

Ю. Е. Благов

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: ВЫЗОВЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

В статье рассмотрены вопросы отражения проблематики корпоративной социальной ответственности (КСО) в программах управленческого образования российских вузов. Автор проводит обзор причин возрастания интереса к данной проблематике, особо выделяя их глобальный характер. Отмечается, что системный подход к преподаванию КСО требует решения взаимосвязанных задач «мейнстриминга» и учета особенностей разных форматов управленческого образования. Особое внимание уделяется актуальным подходам к разработке обязательного курса «Корпоративная социальная ответственность» для бакалавров в соответствии с требованиями ФГОС ВПО третьего поколения по направлению подготовки «Менеджмент». Подчеркивается важность участия вузов в релевантных научных исследованиях, а также в международной кооперации в рамках профессиональных ассоциаций. В качестве инструмента развития ответственного лидерства рассматривается «Этический кодекс ВШМ СПбГУ».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, управленческое образование, стандарты.

Вопросы корпоративной социальной ответственности (КСО) относятся в настоящее время к наиболее обсуждаемым на самых авторитетных дискуссионных площадках Российской Федерации, объединяющих представителей бизнеса, государственных учреждений, некоммерческих организаций и академического сообщества. В условиях экономического кризиса 2008–2009 гг. интерес к этой теме еще более возрос, причем во главу угла встали такие животрепещущие вопросы, как связь КСО с инновациями и модернизацией. Иными словами, глобальная проблематика КСО стала актуальной и для России, воплотившись в соответствующих вызовах для всех заинтересованных сторон. Для управленческого образования такими вызовами явились необходимость отражения этой проблематики в учебных планах, разработка и реализация профильных учебных курсов, а также формирование соответствующей институциональной поддержки.

РОСТ ИНТЕРЕСА К ПРОБЛЕМАТИКЕ КСО

Можно выделить четыре взаимосвязанные причины возрастания интереса к проблематике КСО в бизнес-школах и на специализированных факультетах вузов, реализующих учебные планы по управленческим специальностям и направлению подготовки. Эти причины носят объективный характер и вполне могут рассматриваться в свете формирования соответствующих вызовов, уклониться от которых практически невозможно.

1. *Реальная практика ведения бизнеса.* За последнее десятилетие КСО прошла путь от управленческой экзотики глобальных корпораций до стандартных рутин, внедряемых и используемых во всем мире фирмами разных размеров и различных форм собственности. Открытие управленческих позиций уровня вице-президента компании, создание специальных подразделений и координирующих групп, внедрение этических кодексов и моделей самооценки, подготовка и публикация нефинансовых отчетов далеко не исчерпывают перечня управленческих инноваций, находящих все более широкое применение. В частности, по данным CorporateRegister.com, в 2010 г. в мире будет опубликовано уже около 4000 отчетов в области корпоративной ответственности, что превосходит показатели 2000 г. более чем в четыре раза [CR Reporting Awards..., 2010]. Отечественные компании не стоят в стороне от этого процесса. Как подчеркивается в выводах национального «Доклада о социальных инвестициях в России — 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию», подготовленного Ассоциацией Менеджеров совместно с Высшей школой менеджмента СПбГУ (ВШМ СПбГУ), «развитие КСО в российском бизнесе в целом соответствует общемировой тенденции постепенной интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, перехода к идеологии социальных инвестиций, отвечающих долгосрочным интересам и бизнеса, и общества» [Доклад о социальных инвестициях..., 2008, с. 8]. Стоит также упомянуть конференции, слушания, круглые столы и национальные конкурсы, проводимые в 2009–2010 гг. Общественной палатой РФ, Ассоциацией Менеджеров, Российским союзом промышленников и предпринимателей, «Форумом доноров» совместно с деловой газетой «Ведомости» и компанией PricewaterhouseCoopers, «Национальным форумом КСО» и посвященные не столько «сохранению» КСО, сколько ее инновационному развитию.¹

¹ Исполнительный директор Ассоциации Менеджеров С. Е. Литовченко, обращаясь к читателям материалов общероссийского проекта «People Investor 2009: компании, инвестирующие в людей», подчеркнул, что этот проект «призван выявить инновационные управленческие практики, оценить их эффективность и публично представить лучший опыт социально-ответственного ведения бизнеса в условиях кризиса» [People Investor..., 2010, с. 4].

2. *Четко сформулированный запрос со стороны бизнеса.* Одной из пяти «базовых характеристик» успешного предприятия будущего, сформулированных в ходе глобального исследования, проведенного компанией IBM в 2008 г. (IBM Global CEO Study — 2008), признана «социальная ответственность».² Всемирно способствуя развитию этой характеристики, ведущие мировые компании активно поддерживают создание соответствующих курсов и программ на уровне вузов и профессиональных ассоциаций. Показателен пример «EABIS — Академии бизнеса в обществе», ассоциации крупнейших международных компаний и ведущих бизнес-школ, решающей задачи интеграции вопросов корпоративной ответственности и корпоративного управления в управленческую теорию и практику ведения бизнеса. Сегодня среди проектов EABIS, объединяющей более 110 институциональных членов, — разработка учебных курсов, подготовка учебных кейсов, повышение квалификации преподавателей. На национальном уровне можно отметить роль Ассоциации Менеджеров, имеющей специализированный комитет по КСО, формулирующей соответствующий запрос российского бизнеса.³

