

## Корпоративная социальная ответственность как одна из составляющих бизнес-стратегии компании

И. В. МАРИК

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)\*

*В статье рассмотрены актуальные вопросы корпоративной социальной ответственности в бизнес-структуре, а также соотношение понятий «социальная ответственность», «социальная защита», «социально-трудовые отношения».*

*Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная защита, социально-трудовые отношения.*

## Corporate Social Responsibility as a Component of Company's Business Strategy

I. V. MARIK

(MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES)

*The article covers topical questions of corporate social responsibility in business structure. The author considers the correlation of concepts «social responsibility», «social protection», «social and labor relations».*

*Keywords: corporate social responsibility, social protection, social programs, social and labor relations.*

Термин «стратегия» (от греч. *stratos* — войско, *ago* — веду) исходит из военного лексикона и означает искусство развертывания войск в бою. Стратегия в широком понимании — это генеральный план действий, определяющий приоритеты задач, ресурсов и последовательность шагов по их достижению. Предприятия рассматривают стратегию как набор правил, приемов и методов, с помощью которых достигается цель, решаются конкретные проблемы и распределяются ресурсы. Ставя определенные цели, руководство компании формулирует те главные ориентиры, на которых должна быть сфокусирована вся деятельность предприятия и его коллектива. Выработка эффективных целей усиливает побудительные мотивы работников, устанавливает четкие ориентиры их деятельности и создает ясную картину ожидаемых результатов деятельности предприятия.

Любое предприятие представляет собой целостный организм, и его стратегия должна быть комплексной, охватывать все направления деятельности, включая *социальную составляющую* — важнейший элемент его кадрового, производственного и экономического потенциала. В развитых странах в социальную составляющую бизнеса входят вопросы регулирования социально-трудовых отношений, социальные программы для местного общества, мероприятия по обеспечению экологической безопасности производства, а в отдельных случаях — меры по стимулированию экономического и социального развития всего общества. Социальная составляющая есть не что иное, как социальная ответственность предприятия. Внедрение принципов социальной ответственности обусловлено нарастающими процессами глобализации, необходимостью создания положительного имиджа корпораций в ре-

\* Марик Иван Васильевич — аспирант кафедры социологии Московского гуманитарного университета. Тел.: +7 (499) 374-60-21. Эл. адрес: [ivan-marik@mail.ru](mailto:ivan-marik@mail.ru)

гионах присутствия, получения дополнительных инвестиций (Аверин, 2008: 78).

В мировом бизнес-сообществе корпоративная социальная ответственность представляет собой систему добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом. Данная система направлена на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях (Кричевский, Гончаров, 2008: 11).

Корпоративная ответственность в значительной степени направлена на социальную защиту занятого населения и может рассматриваться как часть социально-трудовых отношений. Понятие социально-трудовых отношений связано с дефиницией «трудовые отношения». Если трудовые отношения отражают отношения в сфере труда, то социально-трудовые отношения предполагают поддержку и повышение уровня жизни работников, т. е. взаимодействие работников и работодателей в процессе улучшения условий труда и повышения уровня жизни занятых на предприятии. Такая форма взаимодействия отражает суть *социального партнерства*. В современной практике сторонами социального партнерства, как и в трудовых отношениях, выступают прежде всего работники и работодатели. Органы государственной власти и местного самоуправления при заключении договоров или иных программных документов не берут на себя никаких обязательств. Вместе с тем участие органов власти в качестве третьего партнера в системе социального партнерства объясняется необходимостью учитывать интересы общества в целом, регулировать и координировать развитие социально-трудовых отношений, законодательные и договорные аспекты соглашений. Статья 26 Трудового кодекса РФ конкретизирует уровни социального партнерства: *федеральный уровень* — основы регулирования отношений в сфере труда в Российской Федерации; *межрегиональный*

*уровень* — основы регулирования отношений в сфере труда в двух и более субъектах РФ; *региональный уровень* — основы регулирования отношений в сфере труда в субъекте РФ; *отраслевой уровень* — основы регулирования отношений в сфере труда или отраслях; *территориальный уровень* — основы регулирования отношений в сфере труда в муниципальном образовании; *локальный уровень* — обязательства работников и работодателей в сфере труда.

На современном этапе развития российского общества актуализировалась проблема разработки эффективной социальной политики государства как одной из первоочередных задач. В пункте 1 статьи 7 Конституции Российской Федерации декларируется: «Российская Федерация — социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Процесс развития социальной защиты, стержневой основы государственной социальной политики, включает все стороны жизнедеятельности человека, учитывает как особенности социально-трудовых отношений, так и проблемы нетрудоспособного населения. Социальная защита занятого населения основывается не только на перераспределении части национального дохода и обязательном социальном страховании, но и на использовании части вновь созданного собственного продукта корпорациями-работодателями.

