующей мораль и нравственность в ведении дел.
3. Проект SIGMA построен на ценностях, реализованных в концепции устойчивого развития, отраженной в модели «Пяти Капиталов», которая помогает организации интегрировать устойчивое развитие в процессах ее менеджмента и вести отношения с внешним миром (Проект SIGMA, Лондон) [6].
4. Концепция отчетности AA 1000, разработанная Институтом социальной и этической отчетности (Лондон), основана на трех ключевых принципах – существенности, законченности и ответственности [5].

Все эти стандарты относятся к всеобщей системе менеджмента корпоративной социальной ответственности, которые объединяет наличие социально-ответственного подхода, позволяющего при принятии управленческих решений учитывать интересы максимального числа участников социально-ответственного процесса. Это значит, что данные стандарты предполагают, что социальная ответственность предприятия проявляется в условиях взаимодействия между всеми участниками социально-ответственного процесса и в условиях постоянного наблюдения со стороны этих участников, которые руководствуются, что социальная ответственность является фидуциарным обязательством организации по отношению к ним.

Под социально-ответственным процессом понимается взаимодействие на всех уровнях государства, бизнеса и общества с целью эффективного

решения общегосударственных задач социального и иного характера.

Выделяют четыре основных блока, на которых базируются данные стандарты:

1. Ценности и принципы корпоративной социальной ответственности [4–6].
2. Процесс менеджмента корпоративной социальной ответственности – общий организационный процесс, связывающий воедино ценности, принципы и инструменты социальной ответственности предприятия, а также стратегию организации, ее политику и методы управления [4, 6].
3. Инструменты менеджмента КСО – определенное количество инструментов менеджмента, которые помогают организации участвовать в процессе социальной ответственности (взаимодействие с участниками всего процесса, социальные отчеты и др.) [6].
4. Гарантия (верификация) – процедуры внутреннего аудита и внешней проверки, направленные на повышение кредитоспособности общей системы менеджмента [5].

Рассмотрим эти четыре блока.

Ценности и принципы КСО.

Ценности и принципы корпоративной социальной ответственности – это ряд экономических, социальных и этических критериев суждения точно установленные, либо подспудно разделяемые всеми членами организации, которые определяют видение и стратегию организации, а также процессы принятия решений на всех уровнях. Корпоративные ценности влияют на корпоративную культуру, историю организации, и отражают путь, по которому организация развивала свои отношения со всеми участниками социально-ответственного процесса, в особенности с местным сообществом в котором она работает.

Любую организацию можно рассматривать как результат кооперации между различными участниками социально-ответственного процесса, которые вкладывают в нее свой труд, капитал, ресурсы и знания для того, чтобы производить товары и услуги, описанные в миссии организации. Корпоративные ценности и принципы делают такую кооперацию возможной и способствуют эффективному управлению предприятием, а также усиливают взаимодействия между работниками. Следовательно, ценности и принципы действуют как нормативные идеалы корпорации, которые формируют корпоративную деятельность в рамках кооперативных отношений со всеми участниками социально-ответственного процесса, определяя справедливый баланс между интересами участвующих сторон и соответствующими обязательствами со стороны корпорации. В то же время участники социально-ответственного процесса должны иметь возможность принимать или отклонять предложенные ценности и принципы в качестве определяющих правил для экономического и социального ведения дел в корпорации.

Посредством демонстрации того, что политика и поведение предприятия согласуются с публично объявленными им же этическими ценностями, корпорация может развивать свою собственную репутацию, которая будет влиять на его кредитоспособность и взаимоотношения с контрагентами.

В табл. 1, составленной на основе [4–6], приведен ряд близких ценностей и принципов социальной ответственности компании, которые поддерживают все вышеназванные стандарты системы менеджмента корпоративной социальной ответственности.

Таблица 1. Ценности и принципы КСО: общие элементы стандартов

Общие элементы	Характеристика
Корпоративные ценности	Организация должна определить и развивать свои собственные ценности, полностью руководящие стратегией ее бизнеса и социальной ответственностью. В особенности, следующие внутренние ценности: устойчивость, зрелые преимущества, справедливость.
Социально-ответственный подход	Организация должна надлежаще рассматривать интересы и нужды всех участников социально-ответственного процесса.
Управление	Ценности и принципы социальной ответственности должны пониматься как основная система управления отношениями между организацией и всеми участниками (включая собственников).
Интеграция менеджмента	Организация должна развивать свою систему менеджмента КСО в обобщенном виде с учетом ее внутренней системы менеджмента бизнеса и процессов принятия решений.
Отчетность	Организация должна отчитываться перед участниками социально-ответственного процесса и реагировать – положительно или отрицательно – на их "законные" жалобы.
Контроль качества социально-ответственной деятельности	Главной целью системы менеджмента КСО является контроль и повышение эффективности социальной, этической, экономической и экологической деятельности предприятия.

Процесс менеджмента корпоративной социальной ответственности.