3. *Развитие научных исследований в сфере КСО.* Научная дискуссия по проблемам корпоративной социальной ответственности активно ведется в мировой научной литературе, начиная с 50-х гг. XX в. За прошедший период опубликовано огромное количество научных статей и монографий, посвященных концепции корпоративной социальной ответственности, а также альтернативным темам — корпоративному гражданству, корпоративной устойчивости, концепции заинтересованных сторон и этике бизнеса.⁴ Особо важно отметить, что исследования в сфере КСО достигли высокой степени институционализации. С одной стороны, сформировалась международная сеть исследовательских центров, а также национальных и международных исследовательских ассоциаций, среди которых стоит отметить группу по изучению социальных проблем менеджмента знаменитой Академии менеджмента, а также Европейскую ассоциацию этики бизнеса (EBEN). С другой стороны, в последнее десятилетие существенно возросли количество и качество исследований, регулярно проводимых крупными корпорациями,

² О «базовых характеристиках» успешного предприятия будущего, рассмотренных в исследовании компании IBM, подробнее см.: [Корнильев, 2009].

³ В частности, одна из рекомендаций, сформулированных в национальном «Докладе о социальных инвестициях в России — 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию», подразумевает «оказание содействия распространению идей «устойчивого развития» через систему образования» [Доклад о социальных инвестициях..., 2008, с. 9].

⁴ О развитии теоретической дискуссии по проблемам КСО подробнее см.: [Благов, 2006].

ведущими консалтинговыми компаниями и бизнес-ассоциациями как самостоятельно, так и в кооперации с вузами. Показательно, что в конце 2008 г. практически одновременно были презентованы три аналитических доклада, посвященных корпоративной социальной ответственности российских компаний. Они были подготовлены Российским союзом промышленников и предпринимателей [Развитие социально ответственной практики..., 2008], агентством The Economist Intelligence Unit [Из России с любовью..., 2008] и российской Ассоциацией Менеджеров [Доклад о социальных инвестициях..., 2008].

4. *Обострение международной конкуренции в области управленческого образования.* В условиях растущего спроса со стороны бизнес-сообщества, преподавание и исследования в области КСО и этики бизнеса превратились в важное условие получения международных аккредитаций AACSB International, EFMD (EQUIS) и AMBA. Более того, все большую популярность в мире приобретает альтернативный рейтинг Beyond Grey Pinstripes (BGP), оценивающий программы MBA по критерию интегрированности вопросов социальной и экологической ответственности в учебные планы и связанные с их научным наполнением исследовательские проекты.

Важно отметить, что в рейтинге Beyond Grey Pinstripes представлены вовсе не «маргинальные» школы, в силу тех или иных причин специализирующие на проблематике КСО. Практически все участники этого рейтинга — национальные и глобальные лидеры бизнес-образования, занимающие ведущие позиции в основных международных рейтингах. Так, все школы, занявшие 10 верхних позиций в рейтинге BGP за 2009–2010 гг., вошли в глобальный рейтинг программ MBA Financial Times за 2010 г. Среди них — Высшая школа бизнеса Стенфордского университета и Школа бизнеса Колумбийского университета (США), Школа бизнеса IE (Испания) и Роттердамская школа менеджмента университета Эразмус (Нидерланды) [The Global 100..., 2010; Global MBA..., 2010]. При этом, как правило, изучение проблем КСО в ведущих университетах и бизнес-школах не ограничивается лишь форматом MBA, а охватывает весь портфель реализуемых дипломных и постдипломных программ, включая программы бакалаврской и магистерской подготовки.

ТЕМАТИКА КСО В УЧЕБНЫХ ПЛАНАХ

Таким образом, преподавание проблематики КСО превращается в насущную необходимость для вузов, реализующих программы управленческой подготовки. При этом, впрочем, необходимо решение ряда взаимосвязанных задач.

Во-первых, это задача «мейнстриминга» — интегрирования преподавания корпоративной социальной ответственности в систему основных

курсов, определяющих целостность учебного плана. В специальном исследовании журнала *Ethical Corporation*, опубликованном в мае 2006 г., «мейнстриминг» определяется как процесс последовательного прохождения трех стадий: предложения слушателям курсов, связанных с проблематикой КСО, в качестве элективных дисциплин; превращение соответствующих курсов и модулей в обязательные; встраивание вопросов КСО во всю систему основных курсов, таких как стратегический менеджмент, маркетинг и финансовый менеджмент [Russel, 2006, p. 4]. По мнению авторов исследования, большинство бизнес-школ все еще находится на первой стадии и только меньшая их часть перешла на вторую. Что же касается третьей стадии, то преодолеть ее пытаются лишь единицы.

Если обратиться к «лучшей практике», то, согласно данным Института Аспена, число участников вышеупомянутого рейтинга BGP, требующих от своих студентов обязательного прохождения соответствующих курсов, возросло с 34% в 2001 г. до 54% в 2005 г. и 69% — в 2009 г. В свою очередь, количество дисциплин по выбору, рассматривающих релевантные вопросы экологического, социального и этического характера, в расчете на одну бизнес-школу, возросло с 12 в 2005 г. до 19 в 2009 г. Что же касается курсов, включающих в себя проблематику бизнеса и общества, то они образуют следующий ранжированный ряд: «Менеджмент», «Финансы», «Маркетинг», «КСО/этика бизнеса», «Аккаунтинг» [Trends and Facts..., 2010].

