

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/12EVN516.pdf>

Статья опубликована 19.09.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Зайнуллин С.Б. Корпоративная социальная ответственность как метод разрешения корпоративных конфликтов // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №5 (2016)

<http://naukovedenie.ru/PDF/12EVN516.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 658.310.9

Зайнуллин Сергей Булатович

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Россия, Москва¹

Доцент кафедры «Экономики предприятия и предпринимательства»

Кандидат экономических наук

E-mail: Law_union@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?authorid=492001

Корпоративная социальная ответственность как метод разрешения корпоративных конфликтов

Аннотация. Проблема корпоративных конфликтов является одной из наиболее злободневных в российской экономике. В статье приведена основная типология корпоративных конфликтов, как относительно внутренней среды корпорации, так и комплексная система, предполагающая изучение внутренней и внешней среды корпорации. Рассмотрены российские и международные подходы к определению корпоративной социальной политики, факторы, влияющие на ее формирование. В статье рассмотрено потенциальное влияние корпоративной социальной политики на поведение персонала, акционеров, членов Совета директоров, контрагентов, органов власти, местное население и сообщества. На основе данных исследований автором предлагается использовать корпоративную социальную политику как один из инструментов разрешения и предотвращения корпоративных конфликтов. Автором прогнозируется потенциальное влияние корпоративной социальной политики на разрешение корпоративных конфликтов, при этом основное внимание направлено на предотвращение конфликтов. Анализируется структура корпоративной социальной политики, какие разделы оказывают наибольшее влияние на поведение заинтересованных лиц.

Ключевые слова: корпоративный конфликт; акционерное общество; корпоративное управление; акционеры; Совет директоров; органы управления; корпоративная социальная политика

Корпоративные конфликты явление довольно распространенное и имеет историю, соответствующую истории появления и развития корпораций. При этом вопросы корпоративного управления и разрешения корпоративных конфликтов актуальны до сих пор.

А.С. Семенов и Ю.С. Сизов приводят следующие определения корпоративных конфликтов²:

¹ 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

«Корпоративные конфликты - это споры, возникающие между акционерным обществом, его акционерами и менеджерами. В основе этих конфликтов лежат как естественные противоречия между интересами крупных и мелких акционеров, акционеров и менеджмента, так и борьба инвесторов за контроль над акционерным обществом. В практической жизни корпоративные конфликты принимают самые разнообразные формы, нередко нанося серьезный ущерб и самим их участникам, и обществу в целом».

А. Данелян³ дает более широкое определение корпоративного конфликта «Корпоративный конфликт — это спор между участниками корпорации, либо между участником (ми) корпорации и корпорацией, объектом которого являются корпоративные правоотношения, а также иные правоотношения, связанные с деятельностью корпорации, либо с требованиями, предъявляемыми в интересах корпорации, а так же спор между участником (ми) корпорации или корпорацией, с одной стороны, и иными лицами (исполнительные органы корпорации, держатель реестра владельцев ценных бумаг, депозитарий, внешний инвестор), с другой стороны, если он затрагивает или может затронуть отношения внутри корпорации, обусловленный противоположными целями и интересами сторон конфликта в связи с желанием контролировать и направлять поведение другой стороны, либо изменить свой статус и юридическое состояние».

А.Д. Осинский⁴ определяет сторонами корпоративного конфликта участников/акционеров общества.

«Вся система корпоративных отношений построена на относительных правах, т.е. на правах, возникающих из права собственности на акции. Носители этих прав - акционеры - имеют в общем случае различные цели и интересы по отношению к обществу и по отношению друг к другу. Различие в интересах участников одного хозяйственного общества еще не является конфликтом. Но как только носители различных интересов предпринимают действия, направленные на реализацию их интересов, на достижение целей, отличных от целей других участников корпоративных отношений, возникает конфликт, т.е. столкновение, серьезное разногласие, противоборство сторон. Акционерное общество в корпоративном конфликте - это одновременно и цель, и сторона конфликта».

Трубникова Е.В.⁵ на основе позиции ФКЦБ закрепляет следующую дефиницию корпоративного конфликта применительно к акционерным обществам. «Это любое разногласие или спор между органом общества и его акционером, которые возникли в связи с участием акционера в обществе, либо разногласие или спор между акционерами, если это затрагивает интересы общества, по своей сути представляет собой корпоративный конфликт, так как затрагивает или может затронуть отношения внутри общества».

