

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

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.