

Секция «Менеджмент»

**Корпоративная социальная ответственность 21 века: от теории к практике
(на примере банковской сферы Российской Федерации)**

Рогов Михаил Иосифович

Студент

Санкт-Петербургский государственный университет, Философский факультет,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: stenfoll@gmail.com

Концепция корпоративной социальной ответственности, зародившаяся еще в 50-е годы прошлого века, до сих пор остается дискуссионной темой как в среде ученых-исследователей, так и в бизнес-сообществе. За свою историю концепция претерпела ряд изменений и дополнений, касающихся целей и задач стратегии КСО, форм ее реализации. Из единичных «ответственных» действий компании КСО превращается в систему, которая, реализуясь в разных формах и став частью стратегического управления, призвана ответить на новые запросы общества, вызовы времени. На современном этапе эволюции КСО можно выделить такие направления, как устойчивое развитие, корпоративное волонтерство, благотворительность, социальная отчетность, корпоративное гражданство. Все эти этические практики так или иначе отражают взаимодействие бизнеса и общества, репрезентируют корпорацию как морального агента. В качестве сферы исследования в докладе было решено взять банковский сектор как один из передовых в области нефинансовой отчетности.

В настоящее время имеется достаточно обширная теоретическая база по проблеме социальной ответственности бизнеса, в частности, монография Ю.Е. Благова «Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции», где автор исследует зарождение и становление понятия КСО и его трансформацию вплоть до настоящего времени; коллективная монография «Формирование концептуальных основ корпоративной социальной ответственности» под общей редакцией О. А. Канаевой и В.С. Сопина, в которой анализируются как общие этические основания экономической деятельности в целом, так и конкретные современные формы КСО и подходы к ее изучению. Обе работы отличаются фундаментальным характером исследования и отражают комплексные подходы к изучению КСО. Однако, поскольку программы и содержание КСО корпораций из года в год изменяются, для выявления динамики развития КСО и понимания современной ситуации в бизнес-сообществе возникает необходимость проводить новый мониторинг нефинансовой отчетности. Таким образом, доклад представляет комплексный анализ нескольких отчетов крупных банков за 2012 г. в области социальной ответственности на выявление доминирующей формы КСО в конкретном секторе экономики, сравнение анализа с отчетами прошлых лет и моделирование динамики развития КСО в банковском секторе.

При проведении исследования задействованы материалы ведущих специалистов по корпоративной социальной ответственности и этике бизнеса в России и за рубежом. Помимо уже названных авторов, для обоснования теоретических положений доклада были использованы работы А. Костина «КСО и устойчивое развитие» и коллективная монография П. Кальницкой, М. Джентайл, Дж. Роэн «Этика бизнеса». В качестве прикладной части были использованы материалы сайта Российского Союза Промыш-

ленников и Предпринимателей, в частности, библиотека корпоративных нефинансовых отчетов, представленная на сайте Союза и непосредственные интернет-ресурсы банков. При выборе банков основным критерием отбора являлась регулярность издания нефинансовых отчетов, а также известность и распространенность банка на территории России.

В результате анализа социальных отчетов банков «Сбербанк», «ВТБ», «Альфа-Банк» и «Внешэкономбанк» было выявлено: во-первых, что благотворительная деятельность – наиболее распространенный вид реализации КСО в банковской сфере. Через благотворительные проекты, акции и аукционы банки осуществляют поддержку наименее защищенных и уязвимых слоев населения, таких как дети, молодежь, пожилые люди. Важное место уделяется проектам в сфере охраны окружающей среды: в частности, финансовая поддержка природоохранных организаций, проведение экологических акций по защите исчезающих видов животных. Заметим, что одной из распространенных форм благотворительности в рассмотренных отчетах являются волонтерские проекты, подготовленные и реализованные на конкурсной основе непосредственно сотрудниками банков. Особенность такого подхода в том, что в этом случае не просто идет финансирование проектов, а происходит реальный социальный контакт между работниками банка и выбранной социальной группой. Особенно волонтерская деятельность развита в «Альфа Банке», где конкурсы тематических волонтерских проектов, как правило, объявляются перед праздниками (например, ко Дню защиты детей, ко дню Победы, к 1 сентября и т.д.). Во-вторых, важной составляющей КСО банков является спонсорская деятельность. В отобранных примерах это хорошо проиллюстрировано: спонсорская поддержка значимых социальных проектов, художественных фестивалей, природоохранных организаций. Наконец, было обнаружено, что в некоторых банках, таких как «Сбербанк» и «Внешэкономбанк» значительным элементом КСО является улучшения качества социально-ориентированного продукта. Так, например, в «Сбербанке» особое место отводят улучшению качества обслуживания клиентов в офисах: введение электронной системы очереди, разработка новых интернет-сервисов. Во «Внешэкономбанке» активно проводятся антикоррупционные мероприятия, направленные как на повышение уровня обслуживания клиентов, так и на улучшение внутреннего морального климата в коллективе. Таким образом, основными формами корпоративной социальной ответственности в банковской сфере являются благотворительные проекты, корпоративное волонтерство, спонсорство, а также внутренние этические практики, призванные повысить уровень ответственности работников организации, а основными направлениями реализации КСО являются социальная, экономическая и экологическая сферы жизнедеятельности.

Поскольку КСО является корпоративным действием, то есть те или иные этические практики осуществляются корпорацией как юридическим лицом и, по мнению некоторых ученых[1], даже как цельным моральным субъектом, то КСО становится составной частью корпоративного управления. На протяжении последних 10-15 лет корпоративное управление окончательно трансформировалось в руководство компанией как открытой системой[2], постоянно подверженной активному внешнему воздействию окружающей деловой среды. Настоящим исследованием было проиллюстрировано, что в современной ситуации эффективное корпоративное управление и КСО все чаще рассматриваются бизнесом в качестве факторов повышения конкурентоспособности и устойчивости, чем

объясняется разнообразность форм проявления КСО современным бизнесом. КСО в различных своих формах становится не только реальным сотрудничеством между компанией и обществом, но и частью имиджа компании, ее «брендом», который призван повысить стоимость компании[3] в целом и привлечь большее число клиентов.

[1] В частности П. Френч, К. Годпастер, Дж. Мэтьюз-мл.

[2] 4

[3] 2

Литература

1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю. Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб.: Из-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 272 с.;
2. Канаева О. А., Сопин В.С. Формирование концептуальных основ корпоративной социальной ответственности / О.А. Канаева, В.С. Сопин ; СПбГУ – СПб.: Издательский дом СПбГУ, 2010. – 312 с.;
3. Кальницкая А.П. Этика бизнеса: Учебное пособие для вузов и бизнес-школ. / Под общ. ред. П.А. Кальницкой. – М., 2012. – 132 с.;
4. Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. — М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. — 80 с.;
5. Социальная ответственность в системе корпоративного управления / Экспертный опрос// Бизнес и общество № 72-77 / 2012-2013
6. Национальный Регистр и Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов – [электронный ресурс] РСПП – Режим доступа: <http://рспп.рф/simplepage/157>