

10.17. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Молчанов И.Н., д.э.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ, экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова;
Холдеев К.А., соискатель Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

В современных условиях корпоративная социальная ответственность (КСО) становится одним из важнейших факторов решения накопившихся проблем цивилизации: от охраны окружающей среды до ликвидации бедности. Роль КСО велика не только в разработке и реализации благотворительных программ, но и в создании нормальных условий обеспечения жизнедеятельности населения, улучшении экологичности производства. КСО вносит существенный вклад в снижение социальной напряженности в обществе. В статье изучаются общие аспекты и эволюция концепции КСО; выделены базовые модели, существующие в мире. Проанализирована современная практика, сформулированы рекомендации по дальнейшему развитию института КСО в Российской Федерации.

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО), возникшее в США в 1950-е гг., в процессе эволюции претерпело ряд трансформаций. В общем виде под КСО понимается «реализация той политики, принятие таких решений либо следование такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества» [2, с. 21]. Постепенно сформировалось понимание того, что концепция КСО отражает добровольный (т.е. превышающий минимальные объемы требований общества, закрепленные в законодательстве) вклад компании в развитие общества. Данный вклад выражается в мероприятиях, социальных инициативах, проводимых компанией в рамках внутреннего (направленного на сотрудников) и внешнего (направленного на окружающую среду) векторов КСО.

Во второй половине XX в. в трудах зарубежных исследователей были сформулированы приоритеты и подходы к интерпретации внешних и внутренних источников КСО. Сторонники внешних источников утверждали, что компания проводит мероприятия в рамках КСО на основе общественного договора, при этом они рассматривали три силы, способные повлиять на компанию: рыночные, политические и смешанные. Сторонники позиций внутренних источников КСО считали, что компания осуществляет мероприятия в заданных рамках, исходя из моральной стороны дела.

Как представляется, рассматривая истоки КСО, стоит обратить внимание на тот факт, что ее составные части появились и проявлялись в общественной жизни задолго до формирования концепции и определения необходимой терминологии. К примеру, благотворительность была известна уже в XIX в. Однако именно во второй половине XX в. общество стало отчетливо осознавать необходимость увеличения ответственности со стороны компаний и предъявлять все большие требования к ним. Это нашло отражение в развитии как теоретического аспекта КСО, так и практической деятельности. Становление КСО в исторической ретроспективе не было плановым и одинаковым на разных территориях, поскольку начальные условия не были идентичными и включали в себя политическую и экономическую составляющие, менталитет, требования общества и др. Поэтому в мире сформировалось несколько моделей корпоративной социальной ответ-

ственности, среди которых основными являются американская и европейская.

В американской модели создан механизм стимулирования проведения мероприятий в рамках КСО с минимальным государственным участием и значительным общественным контролем; при этом общественность воспринимает бизнес в роли полноценного инициатора социальных инициатив. Эта модель, согласно проведенному анализу информации, основывается на нескольких постулатах:

- свобода субъектов и возможности по осуществлению всех мероприятий, которые не противоречат широким законодательным рамкам активной вовлеченности в КСО не только бизнеса, но и общества;
- активная вовлеченность в КСО не только бизнеса, но и общества;
- серьезное влияние профсоюзов;
- прецедентное право;
- восприятие обществом бизнеса как инициатора социальных программ;
- взаимовыгодность процессов и стимулирование проведения мероприятий в рамках КСО.

Европейскую модель КСО можно описать следующим образом:

- приоритетное внимание уделяется регулированию, но его рамки несколько иные, чем в американской модели (это считается допустимым обеспечением функционирования системы);
- наиболее развита стандартизация (международные стандарты в области КСО зародились именно в Европе);
- государство продолжает оказывать высокий уровень социальной помощи;
- предполагается стимулирование бизнеса, однако реализация данного аспекта существенно отличается от американского варианта.

Как представляется, процесс глобализации весьма динамичен, поэтому названные модели перманентно совершенствуются, их методологические основы постепенно сближаются. Однако полное совмещение данных моделей не является эффективным, так как начальные условия на разных территориях имеют весьма значимые различия.

КСО в Российской Федерации развивается неравномерно, поэтому в ее становлении можно выделить несколько этапов:

- первый: начало 1990-х г. – 1999 г.;
- второй: 2000 г. – начало 2007 г.;
- третий: 2007 г. – настоящее время.