Кодекс корпоративного управления, утвержденный Банком России (ст. 76)⁶ гласит, что «Общество обязано принимать все необходимые и возможные меры для предупреждения и урегулирования конфликта (а равно минимизации его последствий) между органом общества

² Корпоративные конфликты. Причины их возникновения и способы преодоления. Семенов А.С., Сизов Ю.С. М.: Комкнига 2006.

³ А.А. Данелян Корпорация и корпоративные конфликты: диссертация ... кандидата юридических наук: 12.00.03. - Москва, 2006 // Евразийская правовая мысль и практика.

⁴ А.Д. Осинский Акционер против акционерного общества / СПб.: ДНК, 2006.

⁵ Трубникова Е.В. Определение понятия корпоративного спора // "Корпоративные Споры". - 2008. - №3 (май-июнь).

⁶ Письмо Банка России от 10 апреля 2014 г. N 06-52/2463 "О Кодексе корпоративного управления".

и его акционером (акционерами), а также между акционерами, если такой конфликт затрагивает интересы общества, в том числе использовать внесудебные процедуры разрешения спора, включая медиацию».

Исходя из Методических рекомендаций Росимущества по организации работы Совета директоров в акционерном обществе⁷ можно выделить следующую классификацию конфликтов (рис. 1):

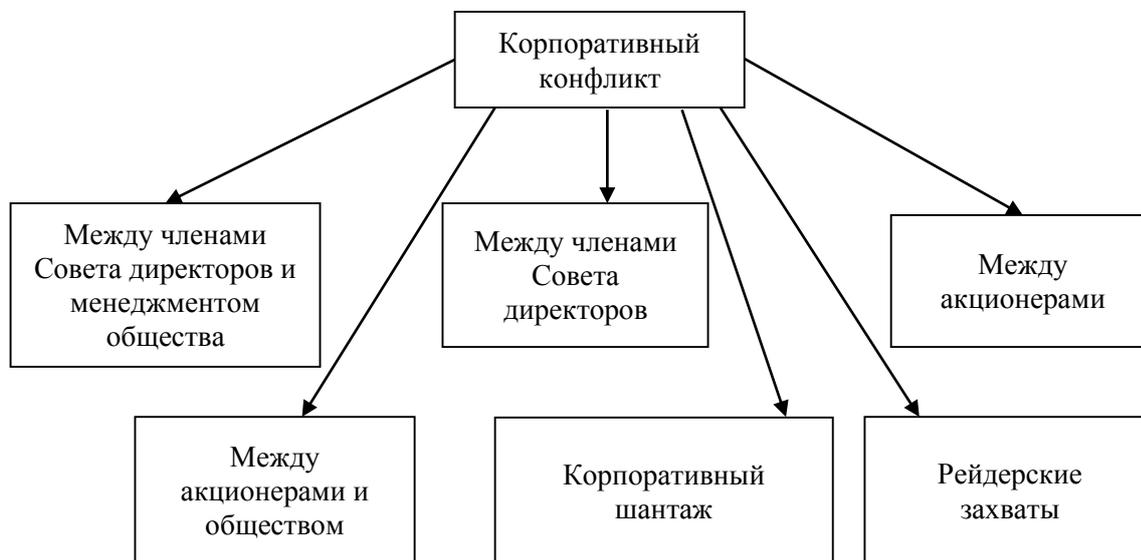


Рисунок 1. Классификация корпоративных конфликтов (составлен автором)

Автором, при комплексном подходе на базе анализа внутренней и внешней среды с учетом позиций Банка России, Росимущества, корпоративный конфликт определяется следующим образом⁸:

Корпоративные конфликты - это разногласия, возникающие между акционерами, участниками, членами органов управления, органами власти, заинтересованными лицам, иными элементами внутренней и внешней среды корпорации и самой корпорации. Базисом этих конфликтов является как противоречия между интересами элементов внешней и внутренней среды корпорации, так и борьба элементов за контроль над корпорацией и ее ресурсами.

Рассматривая корпоративные конфликты, осуществляя диагностику проблемы необходимо рассмотреть и инструменты, позволяющие разрешить данные конфликты. Автором предлагается рассмотреть корпоративную социальную политику как метод разрешения корпоративных конфликтов.