Представляется, однако, что задача «мейнстриминга» состоит не столько в достижении количественных показателей лидеров мирового управленческого образования, сколько в переосмыслении самой сущности, и, соответственно, роли корпоративной социальной ответственности в современном бизнесе. Как подчеркивал С. Задек — Генеральный директор знаменитой консалтинговой фирмы AccountAbility, компании проходят несколько стадий организационного обучения КСО — от «оборонительной», на которой они лишь защищаются от нападков на свою деловую репутацию, до «стратегической» и «гражданской», где они пытаются увеличить свою стоимость в долгосрочной перспективе [Zadek, 2004, p. 127]. Соответственно, компании последовательно развивают свои компетенции от решения соответствующих задач отделами по связям с общественностью (PR) и юридическими службами до управления ответственным ведением бизнеса основными функциональными подразделениями и, наконец, до интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию. Иными словами, рассмотрение проблем КСО в отдельных функциональных курсах, таких как «Связи с общественностью», «Управление персоналом», «Маркетинг», «Финансы», само по себе не решает задачи обучения современным подходам к КСО. Более того, в «худшем» случае несистемного подхода, оно попросту консервирует устаревшие трактовки, соответствующие низкому уровню организационно-

го обучения. В свою очередь, наличие обязательного базового курса по КСО позволяет заложить некую целостную систему знаний, соответствующих современной парадигме стратегического управления, которые могут быть углублены и детализированы в функциональных дисциплинах. Как подчеркивает в этой связи Э. Корнуэл, Генеральный директор EFMD, «глобальная ответственность требует от бизнес-школ преодоления функциональных барьеров и выработки целостного подхода» [Cornuel, 2010, p. 14].

Во-вторых, своего решения требует задача внедрения соответствующих курсов на всех форматах управленческого образования: программах бакалавриата, магистратуры, аспирантуры, MBA, EMBA и программах профессиональной переподготовки. Очевидно, что все эти форматы различаются и спецификой контингента обучающихся, и целями самих программ как таковых. К тому же рассмотренные в данной статье причины интереса к проблематике КСО лишь частично подкреплены требованиями регулирующих органов. Так, в новой редакции государственных требований к минимуму содержания и уровню требований к специалистам для получения дополнительной квалификации MBA, вступившей в действие с 1 марта 2008 г., предусмотрены «восприятие концепции социальной и экологической ответственности бизнеса, выработка приверженности цивилизованным этическим нормам его ведения» в качестве «конкретных образовательных результатов» [О государственных требованиях..., 2008]. Для бакалаврских и магистерских программ новые возможности открывает принятие федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) третьего поколения. Особенно это касается бакалаврской подготовки, подразумевающей прохождение курса «Корпоративная социальная ответственность» в качестве обязательной дисциплины. Тем не менее сам факт принятия стандарта является лишь отправной точкой как процесса внедрения данного курса, так и развития на его базе соответствующего «мейнстриминга». В этой связи весьма полезным может оказаться опыт, накопленный Высшей школой менеджмента СПбГУ, где соответствующие дисциплины вводились в качестве обязательных практически на всех основных программах по мере их подготовки и «запуска» начиная с 1993 г. — года основания школы.⁵ В настоящее время

⁵ Кроме того, в качестве полного академического члена Глобального альянса в области образования по менеджменту SEMS ВШМ СПбГУ принимает участие в подготовке и проведении так называемых элективных «блок-семинаров» по актуальным проблемам менеджмента в рамках международной магистерской программы SEMS MIM, занимающей первое место в мире по рейтингу FT магистерских программ по менеджменту. Накопленные компетенции позволили ВШМ СПбГУ в 2009 г. провести, совместно со Школой экономики университета Аалто (Финляндия), блок-семинар «Корпоративная ответственность в практике управления»,

обязательные курсы по проблемам КСО представлены на следующих основных образовательных программах ВШМ СПбГУ:

- ♦ бакалавриат (направление «Менеджмент») — курс «Этика бизнеса» (с 2011/2012 учебного года — «Корпоративная социальная ответственность»);
- ♦ магистратура (направление «Менеджмент») — курс «Корпоративная социальная ответственность в международном бизнесе» (на английском языке);
- ♦ ЕМВА — курс «Бизнес и общество».

Важно подчеркнуть, что базовые курсы по КСО, преподаваемые на программах разных уровней, могут состоять из стандартных разделов и тем, но должны отличаться: во-первых, расставлением акцентов на соответствующих разделах и темах; во-вторых, методикой изложения материала и анализа используемых примеров (кейсов); в-третьих, степенью использования дополнительных инструментов формирования ответственного лидерства.

КУРС «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» В ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ МЕНЕДЖМЕНТА

Принятие ФГОС ВПО третьего поколения делает курс «Корпоративная социальная ответственность» обязательным для подготовки бакалавров по направлению подготовки «Менеджмент». Тем не менее, даже при наличии стандарта, подготовка такого курса вовсе не является тривиальной задачей в содержательном и методическом плане. Прежде всего теория КСО продолжает находиться в состоянии активного развития. Многообразие релевантных концепций — «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная социальная восприимчивость» и «корпоративная социальная добросовестность», «этика бизнеса» и «корпоративная филантропия», «социальные проблемы», «корпоративная социальная деятельность» и «процесс корпоративной социальной политики», «менеджмент заинтересованных сторон» и «корпоративное гражданство», «устойчивое развитие» и «корпоративная устойчивость», «корпоративная репутация» и «социально-ответственное инвестирование», «тройная отчетность» и «корпоративная социальная отчетность» — способно смутить даже самого заинтересованного преподавателя. Кроме того, типичным остается противопоставление двух аспектов КСО — нормативного и инструментального. Для одних авторов социальная ответственность ассоциируется с моральным долгом перед обществом, рассматриваемым на уровне как индивидуума, так и фирмы. Соответственно, корпоративная социальная ответственность трактуется

признанный одним из лучших среди 27 семинаров CEMS (подр. см.: [Совместный семинар ВШМ..., 2009]).