Первый этап начался одновременно с распадом СССР, когда компании получили возможность быть полностью самостоятельными. Однако этот период характеризуется неблагоприятной макроэкономической ситуацией в РФ, крайне нестабильной обстановкой в обществе, налаживанием бизнес-процессов и становлением рыночной экономики. Происходит передача объектов социальной инфраструктуры на балансы муниципалитетов. Компаниям достаточно затруднительно осуществлять мероприятия в рамках КСО, поэтому бизнес в РФ способен выполнять лишь тот минимум обязательств, который установлен государством. Финансово-экономический кризис 1998 г. нивелировал наметившуюся стабильность. В целом общество относилось к государственным институтам как к единственным источникам социальных инициатив.

Можно выделить различные причины, влияющие на тенденции и динамику развития КСО. Так, российские

компании, работающие на внутреннем рынке, начинают реализовывать в своей деятельности принципы КСО с учетом мнения общества, для получения признания и укрепления своего бренда, а также для приобретения иных выгод. Одновременно российские компании, выходявшие на международные рынки, обязаны были развивать КСО, так как это соответствовало требованиям зарубежных партнеров. Наблюдался приток в РФ представительств иностранных компаний, которые привнесли свою корпоративную культуру, включающую КСО, и ее элементы стали распространяться между российскими компаниями.

Второй этап характеризуется переходом от разовой помощи к целенаправленной и систематической поддержке общества со стороны бизнеса посредством образования специальных фондов, налаживания сотрудничества с некоммерческими организациями в процессе реализации программ КСО, ведением дискуссии в профессиональной среде на данную тему и др. Здесь роль государства прослеживается в регулировании процесса становления КСО в РФ, что проявляется в готовности улучшать предпринимательскую среду посредством упрощения некоторых бюрократических процедур, снижения налогового бремени, взамен повышения социальной ответственности бизнеса, взятия на себя части социальных обязательств, которое становится систематическим.

По мнению экспертов, в настоящее время наблюдаются положительные тенденции развития КСО на втором этапе благодаря увеличению числа лиц (как физических, так и юридических), понимающих суть данной концепции, необходимости проведения согласованных действий, что позволяет определить меры, которые необходимо осуществить всем заинтересованным сторонам [7, с. 67-68]. В последние годы активность бизнеса в рамках социальных программ резко возросла, поэтому данный этап является одним из важнейших в эволюции КСО. Например, если в 2003 г. Ассоциация менеджеров оценила долю социальных расходов в валовых продажах в 1,96%, то к концу 2007 г. эта доля была уже на уровне 3,76% [4].

Третий этап развития КСО характеризуется тем, что компании начали стандартизировать и публиковать свою социальную отчетность. Судя по материалам опроса (2007 г.), подавляющее большинство руководителей компаний (74%) ожидали рост социальных расходов, и этот факт был обусловлен повышением общественных требований, которые связаны как с возвышением потребностей общества, так и с увеличением процента граждан, олицетворяющих бизнес с ролью инициатора социальных программ [4].

Опрос ВЦИОМа показал изменение приоритетов у населения [3]. Если ранее население значимым направлением КСО считало выпуск качественной продукции, то теперь:

- на 1-е место вышла материальная поддержка малоимущих (53%);
- затем – создание рабочих мест (43%);
- забота о сотрудниках (28%);
- потом улучшение инфраструктуры (28%).

Эти данные показывают: общество продолжает повышать требования к компаниям, что в конечном счете развивает КСО в РФ.

На третьем этапе начали функционировать институты некоторого общественного содействия в сфере КСО, которые несомненно улучшают социальный диа-

лог и создают элементы системы отношений государства с бизнесом в сфере КСО. Данные институты общественного содействия представлены ниже:

- Комитет по корпоративной социальной ответственности при Ассоциации менеджеров России. Этот комитет, объединяя руководящий состав многих крупных компаний России и российских представительств иностранных компаний, имеет миссию, заключающуюся в обмене опытом в сфере КСО, занимается развитием данной сферы и продвижением принципов и инструментария КСО [6];
- Комитет по корпоративной социальной ответственности и демографической политике, созданный по инициативе Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). Данный комитет является более открытым (в сравнении с комитетом при Ассоциации менеджеров России) и каждый заинтересованный в развитии сферы социальных отношений и корпоративной социальной политики, согласно Положению о данном комитете, может быть его членом. Комитет поставил перед собой цель по поддержанию эффективного диалога между компаниями, властью, общественными организациями и населением относительно сферы корпоративной социальной ответственности [10];
- Совет РСПП по нефинансовой отчетности. Данный совет осуществляет общественное заверение социальной отчетности компаний, выдвигает рекомендации по ее совершенствованию. Кроме того, в том числе и усилиями этого Совета, создан Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов, то есть база официально опубликованной нефинансовой отчетности российских компаний [9].

