

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Российский бизнес находится на стадии становления. Его развитие и укрепление во многом будет зависеть от того, насколько он своевременно и адекватно воспримет основные принципы корпоративной социальной ответственности (КСО). Только в этом случае он сможет стать двигателем позитивных перемен в социально значимых сферах общества, создавать и поддерживать достойные условия труда занятого на его предприятиях персонала.

Значимость и приоритетность проблем корпоративной социальной ответственности обусловлены, во-первых, высокой степенью хозяйственного развития ведущих стран мира, создающих материальные возможности для поддержания современных стандартов качества жизни населения; во-вторых, усилением роли нематериальных факторов экономического роста, связанных с необходимостью инвестиций в человеческий капитал как ключевого условия инновационного экономического роста, основанного на потенциале интеллекта, образованности и творчества работников. Немаловажной причиной повышения внимания к развитию социальных функций предпринимательского сообщества в России стал пересмотр традиционных взглядов на концепцию социальной политики в сторону расширения круга ее субъектов и значительного сокращения вмешательства государства в решение многих социально-экономических проблем.

Несмотря на актуальность феномена корпоративной социальной ответственности не только в России, но и в странах мира, до сих пор нет его однозначной трактовки. Так, на Западе термин «корпоративная социальная ответственность» чаще всего рассматривается как элемент устойчивого развития. Например, Европейская комиссия определяет КСО как некую концепцию, отражающую добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и в защите окружающей среды¹. На Западе КСО все чаще трактуется как попытка разрешить социальные проблемы, вызванные деятельностью корпораций. Поэтому проблемы КСО в развитых странах инициируются непосредственно обществом, людьми.

В России подходы к определению КСО имеют определенную специфику. Социальная ответственность бизнеса трактуется по-разному: то весьма узко, а порой — слишком широко. В узком смысле корпоративная социальная ответственность включает обязанности предприятия эффективно осуществлять функции по созданию добавленной стоимости, в полном объеме выполнять социо-эколого-экономические обязательства, установленные законами, этическими нормами и правилами, принятыми в обществе.

Традиционная трактовка корпоративной социальной ответственности в узком смысле предполагает своевременную выплату работникам

зарплаты, уплату налогов, соблюдение законодательства в сфере охраны окружающей среды, техники безопасности и здоровья работников, этическое поведение в рамках существующего законодательства. Следовательно, исходной сферой формирования системы социальной ответственности бизнеса являются социально-трудовые и связанные с ними экономические и политические отношения. С этих позиций социальная ответственность выступает как метод цивилизованного решения социально-трудовых конфликтов, содержащий механизм достижения социальной стабильности общества. В России продолжается процесс создания правовых основ и механизмов реализации взаимодействия власти и бизнеса в рамках трипартизма (правительство – профсоюзы – предприниматели), вырабатываются формы и методы управления организациями в новых условиях.

В широком смысле корпоративная социальная ответственность представляет собой добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законодательного минимума и принятых в обществе этических норм. Это ответственность перед деловыми партнерами и сотрудниками, перед местными сообществами и населением в целом. Высшей формой социальной ответственности бизнеса является включение его в систему социального партнерства, когда происходит пересмотр ответственности бизнеса, власти и общества в решении общественно значимых проблем, искоренение социального иждивенчества, создание механизмов общественного контроля за выполнением государством своих социальных обязательств.

Многие российские корпорации уже начали внедрять принципы социальной ответственности в производственно-хозяйственную деятельность. Однако они используют их исключительно в личных целях, а не в интересах общества. Но имеется немало компаний, которые осознали эффективность системной социальной политики. Наиболее крупные из них расходуют на социальные цели до 17% прибыли².

Основными принципами деятельности компаний в рамках корпоративной социальной ответственности являются открытость, системность, значимость, недопущение конфликтов. Компании, базирующиеся на данных принципах, часто испытывают немалые сложности. Это обусловливается тем, что, во-первых, внедрение принципов КСО требует от менеджмента компании много времени и сил, в результате чего они вынуждены отвлекаться от решения текущих, срочных вопросов; во-вторых, имеющийся опыт свидетельствует о том, что быстрого и очевидного результата от внедрения КСО не бывает: для достижения качественного результата необходимо не менее 5 лет.