Существующие мировые подходы к определению социальной ответственности отражены Сальниковым О.В.⁹

⁷ Приказ Федерального агентства по управлению государственным имуществом от 21 ноября 2013 г. N 357 "Об утверждении Методических рекомендаций по организации работы Совета директоров в акционерном обществе".

⁸ Зайнуллин С.Б. Необходимость комплексного подхода к разрешению корпоративных конфликтов // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016).

⁹ Сальников О.В. Социальная ответственность компаний // «Nota Bene», 2006 г., с. 64

«Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции Корпоративной социальной ответственности (далее КСО) Business for Social Responsibility (Бизнес за социальную ответственность) определяет корпоративную социальную ответственность как *«Достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде»*.

Политика корпоративной социальной ответственности согласно Business for Social Responsibility - это взаимосвязанный набор политик, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду. Концепция КСО в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса включает разные компоненты. Но самая широкая трактовка КСО включает в это понятие:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- политику в отношении персонала.

Всемирный бизнес конгресс за устойчивое развитие в докладе «Making Good Business Sense» (Создавая смысл для бизнеса), Лорд Холм и Ричард Уаттс, использовал следующее определение: *«Корпоративная социальная ответственность - это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом»*¹⁰.

А.С. Минзов¹¹ акцентирует две основные составляющие Корпоративной социальной политики: внутреннюю (т.е. социальную деятельность, осуществляемую для сотрудников предприятия, а именно: развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников; создание безопасных условий труда; формирование корпоративной культуры; оказание медицинской помощи и оздоровление работников и членов их семей; привлечение и поддержка молодежи, реализация образовательных проектов; проведение спортивных и культурных мероприятий; оказание материальной помощи, предоставление льгот работникам и членам их семей; помощь ветеранам; реализация детских программ) и внешнюю (осуществляемую за рамками компании на территории ведения бизнеса, а именно: поддержка образовательных учреждений; сотрудничество с религиозными организациями; поддержка жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения; поддержка социально незащищенных слоев населения; оказание поддержки детству и юношеству; спонсирование культурных и спортивных мероприятий; борьба с наркоманией, алкоголизмом и другими зависимостями и т.д.

¹⁰ Сальников О.В. Социальная ответственность компаний // «Nota Bene», 2006 г., с. 64.

¹¹ Минзов А.С. Корпоративные университеты: проблемы создания и тенденции развития / А.С. Минзов, Е.Н. Черемисина // Вестник Российской академии естественных наук. - 2008. - Т. 8. - №1.

По мнению И.В. Долгоруковой¹² «...на развитие социальной политики российских предприятий оказывает две группы факторов, внешние (объективные) факторы, связанные с воздействием внешней среды на предприятие (государственная политика поддержки предпринимательства, налоговая политика, стабильность в стране, так и внутренние (субъективные).

Корпоративная социальная ответственность носит в настоящее время в России рекомендательный характер, что подтверждается нижеследующими нормативными актами:

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года¹³, «Стратегической целью является достижение уровня экономического и социального развития, соответствующего статусу России как ведущей мировой державы XXI века, занимающей передовые позиции в глобальной экономической конкуренции и надежно обеспечивающей национальную безопасность и реализацию конституционных прав граждан».

В соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления¹⁴ Обществу следует быть социально ответственным, Обществу рекомендуется раскрывать информацию в области социальной и экологической ответственности: политику общества в социальной и экологической сфере.

Рекомендации Кодекса носят факультативный характер для большинства компаний как публичных, так и не публичных, но для публичных компаний, выходящих на листинг, основные рекомендации Кодекса переходят из разряда факультативных, в разряд обязательных, т.к. дополняются правилами листинга бирж.

При этом существует и точка зрения¹⁵, что наличие социальной политики корпорации и социальная отчетность должно носить не рекомендательный, а обязательный характер.

При комплексном походе к анализу воздействия на корпорацию внутренней и внешней среды автор предлагает рассмотреть корпоративную социальную политику как инструмент снижения угроз и негативных воздействий.

Целью деятельности коммерческой организации, согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации является извлечение прибыли¹⁶.

С учетом ограниченности ресурсов, рынков сбыта товаров, услуг корпорации вынуждены вступать в конкурентную борьбу с другими корпорациями и другими субъектами за доступ к данным рынкам, ресурсам.