Выделим то, что, во-первых, объектом социальной защиты занятого населения является работник в процессе труда. Во-вторых, социальная защита занятого населения — это комплекс государственных социальных программ. В-третьих, социальная защита направлена на поддержание доходов работников при наступлении социальных рисков. В-четвертых, источники финансирования социальной защиты представлены федеральным, региональным и местными бюджетами, материальными ресурсами корпораций и доходами работников. В-пятых, социальная защита служит одновременно

инструментом и целью развития экономики, так как движение отдельной хозяйственной единицы влияет на показатели роста экономики в целом. Таким образом, социальная защита — это инструмент регулирования воспроизводства рабочей силы и занятости, непосредственно влияющий на экономическое развитие не только с точки зрения эффективного функционирования рабочей силы, но и в аспекте расширения платежеспособного спроса населения.

Внедрение принципов социально ответственного бизнеса в России неотделимо от государственной организации и координации процесса. Важнейшей функцией органов государственной власти является разработка законодательных основ и организационных механизмов интеграции принципов социальной ответственности в хозяйственную практику.

Одним из главных инструментов реализации социальной ответственности является коллективный договор, которым в соответствии с рекомендациями МОТ № 91 о коллективных договорах (1951 г.) признается всякое письменное соглашение относительно условий труда и найма.

В Российской Федерации идеология социальной ответственности активно развивается и поддерживается Российским союзом промышленников и предпринимателей. На XIV съезде Союза была принята Социальная хартия российского бизнеса, в которой определены социальная миссия и основные принципы бизнеса (Аверин, 2008: 78). Социальная хартия сегодня — это платформа для формирования корпоративной политики и практики в соответствии с задачами устойчивого развития бизнеса предприятия на основе эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами — акционерами, инвесторами, организациями работников, властными структурами, институтами гражданского общества (Базовые индикаторы результативности..., 2008: 3). Хартия опирается на принципы Глобального договора ООН и развивает их с учетом современной роли бизнеса в обществе. Оба этих документа мо-

гут служить платформой для подготовки корпоративных нефинансовых (социальных) отчетов, раскрывающих экономические, экологические и социальные результаты деятельности компании в их единстве. Корпоративные нефинансовые отчеты рассматриваются как инструмент совершенствования систем внутри фирменного управления и средство повышения прозрачности деятельности компании. Практика добровольной нефинансовой отчетности в российском бизнес-сообществе получает все более широкую поддержку. Среди важных направлений работы в этой области — развитие инструментария, помогающего компаниям осваивать и применять апробированные в мировой практике стандарты и регламенты корпоративной ответственности и социальной отчетности (там же: 5). В настоящее время в России получают распространение стандартизированные формы социальной отчетности, основанные на комплексном подходе к оценке деятельности компаний. Наиболее распространенными являются стандарт AA 1000 Лондонского института социальной и этической отчетности (Institute of Social and Ethical Accountability); Руководство GRI Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative). Еще одним общепринятым документом в области социальной отчетности является Глобальное соглашение об общих принципах и ценностях ООН, или Глобальный договор ООН (Нефинансовые отчеты..., 2006: 34).

В целях продвижения идей Социальной хартии российского бизнеса и соответствующих международных инициатив в области социальной ответственности, устойчивого развития и нефинансовой отчетности Российский союз промышленников и предпринимателей разработал перечень базовых индикаторов, которые отражают ключевые результаты деятельности компаний и рекомендуются для использования в корпоративных социальных отчетах (Базовые индикаторы результативности, 2008: 5). Деятельность, которую отражают нефинансовые показатели, охватывает широкий круг вопросов: качество менедж-

мента, этика делового поведения, структура и результативность социальных инвестиций, связанных с развитием персонала.

Для российских и международных компаний 2009 год стал не только испытанием на прочность, но и потребовал пересмотреть свое отношение к видам деятельности, которые сопутствовали бизнесу и являлись затратными. Экономический кризис поставил перед компаниями вопрос: зачем нужна социальная ответственность компаниям в тот момент, когда бизнес испытывает тяжелые потрясения? Экономические потрясения 2009 г. наглядно продемонстрировали, насколько серьезными были намерения и декларации в области социальной ответственности каждой конкретной компании. Кризис заставил компании считать более тщательно; внимательнее относиться к тому, чем они занимаются, к выбору инструментов и оценке своих результатов. Это, безусловно, положительная тенденция. Как подчеркивает Агентство социальной информации, в 2009 г. имел место логичный отказ от некорректного понимания социальной ответственности в России как частичной реинкарнации патерналистского отношения работодателя к работникам (Аленичева, 2009: 11). Тема социальной ответственности в течение нескольких лет активно развивалась, но исключительно в информационном пространстве, являясь инструментом политического позиционирования. В практическом же отношении (интеграция в бизнес-процессы) новое понятие лишь в отдельных компаниях и лишь по отдельным функциональным направлениям было принято как эффективное руководство к действию.