Современному российскому бизнесу часто не хватает четкого понимания и сознательного принятия того, что социальная ответственность

бизнеса — это не нечто исключительное, вызываемое особыми обстоятельствами, а норма, вытекающая из сущности крупного корпоративного бизнеса. Бизнес не может действовать изолированно от общества, поскольку он сам часть социума. Крупная компания является социально-экономическим институтом, занимающим ведущее положение в странах с рыночной экономикой. В отличие от фирм малого и среднего бизнеса, крупные компании часто выступают как градообразующие. От их деятельности во многом зависит состояние окружающей среды, качество потребительских товаров. Они группируют и внутри себя, и вокруг большие массы заинтересованных людей, которые формируют взаимозависимую систему отношений (связей), своеобразную паутину, которая может либо поддерживать бизнес в трудную минуту, либо, напротив, лишает компанию возможности действовать. Наличие социальных связей еще раз подтверждает тот факт, что корпорация — важный общественный институт, который включен в систему общественных отношений, во многом определяющих социально-экономическое развитие отдельных субъектов общества, а если брать корпоративный сектор в целом, то и всего общества. Корпоративный сектор и государство разделяют ответственность не только за социально-трудовые отношения, но и за благополучие общества в целом.

Поскольку число, состав и круг интересов заинтересованных лиц постоянно меняется, необходимы адекватные изменения реализуемой корпорацией модели взаимодействия с ними. В связи с этим выделим несколько уровней корпоративной социальной ответственности.

1. *Микроуровень*: ответственность перед сотрудниками (персоналом), партнерами, акционерами и потребителями. Так, социальную защищенность сотрудников компании обеспечивают программы и инициативы, направленные на создание и поддержание корпоративной культуры, развитие чувства корпоративной принадлежности, приверженности сотрудников ценностям и идеалам компании. Существуют программы социальных льгот, предоставляемых работникам на основе добровольно взятых компанией обязательств, которые могут включать:

- медицинские услуги — работу здравпункта, поликлиническое обслуживание, добровольное медицинское страхование и предоставление путевок для отдыха и оздоровления работников и членов их семей;
- ежегодный бонус к очередному отпуску, материальную помощь, выдачу возвратных беспроцентных ссуд при условии закрепления в коллективном договоре;
- организацию питания сотрудников, компенсацию на питание;
- скидки работникам при покупке продукции предприятия;
- доставку к месту работы транспортом компании;
- предоставление средств мобильной и пейджинговой связи;
- возмещение расходов, связанных с переездом и на время работы по контракту в регионе;

- оплату аренды жилой площади, услуг няни и т.п.
- 2. *Мезоуровень*: ответственность перед местными сообществами.
- 3. *Макроуровень*: ответственность перед государством.
- 4. *Мегауровень*: ответственность перед мировым сообществом.

Существуют и другие подходы к выделению уровней корпоративной социальной ответственности:

- базовый или обязательный — своевременная выплата работникам зарплаты, уплата налогов, соблюдение законодательства в сфере охраны окружающей среды, техники безопасности и здоровья работников, этика поведения в рамках законодательства и кодекса корпоративного поведения. Соблюдение требований данного уровня социальной ответственности позволяет предприятию выйти на цивилизованный рынок;

- уровень благотворительности (традиционная адресная благотворительность, стратегическая, обеспечивающая стратегический интерес компании — программы помощи и спонсорство);

- уровень социальной ответственности корпорации перед ее персоналом. Как правило, это обеспечение расширенного (за рамки российского законодательства) пакета социальных услуг работникам, создание собственной (корпоративной) пенсионной системы, реализация внутрифирменных программ по медицинскому обслуживанию, организации питания и отдыха, развитию физкультуры и спорта, по обеспечению жильем, подготовке и переподготовке кадров, по совершенствованию организации и культуры производства и т.п.;

- уровень социальных инвестиций. Социальное инвестирование возникло в качестве альтернативы благотворительности как традиционной, так и стратегической. Данный уровень КСО предполагает целенаправленную долгосрочную социо-эколого-экономическую политику компании на территории присутствия, направленную на решение общественно значимых задач и подразумевающую взаимное вложение ресурсов представителей местных сообществ и приносящую взаимные выгоды всем участникам;

- уровень венчурной филантропии — нестандартной благотворительной деятельности, возникшей в результате интеграции в филантропическую деятельность принципов и стратегий венчурного предпринимательства. Основными ценностями венчурной филантропии являются творческий инновационный подход к решению социальных проблем, базирующийся на долгосрочном финансировании и партнерстве.