Вышеупомянутые организации и их подразделения стимулируют социальный диалог, который приводит к решению части проблем, а также к позитивному развитию КСО, несмотря на некоторые препятствия. Однако данные организации не пропагандируют напрямую процесс стандартизации, и поэтому компании проходят сертификацию для соответствия международным стандартам, стандартизируют отчетность согласно руководствам только по собственной инициативе, которая основывается на внутренних и внешних причинах, обуславливающих специфику их функционирования [5].

В настоящее время рейтинговые агентства (РА) активно предоставляют услуги по оценке деятельности компаний в области корпоративной социальной ответственности, то есть по проведению измерений не только вклада в общество, но и эффективности подобных мероприятий. Так, РА «Репутация» с помощью оценки компаний в области КСО пытается решить следующие задачи:

- информирование общества: предоставление обществу достоверной и проверенной информации о деятельности компаний в области КСО, а также об эффективности данной деятельности;
- помощь компаниям и акционерам: оценка осуществляемых ими мероприятий в области КСО, помощь в налаживании связей между обществом и компаниями;
- способствование развитию идеи реализации КСО в российских компаниях;
- способствование идее продвижения КСО и повышению активности относительно КСО в обществе;
- повышение эффективности развития КСО в РФ, в том числе за счет применения принципов международных стандартов и учета российских реалий.

РА «Репутация» оценивает деятельность компании в области КСО по следующим основным аспектам:

- «экономическая результативность и организационное управление»;
- взаимодействие с потребителями;
- трудовые отношения и права персонала;
- экология и охрана окружающей среды; взаимодействие с обществом» [1].

Методика оценки основывается на анализе комплекса внутренних и внешних мероприятий в рамках КСО, а результаты сравниваются с требованиями и ожиданиями общества и заинтересованных сторон. По итогам оценки компании на год присваивается один из шести классов рейтинга КСО: от **AAA(s)** – наивысший уровень до **NR(s)** – рейтинг не присвоен или отозван. Активность и стремление ведущих российских компаний проходить процедуры оценки и присвоения класса рейтинга позволяет предполагать, что в РФ корпоративная социальная ответственность перестает быть редким феноменом и становится неотъемлемой частью экономической деятельности.

По мнению авторов, в настоящее время в РФ КСО эволюционирует по особому пути. На специфику российской модели повлияли в первую очередь начальные условия и особенности становления КСО в различные периоды новейшей истории современной РФ. В условиях модернизации экономики в процессе практической апробации основополагающих идей и принципов КСО наблюдаются следующие проблемы:

- отсутствие целенаправленной государственной поддержки компаний, реализующих социальные инициативы;
- несовершенная законодательная база по вопросам КСО;
- недостаточное развитие институциональной среды, обеспечивающей функционирование КСО;
- недооценка выгод от реализации программ КСО менеджерами и сотрудниками компаний, а также обществом в целом;
- отсутствие стандартизированной системы учета и контроля.

Таким образом, в настоящее время необходимо сконцентрировать усилия для реализации в полном объеме добровольных инициатив в рамках КСО, а также создать полноценную систему стимулирования. Однако, по мнению авторов, наблюдается положительный тренд в данном направлении. Эта тенденция выглядит весьма своевременной, поскольку степень развитости инструментария КСО в РФ зависит от заинтересованности конкретных компаний и их действий в заданном направлении. Можно выделить следующие векторы КСО: внутренний, отражающий проведение мероприятий (относимых к КСО) в рамках отношений работодатель – работник, и внешний, констатирующий проведение мероприятий (относимых к КСО) в рамках взаимодействия компании с окружающей средой.

Представляется целесообразным детерминировать определенные выгоды от реализации КСО в РФ, которые следует положить в основу формулируемых приоритетов управленческой деятельности в данной сфере. В этой связи представляет интерес выполненная авторами классификация получателей – заинтересованных сторон, к которым относятся:

- компании, реализующие мероприятия в рамках КСО;
- клиенты и контрагенты;
- акционеры и государство;
- общество (в том числе и сотрудники компаний, которые реализуют мероприятия в рамках КСО);
- окружающая среда (экология).

Однако приобретение вышеуказанных выгод и дальнейшая динамика КСО в РФ зависят от институциональной среды, общественных настроений, формирующегося предпринимательского климата и других условий, которые в данный период не могут характеризоваться как полностью благоприятные.