прежде всего как этика бизнеса, что объективно ведет к привлечению преподавателей философских дисциплин. Для других — КСО ассоциируется со стратегическим менеджментом, с инструментом развития конкурентоспособности и повышения стоимости компании, что позволяет рассматривать курс как управленческий.

Указанные проблемы, впрочем, имеют вполне очевидное решение, которое кроется в современном понимании КСО как сложной системы. *Корпоративная социальная ответственность* как таковая является ее нормативной основой, представляя собой этические *принципы* взаимодействия бизнеса с обществом. Индивидуальная этика менеджера, таким образом, рассматривается в контексте этики конкретной организации и бизнеса в целом. КСО при этом включает в себя экономическую, правовую, этическую и филантропическую составляющие. Реализация принципов КСО происходит в ходе *процессов корпоративной социальной восприимчивости*, когда фирма на инструментальной основе производит оценку среды ведения бизнеса, реагирует на ожидания заинтересованных сторон и актуальные общественные проблемы соответствующими управленческими рутинными и решениями. Корпоративная социальная восприимчивость, в свою очередь, воплощается в конкретных *результатах корпоративного поведения* — воздействии на общество и фирму как таковую. Иными словами, речь идет о *корпоративной социальной деятельности* как целостной управленческой системе, включающей в себя принципы, процессы и результаты. Именно на выработку такого системного подхода и должен быть направлен базовый курс «Корпоративная социальная ответственность».⁶

В качестве примера можно привести курс «Этика бизнеса», предлагаемый на программе подготовки бакалавров в ВШМ СПбГУ. Цель, задачи и структура курса позволяют уже сегодня трактовать его как вариант курса «Корпоративная социальная ответственность».⁷

1. Цель курса.

На основе современных концепций корпоративной социальной ответственности (КСО) и этики бизнеса познакомить студентов с общими закономерностями взаимодействия бизнеса и общества, а также с основами их использования в управлении фирмой.

⁶ Использование альтернативной терминологии «корпоративного гражданства» и «корпоративной устойчивости» ничего не меняет в сути данной системы. В любом случае речь идет о принципах, процессах и результатах.

⁷ Курс с названием «Этика бизнеса» преподается на бакалаврской программе ВШМ СПбГУ с 1993 г. и, по сути, является базовым курсом по КСО. В настоящее время он читается двумя преподавателями на русском и английском языках. Формальная смена названия — «Корпоративная социальная ответственность» — предусмотрена с принятием соответствующего ФГОС ВПО третьего поколения.

2. *Задачи курса:*

- ♦ сформировать систему знаний о корпоративной социальной ответственности;
- ♦ заложить навыки принятия этических управленческих решений;
- ♦ познакомить с современными подходами к управлению корпоративной социальной деятельностью в организации, функционирующей в глобальном бизнесе.

3. *Структура курса (формат прохождения):*

- ♦ курс рассчитан на 45 часов аудиторных занятий, разделенных на 4 укрупненные темы;
- ♦ в ходе изучения курса предусмотрены практические занятия по принятию управленческих решений, выполнение групповых письменных заданий по анализу корпоративной социальной (нефинансовой) отчетности;
- ♦ в процессе прохождения курса предусмотрена промежуточная аттестация, по окончании — итоговый письменный экзамен.

4. *Структура курса (укрупненные темы):*

- ♦ Концептуальные основы:
 - Концепция КСО.
 - Бизнес и общество в историческом и национально-культурном контекстах.
- ♦ Менеджер и общество:
 - Менеджер как моральный агент и социально-ответственное лидерство.
 - Этика индивидуальных управленческих решений.
- ♦ Организация и общество:
 - Менеджмент заинтересованных сторон.
 - Управление корпоративной социальной деятельностью в организации.
- ♦ Бизнес в мировом сообществе:
 - Этика международного бизнеса.
 - КСО и организационное обучение в глобальном бизнесе.

Как отмечалось, содержательные разделы курса — укрупненные темы, стандартны для базового курса, предлагаемого на разных форматах управленческой подготовки. Специфика бакалавриата определяет прежде всего отраженный в задачах курса акцент на двух первых темах, призванных заложить теоретические основы понимания концепции КСО, а также привить первые навыки принятия этических управленческих решений в рамках формирования социально-ответственного лидерства. Соответственно, подразумевается как изучение классических работ по теории КСО, так и широкое использование кейсов и упражнений по принятию управленческих

решений. Что касается третьей и четвертой тем, то их прохождение носит в большей степени характер ознакомления с релевантным управленческим инструментарием и лучшими практиками корпоративной социальной деятельности, включая знакомство с международными стандартами нефинансовой отчетности.⁸

Необходимо, впрочем, отметить, что учет специфики бакалавриата во многом облегчается компетентностным подходом, используемым в ФГОС ВПО третьего поколения. В частности, среди основных компетенций, предлагаемых проектом ФГОС ВПО по направлению подготовки «Менеджмент» для бакалавров, присутствуют компетенции, не просто релевантные курсу «Корпоративная социальная ответственность», но и отражающие вышеуказанную специфику бакалавриата (таблица).