Процесс менеджмента КСО – это общеорганизационный процесс, основанный на традиционной модели систем менеджмента качества «*Plan-Do-Check-Act*» (План – Действие – Контроль – Отчет), направленный на соединение в одно целое ценностей и принципов социальной ответственности, инструментов менеджмента и любых других внутренних организационных и бизнес процессов, и интегрируя это все в руках руководства.

Общий процесс менеджмента необходим для того, чтобы различные компоненты системы менеджмента корпоративной социальной ответственности (ценности, принципы, инструменты) были взаимосвязаны в организационном процессе и поддерживались соответствующими ресурсами, политикой и процедурами.

Управление предприятием по социально-ответственному пути требует принятия основополагающих ценностей и принципов, введения организационного процесса для поддержания выполнения обязательств в отношении всех участников и использование ряда инструментов менеджмента для решения различных задач. Чтобы связать вместе все эти элементы системы менеджмента КСО необходимо развить логичный, общий процесс, который будет значимым и понятным. Вот это и является целью общей системы менеджмента корпоративной социальной ответственности, которая основана на корпоративных ценностях и способствует их внедрению в каждый процесс принятия решения в бизнесе.

Одна из самых больших опасностей в корпоративном подходе к социальной (в том числе этической и экологической) ответственности – это недостаток интеграции программ корпоративной социальной ответственности с общей бизнес стратегией. Это случай, когда социально-ответственная деятельность входит в основную повестку дня как бы по «остаточному» принципу. Даже корпоративная риторика может стать сигналом такого опасного подхода. Когда предприятие говорит о социальной ответственности только в рамках «Наша деятельность на социальной арене», встает вопрос о том, считает ли компания, что проблемы общества влияют также и на ее бизнес деятельность или нет.

Более зрелый подход к социально-ответственной деятельности требует интеграции рассмотрения социальных проблем и проблем окружающей среды в общей бизнес стратегии. Это видение разделяют все рассматриваемые стандарты общей системы менеджмента корпоративной социальной ответственности.

Отметим, что процесс менеджмента КСО изучаемых стандартов частично совпадает, что показано в табл. 2, составленной на основе [6].

Таблица 2. Процесс менеджмента Q-RES, VMS, SIGMA и AA 1000

Фаза	Ключевые действия
План	• определить миссию, принципы и ценности организации; • развить правила этики, политики и процедур; • определить участников и приоритетные правила социально-ответственной деятельности
Действие	• обеспечить взаимодействие ценностей, стратегии и политики внутри организации; • обучать служащих; • осуществлять надзор за соблюдением правил
Контроль	• оценивать исполнение; • обеспечивать гарантии • следить за процессом принятия решений;
Отчет	• отчитываться перед участниками социально-ответственного процесса; • составлять отчеты, согласно общепринятым стандартам; • обеспечивать обучение и инновации

Общий процесс менеджмента КСО (поддерживаемый четырьмя стандартами) может включать следующие элементы:

- повышение знания об уместности подходов социально-ответственной деятельности на различных уровнях организации;
- развитие корпоративных ценностей и принципов;
- определение всех основных участников социально-ответственного процесса и взаимодействие с ними для выяснения их интересов, нужд и легитимных прав по отношению к организации;
- развитие бизнеса с учетом принципов социально-ответственного поведения;
- разработка (приобретение) четких правил менеджмента КСО;
- обеспечение членов предприятия необходимыми знаниями, навыками и умением определять и управлять предписаниями положения о социальной ответственности компании в их повседневном принятии решений;
- развитие корпоративной политики и процедур проверок;
- разработка организационных структур для поддержки социально-ответственного поведения внутри организации;
- разработка механизмов внутреннего контроля и аудита;
- взаимодействие исполнения предписаний по социально-ответственному поведению с установленной политикой и правилами;
- оценка и отчетность деятельности в области социальной ответственности компании;
- пересмотр каждого шага процесса с учетом анализа исполнения и обратной связи с участниками социально-ответственного процесса.

Данный перечень является не предписанием, а только описанием различных элементов, которые организация должна принимать во внимание в своем стремлении внедрить и поддержать эффективный процесс корпоративной социальной ответственности. То, как организация будет «смешивать» перечисленные элементы со своими ценностями, культурой и инструментами общего менеджмента и приводить все это в устойчивый и значимый процесс, зависит только от нее.

Рассматриваемые стандарты системы менеджмента КСО включают в себя общий процесс, который организации должны упорядочить, чтобы связать воедино свои ценности, инструменты менеджмента и систему управления в целом, сформировав при этом эффективную стратегию поведения.

Инструменты менеджмента КСО.

Инструмент менеджмента корпоративной социальной ответственности — это организационный

процесс (к примеру, программа этического тренинга), руководящий документ (например, руководство GRI [4]), стандартизированная методика (например, оценка жизненных циклов) и другие типы руководств, направленные на то, чтобы помочь организации при разработке специфических, высокоспециализированных положений, которые должны соответствовать корпоративным ценностям и принципам, а также процессу менеджмента КСО, при решении проблем в ее социальной, этической, экономической и экологической работе.