Социальная ответственность российских предприятий чаще всего формализована. Социальные вопросы фиксируются в трудовых соглашениях, которые заключаются между профсоюзами и руководством. В качестве приоритетов предприятия обычно выбирают образовательные программы, воспроизводство рабочей силы, поддержку пенсионеров и детей работников. Например, по данным Ассоциации менеджеров, на развитие персонала крупные российские компании расходуют до 60% социального бюджета.

Многие компании разработали и внедрили кодексы корпоративного управления, публикуют отчеты о социальной деятельности. В их числе группа «СУАЛ», «Газпром», «Ленэнерго», Магнитогорский металлургический комбинат. Однако эти кодексы мало чем отличаются от устава общества. Они направлены на нужды самой компании, в том числе ответственности перед компанией и лояльности к ней работников. В то же время совершенно опускаются обязанности корпорации перед своими сотрудниками и обществом в целом. Таких компаний много. Известно, что только стратегия корпорации, основанная на этике бизнеса, согласно институциональной теории, может обеспечить компромисс между интересами акционера, менеджера, работников и потребителей посредством получения прибыли и защиты окружающей среды, высокой рентабельностью и социальной справедливостью.

Первый этический кодекс российское деловое сообщество на национальном уровне приняло еще в 1912 г. Он назывался «Семь принципов ведения дел в России». Среди этих принципов: 1) уважай власть; 2) будь честен и правдив; 3) уважай право частной собственности; 4) люби и уважай человека; 5) будь верен своему слову; 6) живи по средствам; 7) будь целеустремлен.

Особое значение в предпринимательской деятельности придавалось честности и правдивости. Это фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Поэтому для того, чтобы быть успешным, современный российский предприниматель должен восстановить и приумножить эти добрые традиции, развивая и расширяя социальную ответственность бизнеса.

Социально ответственная компания располагает возможностями, чтобы привлечь и удержать талантливых специалистов. Кроме того, она располагает доверием инвесторов и имеет возможность получать долгосрочные инвестиции. Особенно это важно в условиях экономического кризиса. В то же время корпорациям необходимо прилагать больше усилий к установлению эффективных партнерских отношений с другими компаниями, общественными и гражданскими организациями, государственными структурами для выработки коллективных системных подходов к корпоративной ответственности. Больше внимания следует уделять и такому важному вопросу, как формализация раскрытия информации о своей социальной активности. Это можно сделать прежде всего через механизм социальной отчетности.

Социальный отчет — публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров о том, как и какими темпами компания реализует свою миссию или стратегические планы для развития экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности.

Предоставление социального отчета всем желающим может рассматриваться как эффективный механизм информирования инвесторов, по-

требителей, местного сообщества и органов власти о том, что компания ведет свою деятельность социально ответственным образом. Такая обратная связь не только демонстрирует и закрепляет за компанией право на ведение бизнеса, но приносит выгоду обществу от повышения доступности информации. Следовательно, социальный отчет в перспективе может стать эффективным инструментом диалога бизнеса с обществом и государством.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса может и должна стать площадкой для плодотворного сотрудничества между бизнесом и властью. Однако это длительный процесс, протекающий нелегко даже в развитых и благополучных экономиках. Формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде возможно только при целенаправленной поддержке со стороны государства и его активном участии в решении социальных проблем.

Власть должна создать следующие условия для развития социально ответственного бизнеса: а) гарантированные права собственности и безопасности ведения бизнеса; б) независимая судебная система; в) прозрачные законодательные рамки для ведения социальной деятельности; г) приоритеты социальной ответственности и др.

Одновременно государство должно оказывать активную и системную поддержку развитию институтов гражданского общества. Эффективный путь решения данной проблемы — это создание механизмов финансирования гражданских инициатив, в том числе через формирование системы независимых государственных и негосударственных агентств.

Примечания

¹ Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper., European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs Unit EMPL / D.1, 2001.

² Зудин А. Взаимоотношение крупного бизнеса и власти при В. Путине и их влияние на ситуацию в российских регионах // Региональная элита в современной России. М., 2005.

Zudin A. Vzaimootnoshenie krupnogo biznesa i vlasti pri V. Putine i ih vlijanie na situaciju v rossijskikh regionah // Regional'naja jelita v sovremennoj Rossii. M., 2005.