Таблица

Основные компетенции, релевантные курсу «Корпоративная социальная ответственность»

Тип компетенций	Содержание компетенций
Обучающийся должен <i>знать</i>	Основы генезиса концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), роль и место этики бизнеса в системе КСО Основные направления интегрирования КСО в теорию и практику стратегического управления
Обучающийся должен <i>уметь</i>	Идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания заинтересованных сторон организации с позиций концепции КСО Диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений
Обучающийся должен <i>владеть</i>	Методами формирования и поддержания этического климата в организации

И с т о ч н и к: [Федеральный государственный образовательный стандарт..., 2010].

Кроме того, нельзя забывать о том, что формирование социально-ответственного лидерства, особенно на уровне бакалавриата, подразумевает соответствующее развитие корпоративной социальной деятельности самой бизнес-школы. Выработка этических принципов организации, интеграция

⁸ В рамках обязательных курсов, предлагаемых в ВШМ СПбГУ на программах магистратуры и ЕМВА, акцент переносится, соответственно, на тему «Бизнес в мировом сообществе», а также на темы «Менеджер и общество», «Организация и общество».

этих принципов в управленческие рутины, комплексная оценка результатов деятельности, в том числе морального климата в организации, все это не только может, но и должно быть реализовано. В качестве примера можно привести «Этический кодекс Высшей школы менеджмента СПбГУ», созданный в рамках совместного проекта с международной ассоциацией лидеров бизнеса Saux Round Table, известной разработкой и всемерным распространением правил ответственного ведения бизнеса, этических кодексов НКО и государственных учреждений (см. Приложение). Отражая принципы взаимодействия ВШМ СПбГУ с основными заинтересованными сторонами, этот кодекс является исходным элементом соответствующей управленческой системы. Кроме того, он, с одной стороны, поддерживается Уставом СПбГУ, подразумевающим создание этического кодекса общеуниверситетского уровня, а с другой — выступает основой для более детализированных кодексов и правил поведения, таких как «Правила поведения студентов ВШМ СПбГУ».

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА ТЕМАТИКИ КСО

Внедрение проблематики КСО в учебные планы управленческой подготовки в целом, равно как и успешная подготовка базового курса «Корпоративная социальная ответственность» для бакалавров, требует адекватной институциональной поддержки.

Прежде всего необходимо решить вопрос привязки соответствующих курсов к структуре подразделений бизнес-школ и факультетов. Рассмотренная в данной статье специфика тематики КСО затрудняет ее соответствие с традиционно трактуемой тематикой кафедр. В свою очередь, как свидетельствует опыт все тех же ведущих школ — участников рейтинга BGR, лучшим решением является признание междисциплинарности этой тематики и создание специальных координирующих центров. Такие центры, при всем разнообразии названий, не только позволяют решать задачу «мейнстриминга», но и позиционируются как центры профильных научных исследований, преподавания (координации преподавания) соответствующих курсов, а также распространения знаний, включающего в себя такие виды деятельности, как проведение семинаров, конференций, тренингов и консалтинговых проектов. Безусловно, подобная «триединая» ориентация формально продиктована критериями рейтинга BGR, оценивающего уровень научных исследований по числу релевантных публикаций. Тем не менее она объективно способствует повышению качества преподавания тематики КСО на основных образовательных программах, подкрепляя его собственной научной базой, а также постоянным информационным обменом как с бизнес-сообществом, так и с другими академическими центрами.

В качестве примера можно привести Центр корпоративной социальной ответственности ВШМ СПбГУ, открытый в 2008 г., а в 2009 г. поддержанный грантом компании PricewaterhouseCoopers.⁹ Целью центра стала поддержка реализации миссии ВШМ СПбГУ в области подготовки национальной управленческой элиты как социально-ответственной, ориентированной на достижение устойчивого развития российских компаний, на уважение интересов заинтересованных сторон. В качестве приоритетных задач были выделены:

- ♦ превращение в национального лидера исследований и преподавания в сфере КСО;
- ♦ достижение равноправного и постоянного участия в международных проектах, реализуемых ведущими мировыми профессиональными ассоциациями;
- ♦ обеспечение релевантных показателей международных аккредитаций и рейтингов, включая участие в рейтинге Beyond Grey Pinstripes.

Помимо координации преподавательской деятельности, центр активно включился в научные исследования, привлекая специалистов в различных функциональных областях менеджмента, представляющих соответствующие кафедры ВШМ СПбГУ, в качестве исследователей. Исследователи центра сыграли ведущую роль в подготовке национального «Доклада о социальных инвестициях в России — 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию», аналитического доклада по результатам исследования People Investor 2009, приняли участие в проекте «Исследование корпоративной благотворительности». Важнейшей составляющей деятельности центра стало развитие международного сотрудничества. Партнерами проектов, реализуемых Центром, стали Европейская ассоциация этики бизнеса (EBEN), «EABIS — Академия бизнеса в обществе», Глобальная инициатива ответственного лидерства (GRLI), международная ассоциация лидеров бизнеса Caux Round Table. Еще в июне 2006 г. в ВШМ СПбГУ состоялась ежегодная научная конференция EBEN «Нормативные основы корпоративной ответственности». В конференции приняли участие ведущие ученые и практики из 14 стран, представившие 30 докладов о реализуемых ими исследовательских проектах. В 2010 г., отмечая успехи центра, EABIS обратилась с просьбой о проведении своего 9-го ежегодного коллоквиума — крупнейшего международного форума в области КСО — при участии ВШМ СПбГУ.¹⁰