При этом система целей современной корпорации отнюдь не ограничивается данной целью. Ряд корпораций концентрируют основное внимание и усилия на решении производственных задач, так как считают, что именно их решение определяет финансовую эффективность и способствует удовлетворению потребностей покупателей. Задаются

¹² Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук. – Москва, 2011.

¹³ Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р.

¹⁴ Письмо Банка России от 10 апреля 2014 г. N 06-52/2463 "О Кодексе корпоративного управления".

¹⁵ Е.В. Нехода, В.С. Раковская. Корпоративная социальная политика: Концептуальные подходы к определению и оценке функционирования // Вестник Томского государственного университета №4 (16) 2011 г.

¹⁶ Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 г.

нормативные показатели в сфере производства, обеспечения высокого качества, прибыльности, социальной ответственности.

Проводя анализ целей и задач компании, П. Дойль¹⁷ делает три вывода:

Во-первых, хотя в какой-то момент времени на первый план может выйти любая из рассмотренных целей, если речь идет о выживании компании, ни одна из них не является достаточной.

Во-вторых, сосредоточение внимания и усилий на одной области деятельности неизбежно приводит к возникновению проблем в других. Например, стремление к максимально высоким краткосрочным прибылям снизит долгосрочную конкурентоспособность фирмы на рынке. Быстрый рост приведет к увеличению риска, который ложится на плечи акционеров и кредиторов. Стремление к увеличению стоимости акционерного капитала, быть может, подорвет доверие сотрудников и местного сообщества, поскольку основное внимание уделяется интересам собственников компании.

В-третьих, чем больше усилий будет затрачивать компания на выполнение одной задачи и стремиться к совершенству в одной области, тем сильнее обострятся эти конфликты, возникнет угроза нестабильности. В одних случаях крах наступает быстро и неожиданно, в других — ему предшествует длительный упадок, поскольку группы, интересами которых пренебрегает менеджмент, будут постепенно отказывать фирме в поддержке.

Аналогичной позиции на систему целей корпорации придерживается и теория заинтересованных сторон – Стейкхолдеров:¹⁸

«Когда мы говорим о традиционных заинтересованных сторонах — покупателях, поставщиках, работниках, местных сообществах и инвесторах — мы подразумеваем, что каждая из них выполняет определенные функции и бизнес организован вокруг них. В итоге мы имеем финансы, маркетинг, производство, коммуникации и все то, что требует организации. Однако уже сейчас во многих видах бизнеса потребители одновременно выступают в качестве работников, а часть из них являются еще и поставщиками. Иными словами, существует проблема, которой я постоянно занимаюсь: потребители, поставщики, работники образуют сегодня сложную систему, и мы находимся лишь на пути к пониманию того, каким образом будут изменяться функциональные роли стейкхолдеров».

Представляя корпорацию с одной стороны совокупностью заинтересованных лиц - акционеров, работников, членов Совета директоров, менеджеров, имеющих свои интересы, а с другой стороны частью макроэкономической системы, взаимодействующей с другими элементами, также имеющими свои интересы, мы неизбежно приходим к тому, что данные интересы могут не совпадать с интересами корпорации и даже противоречить им.

Данное несовпадение интересов может привести к конфликту между каким-либо элементом внутренней и внешней среды с корпорацией, а также к конфликту между самими элементами внутренней или внешней среды.

Корпорация является одновременно и сложной системой, т.е. состоит из подсистем, взаимно влияющих друг на друга и всю систему в целом. При анализе среды предприятия, как хозяйствующего субъекта необходимо разделить среду на подвиды, а в подвидах определить наиболее значимые факторы.

¹⁷ Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. СПб.: «Питер», 2007.

¹⁸ Фримен Э. Авторитетное мнение // Санкт-Петербургский университет: журнал. — 8 октября 2010 года. — №13 (3820).

В процессе функционирования корпораций в ее институциональную среду вовлекаются тем или иным способом различные субъекты общества и категории людей.

Поэтому руководство корпорации в процессе принятия решений должно учитывать интересы экономических составляющих общества, рассмотренных в предлагаемой автором классификации (рис. 2).