Востребованность различных инструментов будет зависеть от конкретных обстоятельств, хотя большинство инструментов разработано так гибко, что организация может использовать их применительно к любой ситуации.

Каждый из рассматриваемых стандартов разрабатывает свои собственные инструменты, чтобы помочь организациям реализовывать свои системы менеджмента КСО. В то же время существуют инструменты, присутствующие в каждой инициативе. В различных фазах процесса менеджмента КСО, а именно в модели «План — Действие — Контроль — Отчет» инструменты социальной ответственности предприятия представлены в зависимости от специфичности объектов. Табл. 3, составленная на основе материалов [4–6], показывает развитие целого ряда зрелых, взаимозаменяемых инструментов, которые компания может использовать, и которые соответствуют общей логике корпоративной социальной ответственности.

Таблица 3. Инструменты системы менеджмента КСО

Фаза	Инструменты
План	• методика Развития Этики по Коду Q-RES; • инструменты Бизнес Дела SIGMA; • инструменты вовлечения участников социально-ответственного процесса SIGMA
Действие	• методика Этических Тренировок Q-RES; • инструменты поставок VMS; • инструмент устойчивого маркетинга SIGMA;
Контроль	• подход AA1000; • инструмент Внешнего Учета SIGMA; • руководство Устойчивого Учета SIGMA;
Отчетность	• Стандарт верификации AA 1000 • Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI

Гарантия (верификация).

Верификация — это внутренняя оценка специфических принципов и стандартов, качества отчетов и систем, процессов и компетенций, которые представляют общую информацию и поддерживают отчетность исполнительской работы организации. Верификация включает коммуникацию результатов этой оценки заинтересованным пользователям для обеспечения надежности хозяйствующего субъекта.

Необходимо отметить, что на практике нет ни одного общепринятого согласованного подхода, обеспечивающего верификацию социально-ответственной деятельности. В то же время, организа-

ции часто ищут различные формы верификации от различных провайдеров гарантии, начиная с традиционных финансовых аудиторов и заканчивая специализированными консультантами по социальной ответственности, неправительственными организациями, и просто отдельными уважаемыми личностями.

Известно, что без эффективной формы верификации с использованием различных подходов, любая стратегия корпоративной социальной ответственности и ее конкретная система менеджмента не будет рассматриваться участниками социально-ответственного процесса как надежная.

Различным системам менеджмента КСО свойственны свои подходы и стандарты верификации. Например, подход к верификации стандарта Q-RES основан на модели по принципу системы менеджмента качества – ISO, которая может быть сертифицирована третьей независимой организацией; подход к верификации стандарта VMS основывается на процессе саморегулирования, то есть он делает упор на ключевую роль организации, которая сама добровольно приняла самоограничивающий стандарт менеджмента КСО – VMS; стандарт AA 1000 включает специализированный «стандарт верификации» (Стандарт верификации AA 1000), который во многом касается сути корпоративных ценностей и ориентации; подход к верификации стандарта SIGMA во многом схож с подходом Серии AA 1000, так как данный стандарт

формально принял Стандарт верификации AA 1000, как «основной внутренний» подход к верификации, которую он представляет.

Выводы

1. Рассмотрен процесс формирования активного социально-экономического пространства посредством изменения природы взаимодействующих в нем институтов экономики и общества.
2. Обозначены методы взаимодействия институтов государства, бизнеса и общества, такие как социальное и частно-государственное партнерство, саморегулирование, со-регулирование, некоммерческие организации.
3. Как одно из условий формирования активного социально-экономического пространства рассматривается внедрение в отечественную практику стандартов всеобщей системы менеджмента корпоративной социальной ответственности.
4. Стандарты всеобщей системы менеджмента корпоративной социальной ответственности призваны дополнить существующую систему общего менеджмента, и являются одним из основных инструментов становления института цивилизованного бизнеса, использование которого (при соответствующем взаимодействии с другими институтами) создаст условия для формирования и постепенного расширения активного социально-экономического пространства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Проект приказа Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации об утверждении методических рекомендаций по оценке финансового и социально-экономического развития муниципальных образований [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.curs.ru/services/report_2003_5.shtml. – 07.11.2008.
2. Клейнер Г.Б. Системная парадигма в экономических исследованиях: новый подход [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.kleiner.ru/System%20Paradigm.htm>. – 07.11.2008.
3. Уколов В.Ф., Быстряков И.К. Материалы к лекции: «Пространство взаимодействия власти, бизнеса и общества» [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.kitrag.ru/prostr>. – 07.11.2008.

4. Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalreporting.org>. – 07.11.2008.
5. Стандарт верификации отчетов AA 1000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.accountability.org.uk/resources>. – 07.11.2008.
6. Corporate Social Responsibility / Ed. J. Allouche. – V. 1: Concepts, Accountability and Reporting. – N.Y.: Palgrave Macmillan, 2006. – P. 333–355.

Поступила 10.11.2008 г.