

Тема №5

«Теоретические принципы КСО»



Литература

1. Коротков Э.М. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров М.: Издательство ЮРАЙТ 2015г, 445с.
2. Орлянская Г.Л., Орлов Ю.Н. Корпоративная социальная ответственность. Учебное пособие ; Санкт-Петербургский государственный политехнический университет.2013г, 320с.
3. Бурджалов Ф. Социальная сфера предприятия: современная российская практика в мировом контексте. – М.: ИМЭМО РАН. 2002.

Вопросы лекции

1. Три этапа формирования социальной ответственности
2. Модели корпоративного управления
3. Принципы и механизмы корпоративного управления
4. Корпоративное гражданство.

Три этапа формирования социальной ответственности

- управление, направленное на **максимизацию доходов** (до второй четверти XX века): этичность второстепенна по отношению к прибыльности (период "дикого" капитализма);
- **попечительское управление** (начиная с 1930–х годов): организация заботиться о своих сотрудниках и их семьях постольку, поскольку это в конечном итоге ведет к более высокой производительности и доходности;

- **социальное управление** (начиная с 1960х–70х годов): организация несет ответственность перед обществом в целом и, в частности, перед стейкхолдерами (группами заинтересованных лиц).

на след. слайде представлено формирование системы КСО под воздействием внутренних и внешних факторов.

Рис. 2. Формирование системы корпоративного управления под воздействием внутренних и внешних факторов



* Агенты, влияющие на формирование репутации – это организации и специалисты, которые способствуют сглаживанию неравномерного распределения информации между участниками рынка, улучшению надзора за деятельностью компаний и раскрытию случаев неподобающего корпоративного поведения.

Источник: *Corporate Governance: A Framework for implementation.* — World Bank, 1999.

Корпоративное управление (англ. corporate governance) – система взаимодействия между акционерами и руководством компании (акционерного общества, корпорации), включая её совет директоров, а также с другими заинтересованными лицами, с помощью которой реализуются права акционеров; комплекс механизмов, позволяющих акционерам (инвесторам) контролировать деятельность руководителей компании и разрешать возникающие проблемы с прочими группами влияния.

Корпоративное управление не имеет непосредственного отношения к оперативному (operational management) и тактическому управлению компанией, но в последнее время включается в стратегическое управление.

Предметом корпоративного управления является контроль за совершением корпоративных действий.

Необходимость корпоративного управления обусловлена тем, что бизнес как собственность принадлежит принципалам (собственникам, инвесторам), а права управления этим имуществом делегированы агентам – совету директоров и менеджменту, что порождает асимметрию информации и связанные с ней агентские издержки, выражающиеся в действиях менеджмента, не направленных на удовлетворение интересов собственников.

Модели корпоративного управления

В зависимости от характерных особенностей структуры собственности, степени её концентрации, особенностей механизмов финансового регулирования, фондовых рынков и национального акционерного законодательства могут формироваться различные системы корпоративного управления. В экономической практике развитых стран традиционно различается две модели корпоративного управления:

1.Англо–американская – безусловный приоритет прав акционеров, основной контроль осуществляется через рынок капиталов;

2.Континентальная – модель банковского контроля, когда банки и их представители в совете директоров играют решающую роль в управлении предприятием.

Данное разделение условно и осуществляется для выделения характерных черт, которые в условиях глобализации могут смешиваться и видоизменяться.

Акционеры в *немецкой модели* играют решающую роль в стратегическом планировании деятельности компании. В немецкой модели упор сделан на поддержании баланса интересов всех заинтересованных сторон и взаимной ответственности.

Англо–американская модель ориентирована на преимущественное удовлетворение финансовых интересов акционеров. Считается, что следование американской модели способствует динамичности, а немецкой – устойчивости.

Отличительной чертой японской модели является ориентация на социальную сплочённость на уровне компании и «деловую сплочённость» на уровне промышленной группы. В отличие от немецкой модели эта сплочённость имеет не равноправный, а иерархический характер – принесение в жертву интересов «младших» в обмен на патернализм «старших». Характерной чертой японской модели является перекрёстное владение акциями между компаниями–партнёрами.

В России преобладает характерная совмещением функций владения и управления «инсайдерская» модель корпоративного контроля связанная с высокими затратами на удержание собственности.

Принципы и механизмы

корпоративного управления

Коллегиально на собраниях акционеров могут приниматься решения о реорганизации, слияниях, ценных бумагах, основных исполнительных органах, крупных сделках, внутренних документах и раскрытии информации компании. Механизмы корпоративного управления призваны обеспечить ответственность совета директоров перед акционерами, менеджмента – перед советом директоров, собственников крупных пакетов акций – перед миноритариями, корпорации – перед работниками и покупателями, обществом в целом.

Корпоративное управление сосредоточено на том, чтобы все эти группы и институты выполняли свои функции наилучшим образом при сохранении баланса интересов между ними. Акционеры, обладающие пакетами акций разного размера не равны не только потому, что обладают разным количеством голосов, но и потому что их права зависят от размера доли. По российскому закону об акционерных обществах права распределяются так:

1 % – доступ к реестру акционеров, подача исков в суд на управленцев за их действия, повлекшие убыток для компании;

2 % – выносить вопросы, решения и кандидатов на собрании акционеров;

10 % – созывать внеочередное собрание;

25 % – блокирующий пакет, даёт доступ к первичным бухгалтерским документам и протоколам коллегиального исполнительного органа;

75 % – право размещения, приобретения обществом собственных акций, определять их тип, права и количество, изменение уставных документов, ликвидация и реорганизация общества;

100 % – отсутствуют требования о сроках созыва собрания.