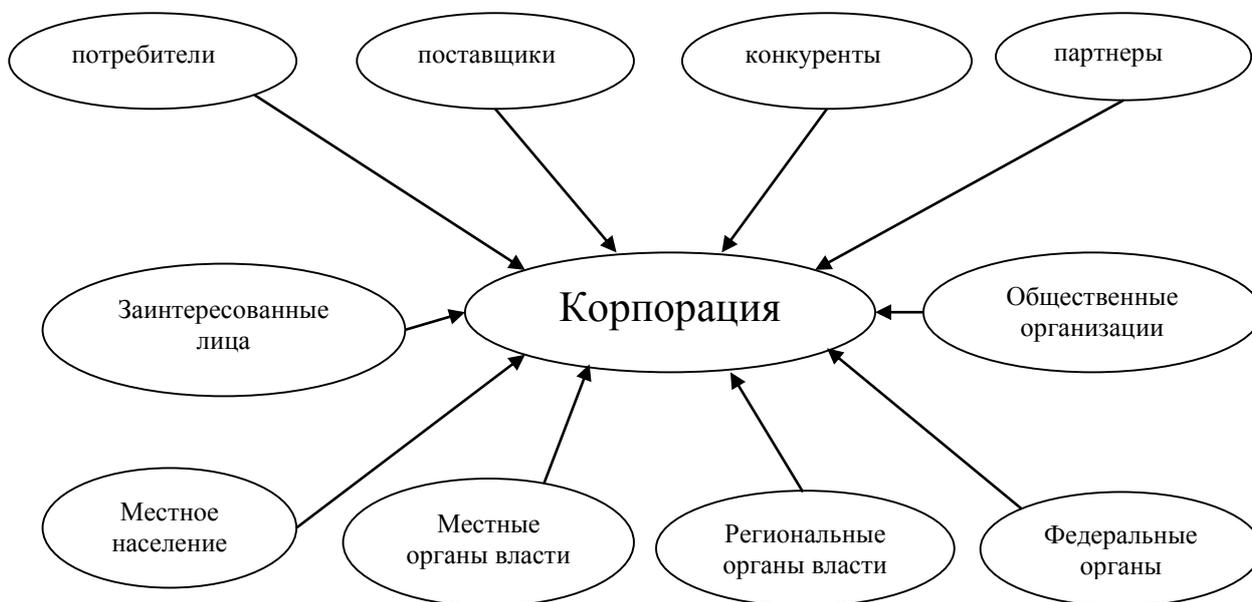


Рисунок 2. Сфера внешней среды предприятия (составлен автором)

Рассмотрим элементы модели воздействия на корпорацию внешней среды, при этом основное значение автор уделяет методам агрессивного поведения элементов и причинам агрессивного поведения.

Таблица 1

Применение социальной политики к элементам внешней среды (составлена автором)

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
1	Потребители	Могут быть недовольны выполнением корпорации своих договорных обязательств, их мотивом также может служить создание вертикально интегрированного холдинга.	В первом случае возможны судебные тяжбы с требованием о взыскании задолженности, неустоек вплоть до проведения процедуры банкротства. Во втором случае может произойти попытка проведения враждебного поглощения.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели при которых потребитель будет участвовать в софинансировании данных программ.

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
2	Поставщики	Могут быть недовольны выполнением производственной корпорации своих договорных обязательств, их мотивом также может служить создание вертикально интегрированного холдинга.	В первом случае возможны судебные тяжбы с требованием о взыскании задолженности, неустоек вплоть до проведения процедуры банкротства. Во втором случае может произойти попытка проведения враждебного поглощения.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные этические нормы в отношении контрагентов.
3	Конкуренты	Могут иметь мотив устранения или ослабления конкурента, а также иметь цель экстенсивного развития путем приобретения доли рынка производственной корпорации.	В данном случае возможны обращения и жалобы в государственные органы, как правило, в антимонопольный орган, а также есть риск проведения враждебного поглощения.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов и конкурентов.
4	Партнеры	Могут иметь мотив устранения производственной корпорации из проекта, их мотивом также может служить создание вертикально интегрированного холдинга.	В этом случае возможны судебные тяжбы по поводу участия в проекте, а также попытка проведения враждебного поглощения.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться этические нормы в отношении контрагентов.
5	Заинтересованные лица	Заинтересованные в приобретении какого-либо одного актива или всех активов производственной корпорации по цене, значительно ниже рыночной.	В этом случае возможна попытка проведения враждебного поглощения либо корпоративного шантажа.	
6	Общественные организации	Вовлечь корпорацию в участие в своих проектах, прекратить какую-либо деятельность корпорации, получить пожертвования.	Негативные методы - шантаж, бойкот продукции или услуг, незаконные силовые акции, судебное преследование, черный PR.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели, экологические стандарты, антикоррупционные стандарты.