Авторами сформулированы следующие рекомендации, которые являются актуальными для дальнейшего продвижения деятельности в сфере КСО в РФ:

- улучшение нормативно-правовой базы;
- развитие системы стимулов со стороны государства;
- становление системы контроля со стороны государства и общества;
- улучшение инвестиционного климата;
- привлечение иностранных партнеров;
- стимулирование применения стандартов в деятельности;
- стимулирование создания социальной отчетности;
- выстраивание системы отношений между государством и компаниями по вопросам КСО;
- пропаганда необходимости КСО в обществе.

Представленные направления улучшения работы необходимо проводить в совокупности с анализом внутренней и внешней среды, с учетом международного опыта и использованием различных форм контроля (государственного и общественного) за исполнением принимаемых рекомендательных положений.

Литература

1. Аспекты оценки деятельности компаний в рамках КСО [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство «Репутация». URL: http://rareputation.ru/?page_id=52 (дата обращения : 28 янв. 2014 г.).
2. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Текст] / Ю.Е. Благоев. – 2-е изд. – СПб. : Высш. шк. менеджмента СПбГУ, 2011. – 272 с.
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=1> (дата обращения : 20 янв. 2014 г.).
4. Доклад о социальных инвестициях в России – 2008 [Электронный ресурс] / Ассоциация менеджеров при поддержке ПРООН. – М., 2008. URL: <http://www.undp.ru/download.phtml?%1064> (дата обращения : 20 янв. 2014 г.).
5. Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО [Электронный ресурс] / аналит. отдел журнала TheEconomist совместно с ПРООН и PwC. URL: <http://www.csrjournal.com/russia/2042-opublikovano-pervoe-globalnoe-issledovanie.html> (дата обращения : 1 февр. 2013 г.).
6. Комитет по корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Ассоциация менеджеров России. URL: http://www.amr.ru/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=55&Itemid=282 (дата обращения : 20.01.2014).
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект [Текст] : монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М. : КНОРУС, 2008. – 504 с.
8. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность [Текст] / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – М. : Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
9. Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов [Электронный ресурс] / Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: <http://pcnn.pf/library/view/11> (дата обращения : 20 янв. 2014 г.).
10. Положение о Комитете по корпоративной социальной ответственности и демографической политике Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: <http://pcnn.pf/cc/status/41> (дата обращения : 20 янв. 2014 г.).
11. Холдеев К.А. Детерминация основных возможных выгод от реализации корпоративной социальной ответственности в России [Электронный ресурс] / К.А. Холдеев // Матлы докл. XX Междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/structure_32_2362_doc_name.htm (дата обращения : 28 янв. 2014 г.).

Ключевые слова

Корпоративная социальная ответственность; модели корпоративной социальной ответственности; этапы развития в России; благотворительность.

Молчанов Игорь Николаевич
E-mail: 9392940@gmail.com

Холдеев Кирилл Александрович
E-mail: 9392916@mail.ru

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы не подлежит сомнению. В нынешних условиях корпоративная социальная ответственность (КСО) становится одним из важнейших факторов решения накопившихся проблем цивилизации, начиная от проблем охраны окружающей среды и кончая проблемами ликвидации бедности. Роль КСО велика не только в улучшении экологичности производства, но и в разработке и реализации благотворительных программ. КСО вносит существенный вклад в снижение социальной напряженности в обществе.

Авторы поставили своей целью изучение различных аспектов КСО вообще и социальной ответственности в Российской Федерации в частности. Ими были выработаны рекомендации по развитию КСО в России. В статье кратко проанализирована эволюция концепции КСО. Исторически развитие концепции шло по двум направлениям: внешнему и внутреннему.

Новизной данной работы можно считать авторскую трактовку КСО, понимаемую как добровольный вклад в развитие общества с выделением двух векторов мероприятий в рамках КСО – внутреннего и внешнего. Уточнена классификация блоков мероприятий в рамках внутреннего и классификация получателей выгод в рамках внешнего вектора КСО. Предложены рекомендации по развитию КСО.

Заслуживает внимание также проведенный сравнительный анализ американской и европейской моделей КСО. Подчеркнуто, что в США сильно проявляется экономический аспект КСО, он сможет принести большой экономический эффект компаниям. В Европе имеет приоритет ответственность перед местными сообществами и компаниями. С точки зрения юридического аспекта в США любое государственное регулирование воспринимается как ограничение степени свободы, а в Европе государство и его регулирование воспринимаются как необходимое условие единых «правил игры». В Европе отношения между работником и работодателем в большей степени зарегулированы, чем в США.

Все изложенное позволяет рекомендовать статью к публикации в научном журнале.

Алифанова Е.Н., д.э.н, проф., зам. декана факультета экономики и финансов по научно-исследовательской работе, зав. кафедрой международных экономических отношений Ростовского государственного экономического университета РГЭУ «РИНХ»