Это делает возможным ущемление прав миноритарных акционеров, в том числе через вывод прибыли из компании недивидендными способами (трансфертное ценообразование) и присвоение её менеджментом компании или основным акционером. Один из механизмов корпоративного управления, позволяющий преодолеть этот недостаток – рынок корпоративного контроля, существование которого позволяет акционерам продать свои акции в случае, если их не устраивает менеджмент компании. Недовольство акционеров снижает равновесную цену акций таким образом, что компания становится уязвимой для «белого» рейдерства.

Механизмы корпоративного управления англо–американской модели

- Формализация отношений между участниками КУ путём принятия регламентирующих документов, разработки формальных процедур и т. п. В частности, крупные компании принимают собственные корпоративные кодексы.
- Представительство в совете директоров всех групп акционеров, включая миноритарных (в ряде случаев – и других групп интересов, например, профсоюзов).

- Жёсткая подотчётность менеджмента совету директоров (но не непосредственно крупным акционерам), а совета директоров – собранию акционеров.
- Решение всех важных вопросов, выходящих за рамки текущего управления, на заседаниях совета директоров или собраниях акционеров.
- Избегание конфликтов интересов и отношений аффилированности (например, когда менеджмент аффилирован с крупным акционером). С этой целью, в частности, в совет директоров приглашают сторонних независимых директоров – профессионалов, не связанных с акционерами и менеджментом компании.

В настоящий момент можно выделить три основных концепции по отношению к КСО.

Концепция «корпоративного эгоизма».
Сформировалась на основе классической формулировки нобелевского лауреата М. Фридмана, согласно которой «единственным бизнесом для бизнеса является максимизация прибыли в рамках соблюдения существующих правил игры. Потом из этой концепции появился термин «компания собственников». Таким образом, КСО стало пониматься как обеспечение экономических и финансовых интересов собственников и получение компанией высокой прибыли. Подобная концепция характерна для фирм англосаксонской модели капитализма.

Концепция «корпоративного альтруизма».

КСО в данном случае трактуется расширительно и наряду с социальными обязательствами включает в себя участие бизнеса в благотворительности и социальных проектах. Используется концепция «компании участников». Таким образом, компания понимается как социальная общность, в рамках которой собственники сотрудничают с менеджерами, поставщиками, персоналом, потребителями, представителями общественности, а социальная ответственность становится результатом их совместных действий. Характерна для континентальной модели капитализма и распространена в Японии.

Концепция «разумного эгоизма». В данной концепции подчеркивается, что социальная ответственность бизнеса – это просто «хороший бизнес», потому что это помогает уменьшить долгосрочные потери прибыли. Реализуя социальные программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочном периоде времени формирует благоприятную социальную среду для своих работников и территорий своей деятельности, создавая при этом условия для стабильности собственной прибыли. Данная концепция укладывается в теорию рационального поведения экономических агентов.

Корпоративное гражданство.

В самом общем плане корпоративное гражданство – это стратегия бизнеса по взаимодействию с обществом в целях обеспечения эффективного и устойчивого развития и формирования собственной репутации как ответственного «корпоративного гражданина», полноправного участника такого развития. . В рамках этого подхода бизнес рассматривается как ключевой участник не только рыночных, но и иных общественных отношений/

Модель КГ ориентирует на трезвую и ответственную оценку влияния предпринимательской деятельности на общественное развитие и на окружающую среду, причем как в пределах национальных сообществ, так и на глобальном уровне. Помимо самих корпораций ключевую роль в выстраивании системы КГ играют институты государства, а также международные организации, в том числе сетевые НКО. В развитии системных и долгосрочных связей с корпоративными игроками заинтересованы субнациональные и наднациональные сообщества/

Непосредственными участниками корпоративных отношений выступают местные сообщества и ассоциации граждан, потребители, инвесторы, акционеры и поставщики («внешние» стейкхолдеры), а также наемный персонал и менеджмент («внутренние» стейкхолдеры).

Некоторые группы оказываются «стейкхолдерами поневоле» – из-за того ущерба, который им наносит или может нанести деловая активность компании.

Оценка социальной роли бизнеса и социальных издержек рыночной экономики – одна из ключевых тем политической повестки истекшего столетия и важнейший фактор размежевания политических сил. Как известно, развитый мир «с трудом и медленно приходил к пониманию простой закономерности: чтобы успешно и без сбоев развиваться, рыночные отношения должны быть укоренены в широком контексте социальных ценностей и ориентиров развития. Когда это понимание пришло, оно приняло формы Нового курса и социальной рыночной экономики»

Глобальное корпоративное гражданство

В 2002 году в рамках проведения Давосского экономического форума по инициативе организаторов форума руководителями 34 крупнейших ТНК был подписан документ «Глобальное корпоративное гражданство – стратегический вызов менеджмента и советов директоров компаний», что стало одним из важных и показательных прецедентов продвижения тематики корпоративного гражданства в глобальном публичном пространстве.

**СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ!**