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
7	Местное население	Вовлечь корпорацию в участие в своих проектах, прекратить какую либо деятельность корпорации, получить пожертвования.	Негативные методы- шантаж, бойкот продукции или услуг, незаконные силовые акции, судебное преследование, черный PR.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели, экологические стандарты, антикоррупционные стандарты.
8	Местные органы власти	Пополнение местного бюджета, участия предприятия в местных социальных, культурных и политических программах.	Имеют ресурс административного давления в виде предписаний, штрафов, судебного преследования, черный PR.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели, экологические стандарты, антикоррупционные стандарты.
9	Региональные органы власти	Пополнение регионального бюджета, участие корпорации в региональных социальных, культурных и политических программах.	Имеют ресурс административного давления в виде предписаний, штрафов, судебного преследования, вплоть до уголовного, осуществлять черный PR.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели, экологические стандарты, антикоррупционные стандарты.

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
10	Федеральные органы власти	Пополнение федерального бюджета, участие корпорации в федеральных социальных, культурных и политических программах.	Имеют ресурс административного давления в виде предписаний, штрафов, судебного преследования, вплоть до уголовного, осуществлять черный PR.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные политике качества продукции/услуг, этические нормы в отношении контрагентов, порядок и условия направления части выручки на благотворительные и социальные цели, экологические стандарты, антикоррупционные стандарты.

Сфера внутренней среды предприятия отражена на рисунке 3.

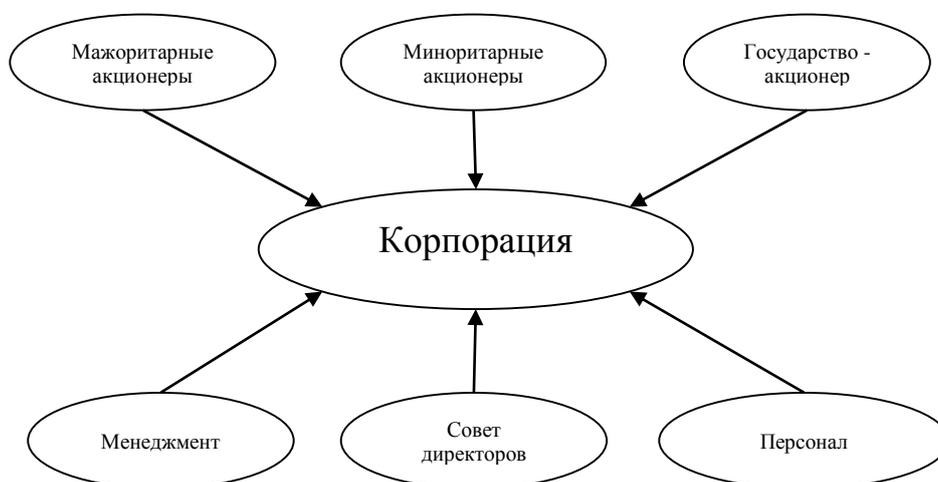


Рисунок 3. Сфера внутренней среды предприятия (составлен автором)

Таблица 2

Применение социальной политики к элементам внутренней среды (составлена автором)

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
1	Мажоритарные акционеры	Имеют цель получение дивидендов от прибыли и увеличение стоимости принадлежащим им акций. Могут стремиться увеличить свой пакет акций и отстранить других акционеров от участия в распределении прибыли.	Размывание или скупка принадлежащих другим акционерам акций. Утаивание прибыли с помощью полностью подконтрольных Совета директоров и менеджмента корпорации.	Наличие социальной политики будет являться для акционеров перечнем социальных обязательств корпорации перед работниками, обществом и т.д., а также основанием для направления части прибыли на обеспечение социальной ответственности.
2	Миноритарные акционеры	Принять участие в распределении прибыли, выгодная продажа своего пакета акций.	Объединение с другими акционерами, скупка принадлежащих другим акционерам акций, выдвижение своих кандидатов в Совет директоров, корпоративный шантаж.	Наличие социальной политики будет являться для акционеров перечнем социальных обязательств корпорации перед работниками, обществом и т.д., а также основанием для направления части прибыли на обеспечение социальной ответственности.