Исследовательская деятельность и развитие связей с международными академическим и бизнес-сообществами, в свою очередь, позволили при-

⁹ Подр. см.: www.gsom.pu.ru/csr

¹⁰ Подр. см.: www.gsom.pu.ru/en/eabis2010

ступить к реализации амбициозных проектов подготовки «пакета» учебно-методических материалов, включающих в себя специализированные учебные кейсы, хрестоматию переводных статей, задания и упражнения и прежде всего — базовый учебник по курсу «Корпоративная социальная ответственность» для программ подготовки бакалавров по направлению подготовки «Менеджмент», отвечающий требованиям ФГОС ВПО третьего поколения и соответствующий лучшим мировым образцам. Кроме того, центр планирует организацию и проведение серии обучающих семинаров для преподавателей российских вузов, решающих во многом новую для себя задачу внедрения проблематики КСО в преподавание управленческих дисциплин.¹¹

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представляется, что российское управленческое образование вполне способно адекватно отреагировать на всемерное возрастание интереса к проблематике корпоративной социальной ответственности. Необходимо лишь выполнение нескольких простых условий, требующих не столько затрат материальных ресурсов, сколько управленческой воли и желания идти в ногу со временем. Большим подспорьем при этом могут послужить ориентация на лучшие международные и отечественные практики, а также открытость и готовность к развитию всесторонней международной кооперации, прежде всего с ведущими профессиональными ассоциациями.

Три года назад на страницах журнала «Бизнес-образование» автор данной статьи привел слова виконта Э. Давиньона, Председателя совета EABIS, произнесенные им в 2002 г.: «Преподавание в школах бизнеса должно уже в ближайшее время обратиться к корпоративной ответственности. Если этого не произойдет, ни компании, ни общество в целом не утратят интереса к этой проблематике, они попросту утратят интерес к бизнес-школам как таковым», добавив от себя: «Лидеры мирового бизнес-образования свой выбор сделали. Очередь за нами. Хотелось бы не отстать» [Благов, 2007, с. 52]. Мы многое сделали за прошедшие годы, но предстоит сделать еще больше. Времени на раздумья у нас больше нет.

Литература

Благов Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2006. Вып. 2. С. 3–24.

¹¹ Интересно отметить, что по приглашению ПРООН и соответствующих национальных министерств Центром КСО ВШМ СПбГУ в 2009–2010 гг. были проведены обучающие семинары по преподаванию КСО на Украине и в Белоруссии.

- Благов Ю. Е.* Корпоративная социальная ответственность и бизнес-образование // Бизнес-образование. 2007. № 1 (22). С. 49–52.
- Доклад о социальных инвестициях в России 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию* / Под общ. ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. М.: Ассоциация Менеджеров, 2008.
- Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО.* The Economist Intelligence Unit, 2008.
- Корнильев К. Г.* Предприятие будущего: результаты глобального исследования компании IBM // Российский журнал менеджмента. 2009. Т. 7. № 1. С. 149–178.
- О государственных требованиях к минимуму содержания и уровню требований к специалистам для получения дополнительной квалификации «Мастер делового администрирования — Master of Business Administration (MBA). Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 февраля 2008 г. № 40.*
- Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006–2007 годы выпуска.* Аналитический обзор / Под общ. ред. А. Н. Шохина. М.: РСПП, 2008.
- Совместный семинар ВШМ и Хельсинской школы экономики признан одним из лучших семинаров SEMS* // Высшая школа менеджмента СПбГУ. 2009 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gsom.pu.ru/all_news/seminar_hse_2009/
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки «Менеджмент». Квалификация (степень) Бакалавр. 2010 (Проект)* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.3gosmanagement.ru>
- Cornuel E.* Management Education and Corporate Global Responsibility // Global Responsibility N 2. The GRLI Partner Magazine. 2010. January. P. 13–16.
- CR Reporting Awards 10 Official Report: Global Winners & Reporting Trends.* 2010. April // CorporateRegister.com. 2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.corporateregister.com/pdf/CRR10.pdf>
- Global MBA Rankings 2010* // FT.com Business School Rankings. 2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rankings.ft.com/exportranking/global-mba-rankings/pdf>
- People Investor 2009: Инновационный подход к бизнесу в условиях кризиса.* М.: Ассоциация Менеджеров, 2010.
- The Global 100* // Beyond Grey Pinstripes. The Aspen Institute, 2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.beyondgreypinstripes.org/rankings/index.cfm>
- Trends and Facts* // Beyond Grey Pinstripes. The Aspen Institute, 2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.beyondgreypinstripes.org/rankings/trends.cfm>
- Russell J.* Breaking into the Mainstream // Ethical Corporation. 2006. May. Special Report: Corporate Responsibility and Education. P. 4–6.
- Zadek S.* The Path to Corporate Responsibility // Harvard Business Review. 2004. Vol. 82. N 12. P. 125–132.