Как отмечает представитель компании «ЭксонМобил» С. Заславская, «любая социальная программа, поддерживаемая компанией “ЭксонМобил” в России, подвергается детальному анализу и оценке. Программы, которые не удовлетворяют разработанным в компании внутренним критериям, включая оценку эффективности проекта и отчетную документацию, не получают дальнейшего финансирования» (Доклад..., 2009: 12).

По мнению Директора проекта по устойчивому развитию Глобального договора ООН в России А. Бима, благотворительность и социальная ответственность компаний — это нетождественные понятия: «Благотворительность не является основной задачей бизнеса, и не стоит рассчитывать на то, что бизнес будет заниматься соответствующей деятельностью в любых условиях без ущерба для решения своих основных экономических задач. Если предъявлять такое требование, то можно скатиться в другую крайность — возлагать на бизнес чрезмерную и содержательно не свойственную ему социальную нагрузку. Благотворительность — это категория, несколько отличающаяся от социальной ответственности. Если социальная ответственность — это, в идеале, *составная часть стратегии компании*, предполагающая долгосрочность, целенаправленность, обязательства, диалог, то благотворительность по отношению к остро нуждающимся группам населения — это сугубо необязательная деятельность, опирающаяся не на принципы социальной ответственности, а просто на общечеловеческие ценности и, конечно, экономические возможности благотворителей» (там же: 15).

Несмотря на сокращение бюджетов, компании ищут возможности сохранить объемы социальной помощи, например за счет развития и поощрения волонтерской деятельности своих сотрудников. Пока еще немногие компании осознают, что привлечение сотрудников к этой деятельности имеет фундаментальное значение для корпоративной культуры компании и ее репутации.

В заключение необходимо отметить, что период бесплановой реализации компаниями масштабных социальных проектов завершился. Точку в этом вопросе по отношению к корпоративной социальной ответственности поставил кризис 2008–2009 гг. Большинство экспертов отмечают, что в результате влияния кризиса компании были вынуждены выработать критерии отбора социальных проектов, сформулировать цели и задачи социальной ответственности кон-

кретно для своего бизнеса, пересмотреть отношение к уровню этой ответственности. Во многом именно экономические потрясения вывели бизнес-структуры на новый этап развития в России. В будущем, при улучшении ситуации на рынках, можно ожидать обновленной, более прагматичной и серьезной деятельности компаний по разработке и реализации их программ социального развития.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аверин, А. Н. (2008) Социальная политика и социальная ответственность предприятия. М.

Базовые индикаторы результативности. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности. (2008) / Ф. Прокопов, Е. Феоктистова и др. / под общ. ред. А. Шохина. М. : РСПП.

Доклад о тенденциях в сфере КСО в России в 2009 г. (2009) М.

Кричевский, Н. А., Гончаров, С. Ф. (2008) Корпоративная социальная ответственность. М.

Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности : аналитический обзор. (2006) / под общ. ред. А. Н. Шохина. М.

#### Научная жизнь

**22 октября 2010 г.** состоялось шестое награждение лауреатов Бунинской премии. Культурный проект МосГУ и ряда негосударственных вузов основывается на изучении современного литературного процесса и придает особое значение экспертизе конкурсных произведений, которая осуществляется учеными-филологами, докторами и кандидатами наук, работающими в ИМЛИ РАН, Институте русского языка им. Пушкина, МГУ, МПГУ и других научных учреждениях и ведущих вузах страны.

Церемония вручения Бунинской премии 2010 г., которую вели председатель Попечительского совета И. М. Ильинский и председатель жюри С. И. Бэлза, была приурочена к 140-летию со дня рождения выдающегося русского писателя, поэта, публициста, переводчика, нобелевского лауреата И. А. Бунина. Лауреатами Бунинской премии по итогам конкурса стали Л. Н. Васильева (Большая премия в номинации «Поэзия»), Г. М. Кружков (Большая премия в номинации «Поэтический перевод»), мастера поэтического перевода В. Г. Куприянов, М. И. Синельников, Е. Д. Фельдман. Специальной премией Попечительского совета «За выдающийся вклад в развитие русской поэзии и афористичность поэтического слова» удостоен поэт В. А. Костров. Специальная премия Попечительского совета «За выдающийся вклад в сохранение русского слова» присуждена видному русскому филологу и педагогу В. Г. Костомарову.