№	Элемент среды	Цель и мотивы	Методы воздействия	Применение социальной политики
3	Государство-акционер	Цель – участие в распределении прибыли, контроль за деятельностью корпорации.	При наличии специального права «золотой акции», может блокировать многие решения, вводить своих представителей в Совет директоров и менеджмент. Имеет возможность применения административного ресурса и PR.	Наличие социальной политики будет являться для акционеров перечнем социальных обязательств корпорации перед работниками, обществом и т.д., а также основанием для направления части прибыли на обеспечение социальной ответственности.
4	Менеджмент корпорации	Имеет цель «окопаться», т.е. получение стабильно высокого дохода в виде заработной платы, премии. Может иметь мотив приобретения акций предприятия для участия в распределении прибыли, а также утаивания части прибыли от акционеров.	Методы - принятие текущих решений, вывод активов, обременение задолженностью.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные программам поддержки образования, повышения квалификации, медицинского страхования, поддержки спорта, здорового образа жизни, программы участия в прибыли, программы участия в акционировании этические нормы поведения, антикоррупционные стандарты.
5	Совет директоров	Состоит как правило из представителей акционеров и менеджмента и отстаивает их интересы – но может иметь также собственную цель «окопаться», т.е. получение стабильно высокого дохода в виде вознаграждения. Может иметь мотив приобретения акций корпорации для участия в распределении прибыли, а также утаивания части прибыли от акционеров.	Методы - принятие текущих решений, вывод активов, обременение задолженностью.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные программам поддержки образования, повышения квалификации, медицинского страхования, поддержки спорта, здорового образа жизни, программы участия в прибыли, программы участия в акционировании этические нормы поведения, антикоррупционные стандарты.
6	Персонал	Имеет цель «окопаться», т.е. получение стабильно высокого дохода в виде заработной платы, премии. Может иметь мотив приобретения акций корпорации для участия в распределении прибыли, а также утаивания части прибыли от акционеров и менеджмента.	Методы - сокрытие доходов или завышение расходов, сговор с контрагентами, вредительство, забастовка, жалобы в контролирующие государственные органы и суд.	Для снижения рисков в отношении данного элемента в социальной политике могут содержаться разделы, посвященные программам поддержки образования, повышения квалификации, медицинского страхования, поддержки спорта, здорового образа жизни, программы участия в прибыли, программы участия в акционировании этические нормы поведения, антикоррупционные стандарты.

Рассматривая Корпоративную социальную политику как инструмент разрешения и даже предотвращения корпоративных конфликтов можно сделать вывод:

- во-первых, наличие структурированных, формализованных принятых на себя корпорацией обязательств показывает субъектам внутренней и внешней среды на какие меры поддержки они могут рассчитывать и при каких условиях;
- во-вторых, ограждают корпорацию от завышенных требований;

- в-третьих, стимулируют лояльное поведение к корпорации.

С другой стороны, наличие структурированных, формализованных принятых на себя корпорацией обязательств стимулируют лиц, принимающих решения в корпорации – акционеров, членов Совета директоров, менеджмент, персонал:

- во-первых, на исполнение социальных обязательств, которые будут носить плановый характер;
- во-вторых, соблюдать установленные этические и антикоррупционные нормы, выполнение которых будет условием для получения от корпорации мер социальной поддержки.