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕНЕДЖМЕНТА СПбГУ

В основе данного кодекса лежат два фундаментальных этических идеала. Первый из них — уважение к каждой личности как к цели, а не средству реализации чьих-либо задач или даже предписаний большинства. Второй идеал — совместный труд на общее благо, объединяющий стремление к сотрудничеству и взаимному процветанию со здоровой и честной конкуренцией. Высшая школа менеджмента СПбГУ (ВШМ СПбГУ) как учреждение российского бизнес-образования, ориентированное на успешное развитие в международной среде, строит принципы своей деятельности на основе этих идеалов, не только исторически присущих «Западу» и «Востоку», но и имеющих глубокие корни в отечественной деловой культуре.¹²

Раздел 1. Преамбула

Свою миссию ВШМ СПбГУ видит в создании российской школы бизнеса мирового уровня для подготовки национальной элиты управленческих кадров, способной решать задачи повышения конкурентоспособности страны в экономике знаний XXI в.

Сознавая, что реализация этой миссии невозможна без принятия на себя соответствующей социальной ответственности, и основываясь на уважении достоинства и ожиданий заинтересованных сторон, ВШМ СПбГУ провозглашает необходимость учета моральных ценностей при принятии управленческих решений. Она считает себя обязанной следовать ряду принципов, соответствующих духу таких основополагающих документов, как «Глобальный договор ООН» и «Принципы ответственного управленческого образования».

Раздел 2. Общие принципы

Принцип 1. Ответственность ВШМ: от студентов к заинтересованным сторонам. ВШМ СПбГУ реализует свою миссию в интересах заинтересованных сторон, всемерно способствуя повышению качества своего диалога с ними. Ценность ВШМ СПбГУ в обществе определяется прежде всего выпускниками, которых она предлагает отечественному и мировому бизнес-сообществу, а также новыми знаниями в области менеджмента, создаваемыми ею. ВШМ СПбГУ при этом стремится учитывать интересы государства, своих студентов (слушателей) и своих работни-

¹² «Этический кодекс ВШМ СПбГУ» разработан в рамках проекта международной ассоциации лидеров бизнеса Saub Round Table по созданию этических кодексов. Данные принципы являются основой для подготовки «Принципов деятельности бизнес-школ», продолжающих ряд получивших широкое мировое признание кодексов, таких как «Принципы бизнеса», «Принципы деятельности государственных учреждений» и «Принципы деятельности некоммерческих организаций».

ков. Конкуренты ВШМ СПбГУ в области бизнес-образования могут рассчитывать на открытое и добросовестное отношение, на готовность сочетать конкуренцию с взаимовыгодным сотрудничеством. Как социально-ответственный «корпоративный гражданин», ВШМ СПбГУ вносит вклад в устойчивое развитие Санкт-Петербурга, Ленинградской области и Российской Федерации в целом.

Принцип 2. Конкурентоспособность. Работая на рынке бизнес-образования и стремясь внести достойный вклад в повышение конкурентоспособности страны, ВШМ СПбГУ всемерно стремится к повышению собственной конкурентоспособности. Ориентиром для развития ВШМ СПбГУ являются лучшие практики, демонстрируемые ведущими университетскими бизнес-школами — лидерами международных рейтингов. ВШМ СПбГУ рассматривает соответствие аккредитационным стандартам, разрабатываемым такими организациями, как AACSB International, EFMD и AMBA, в качестве обязательного условия обеспечения и поддержания высокой международной конкурентоспособности как школы в целом, так и ее отдельных программ.

Принцип 3. Служение обществу. Как структурное подразделение СПбГУ — ведущего учреждения российского высшего образования, — ВШМ стремится готовить национальную элиту менеджеров XXI в. и генерировать новые знания в интересах устойчивого общественного развития. ВШМ СПбГУ создает высококачественный образовательный продукт, всемерно способствуя распространению современной управленческой теории и передовой практики, выступает лидером отечественного бизнес-образования.

Принцип 4. Этичное поведение. ВШМ СПбГУ строит свои отношения со всеми заинтересованными сторонами на основе этических принципов уважения, ответственности за результаты своей деятельности, а также всемерного укрепления взаимного доверия. Ожидая этичного поведения от всех заинтересованных сторон, она настойчиво внедряет указанные принципы в жизнь сообщества ВШМ СПбГУ, включающего в себя студентов (слушателей), а также администрацию, профессорско-преподавательский и учебно-вспомогательный персонал.

Принцип 5. Уважение к закону. Поддерживая равенство условий конкуренции на национальном и международном рынках бизнес-образования, ВШМ СПбГУ строит свою деятельность на основе уважения Устава СПбГУ, законов Российской Федерации, а также международных соглашений, регулирующих деятельность профильных образовательных учреждений.

Принцип 6. Поддержка международного сотрудничества. ВШМ СПбГУ всемерно развивает взаимовыгодное двустороннее и многостороннее сотрудничество с лидерами мирового бизнес-образования, отдавая приоритет участию в деятельности ведущих национальных, европейских и глобальных ассоциаций, охватывающих уровни бизнес-школ и отдельных образовательных программ, а также профессиональных сообществ исследователей и преподавателей конкретных управленческих дисциплин.

Принцип 7. Уважение к окружающей среде. ВШМ СПбГУ стремится к лидерству в следовании идее экологически-ориентированного менеджмента во всех видах своей деятельности, а также в ее всемерном продвижении, неуклонно поддерживая дух концепции устойчивого развития.