ЛИТЕРАТУРА

1. А.А. Данелян Корпорация и корпоративные конфликты: диссертация ... кандидата юридических наук: 12.00.03.- Москва, 2006 // Евразийская правовая мысль и практика.
2. Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук. – Москва, 2011.
3. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. СПб.: «Питер», 2007.
4. Зайнуллин С.Б. Корпоративная безопасность. Учебное пособие. М.: Макс-Пресс 2016.
5. Зайнуллин С.Б. Необходимость комплексного подхода к разрешению корпоративных конфликтов // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016).
6. Корпоративные конфликты. Причины их возникновения и способы преодоления. Семенов А.С., Сизов Ю.С. М.: Комкнига 2006.
7. Минзов А.С. Корпоративные университеты: проблемы создания и тенденции развития / А.С. Минзов, Е.Н. Черемисина // Вестник Российской академии естественных наук. - 2008. - Т. 8. - №1.
8. Е.В. Нехода, В.С. Раковская. Корпоративная социальная политика: Концептуальные подходы к определению и оценке функционирования// Вестник Томского государственного университета №4 (16). 2011 г.
9. А.Д. Осинский Акционер против акционерного общества / СПб.: ДНК, 2006.
10. Осипенко О. Современный корпоративный конфликт (природа, границы, разновидности, способы регулирования) // Вопросы экономики. – 2003. - №10.
11. Сальников О.В. Социальная ответственность компаний // «Nota Bene», 2006 г., с. 64.
12. Трубникова Е.В. Определение понятия корпоративного спора // "Корпоративные Споры". - 2008. - №3 (май-июнь).
13. Фримен Э. Авторитетное мнение // Санкт-Петербургский университет : журнал. - 8 октября 2010 года. - №13 (3820).

Zaynullin Sergey Bulatovich

People's friendship university of Russia, Russia, Moscow

E-mail: Law_union@mail.ru

Corporate social responsibility as a method of resolving corporate conflicts

Abstract. The problem of corporate conflicts is one of the most pressing in the Russian economy. The article describes the basic typology of corporate conflicts, both relative to the internal environment of corporation, and a comprehensive system involves the study of internal and external environment of the corporation. Considered Russian and international approaches to the definition of corporate social policies, factors affecting its formation. The article considers the potential impact of corporate social policy on the behavior of the staff, shareholders, members of the Board of Directors, contractors, governments, local people and communities. On the basis of these studies the author proposed to use corporate social policy as a tool for prevention and resolution of corporate conflicts. The author of the projected potential impact of corporate social policy to resolve corporate conflicts, with the main focus is on the prevention of conflicts. Author analyze the structure of the corporate social policy areas which have the greatest influence on the behavior of the persons concerned.

Keywords: corporate conflict; corporation; corporate governance; shareholders; board of directors; administration; corporate social policy

REFERENCES

1. A.A. Danelyan Korporatsiya i korporativnye konflikty: dissertatsiya ... kandidata yuridicheskikh nauk: 12.00.03.- Moskva, 2006 // Evraziyskaya pravovaya mysl' i praktika.
2. Dolgorukova I.V. Korporativnaya sotsial'naya politika sovremennykh rossiyskikh predpriyatiy: modeli i praktiki. – Avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoy stepeni doktora sotsiologicheskikh nauk. – Moskva, 2011.
3. Doyl' P. Marketing, menedzhment i strategii. SPb.: «Piter», 2007.
4. Zaynullin S.B. Korporativnaya bezopasnost'. Uchebnoe posobie. M.: Maks-Press 2016.
5. Zaynullin S.B. Neobkhodimost' kompleksnogo podkhoda k razresheniyu korporativnykh konfliktov // Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE» Tom 8, №3 (2016).
6. Korporativnye konflikty. Prichiny ikh vozniknoveniya i sposoby preodoleniya. Semenov A.S., Sizov Yu.S. M.: Komkniga 2006.
7. Minzov A.S. Korporativnye universitety: problemy sozdaniya i tendentsii razvitiya / A.S. Minzov, E.N. Cheremisina // Vestnik Rossiyskoy akademii estestvennykh nauk. - 2008. - T. 8. - №1.
8. E.V. Nekhoda, V.S. Rakovskaya. Korporativnaya sotsial'naya politika: Kontseptual'nye podkhody k opredeleniyu i otsenke funktsionirovaniya// Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta №4 (16). 2011 g.
9. A.D. Osinovskiy Aktsioner protiv aktsionernogo obshchestva / SPb.: DNK, 2006.
10. Osipenko O. Sovremennyy korporativnyy konflikt (priroda, granitsy, raznovidnosti, sposoby regulirovaniya) // Voprosy ekonomiki. – 2003. - №10.
11. Sal'nikov O.V. Sotsial'naya otvetstvennost' kompaniy // «Nota Bene», 2006 g., s. 64.
12. Trubnikova E.V. Opredelenie ponyatiya korporativnogo spora // "Korporativnye Spory". - 2008. - №3 (may-iyun').
13. Frimen E. Avtoritetnoe mnenie // Sankt-Peterburgskiy universitet : zhurnal. - 8 oktyabrya 2010 goda. - №13 (3820).