Раздел 3. Принципы отношений с заинтересованными сторонами

А. Бизнес-сообщество. ВШМ СПбГУ разделяет ценность долгосрочных уважительных отношений с бизнес-сообществом как основным потребителем, ожидающим подготовленных выпускников и нуждающимся в новых управленческих знаниях. Соответственно, ВШМ СПбГУ считает себя ответственной за то, чтобы:

- ♦ совместно с ведущими представителями бизнес-сообщества формировать образ эффективного и социально-ответственного менеджера, соответствующего требованиям глобального бизнеса XXI в.;
- ♦ обеспечивать бизнес-сообщество выпускниками образовательных программ, соответствующих образу эффективного и социально-ответственного менеджера;
- ♦ проводить научные исследования и реализовывать консалтинговые проекты, направленные на генерирование новых актуальных управленческих знаний;
- ♦ честно относиться к представителям бизнес-сообщества во всех аспектах деловых взаимодействий, обеспечивать устойчивую обратную связь и работать над исправлением выявленных недостатков;
- ♦ обеспечивать уважение человеческого достоинства, предлагая те или иные виды образовательных услуг, проводя их маркетинг и рекламу;
- ♦ уважать культуру российского и мирового бизнес-сообществ.

Б. Студенты (слушатели). ВШМ СПбГУ уважает человеческое достоинство студентов (слушателей), обучающихся на всех образовательных программах, стремясь соответствовать их рациональным ожиданиям. Соответственно, ВШМ считает себя ответственной за то, чтобы:

- ♦ предоставлять образовательные услуги высокого качества, обеспечивающие выпускникам высокую конкурентоспособность на рынке управленческого труда;
- ♦ обеспечивать здоровые и этичные условия обучения, регламентируемые соответствующими правилами и Кодексами поведения;
- ♦ быть честными в коммуникациях со студентами (слушателями), предоставлять им открытый доступ к информации, регламентирующей все элементы образовательного процесса;
- ♦ избегать дискриминационной практики и гарантировать равное отношение и равные возможности независимо от различий пола, возраста, расы, национальности и религии;
- ♦ всемерно способствовать будущей карьере выпускников, предоставляя им возможности эффективного вхождения в бизнес-сообщество в рамках специальных программ, реализуемых на конкурентной основе.

В. Работники. ВШМ СПбГУ уважает человеческое достоинство каждого работника, представляющего администрацию, профессорско-преподавательский или учебно-вспомогательный персонал, и серьезно относится к его интересам. Соответственно, ВШМ СПбГУ считает себя ответственной за то, чтобы:

- ♦ всемерно поощрять и поддерживать работников в развитии относящихся к делу знаний и навыков и компетенций;

- ♦ предоставлять работу и компенсацию за ее выполнение, повышающую уровень благосостояния работников;
- ♦ создавать условия труда, обеспечивающие здоровье каждого работника и не ущемляющие его человеческое достоинство;
- ♦ быть честными в отношениях с работниками и предоставлять им открытый доступ к информации, учитывая лишь административно-правовые и конкурентные ограничения;
- ♦ прислушиваться к предложениям, идеям, требованиям и жалобам работников;
- ♦ избегать дискриминационной практики и гарантировать равное отношение и равные возможности независимо от различий пола, возраста, расы, национальности и религии;
- ♦ способствовать занятости людей с ограниченными возможностями на тех местах, где они могут быть действительно полезны;
- ♦ создавать и поддерживать безопасные условия труда, защищать работников на рабочих местах от производственных травм и профессиональных заболеваний.

Г. Государство. Как структурное подразделение СПбГУ — ведущего российского государственного университета, — ВШМ с уважением относится к роли государственных институтов в развитии бизнеса и общества. Соответственно, ВШМ СПбГУ считает себя ответственной за то, чтобы:

- ♦ всемерно способствовать успешной реализации государственной политики и конкретных национальных проектов в области развития российского бизнес-образования;
- ♦ обеспечивать органы государственной и муниципальной власти выпускниками образовательных программ, соответствующих образу эффективного и социально-ответственного менеджера;
- ♦ обеспечивать контролирующим государственным органам открытый доступ к релевантной информации, ограниченный только требованиями закона;
- ♦ сохранять, защищать и преумножать активы ВШМ СПбГУ как подразделения государственного университета;
- ♦ уважать предложения и формальные решения государственных и муниципальных органов.

Д. Конкуренты. ВШМ СПбГУ убеждена в том, что честная конкуренция является одним из важнейших условий развития российского и мирового бизнес-образования. Соответственно, ВШМ СПбГУ считает себя ответственной за то, чтобы:

- ♦ способствовать развитию мирового рынка бизнес-образования, открытого для свободного движения знаний, людей и инвестиций;
- ♦ поддерживать честное конкурентное поведение как благотворное для общества и окружающей среды, а также демонстрировать взаимное уважение между конкурентами;
- ♦ воздерживаться как от использования монопольных привилегий для сохранения конкурентных преимуществ, так и от стремления к ним;

- ♦ уважать права материальной и интеллектуальной собственности, а также не допускать получения коммерческой информации неэтичными средствами.

Е. Местное сообщество. ВШМ СПбГУ верит, что, будучи хорошим «корпоративным гражданином», она ответственна за то, чтобы:

- ♦ увязывать свою образовательную и исследовательскую деятельность с экономическими, социальными и экологическими потребностями Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- ♦ уважать права человека и демократические институты и способствовать их практическому развитию;
- ♦ сотрудничать с общественными силами, посвящающими себя повышению стандартов образования, здравоохранения, безопасности рабочих мест, а также экономического благосостояния;
- ♦ способствовать участию работников и студентов (слушателей) в жизни местного сообщества и общественной деятельности;
- ♦ уважать целостность российской культуры и культур тех стран, с учреждениями которых ВШМ СПбГУ взаимодействует.

Статья поступила в редакцию 4 мая 2010 г.