

Маренков Н.Л., профессор
Чулков А.Ю., аспирант
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Новые формы корпоративной социальной ответственности

В условиях глобализации взаимодействие государств с корпорациями становится более динамичными и требует повышения их социальной ответственности. Ориентация деятельности корпораций только на экономическую составляющую утрачивается, повышается значение моральной компоненты бизнеса, внимание к социальным проблемам как внутри корпорации, так и во внешнекорпоративных связях. Элементами успеха бизнеса становятся информированность, предприимчивость, способность к изменениям, тесная связь целей компании с интересами наемных работников, потребителями и государством.

Социальные проблемы, которые может решить корпорация, такие как: обеспечение занятости, устранение дискриминации, охрана окружающей среды от загрязнения, носят в экономической науке название проблемы корпоративной социальной ответственности¹.

Основы концепции социальной ответственности бизнеса заложены в конце XIX – начале XX века. Первоначально идея «чувства социальной ответственности» получила распространение в среде американских инженеров, которые, как отмечал американский историк Э. Лейтон, усматривали в демонстрации этого чувства средство повышения социального престижа своей профессии².

В начале XX века некоторые руководители бизнеса выражали уверенность в том, что корпорации обязаны использовать свои ресурсы таким образом, чтобы в выигрыше оказывалось все общество.

В последние годы проблемы корпоративной социальной ответственности активно обсуждаются в деловых и научных кругах как альтернатива стратегии экономического роста. Корпоративная социальная деятельность противоречит основной цели бизнеса – максимизации прибыли и тем самым представляет определенную опасность для общества. Однако к концу XX века, наряду с осознанием идеи устойчивого развития, переосмыслены и концепции социальной ответственности. Ориентация бизнеса на извлечение прибыли ведет к поляризации общества, обостряет проблемы социального неравенства и массовой бедности, тогда как гармонизация отношений между бизнесом и обществом обеспечивает сбалансированный подход к решению многих социальных проблем. Эффективная социальная деятельность положительно влияет на финансовые результаты компаний. Включение принципов социальной ответственности в долгосрочные стратегические планы корпорации рассматриваются как имидж для повышения экономической эффективности.

¹ Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. М., Дело, МГУ им. М.В. Ломоносова, 2006. – С.170.

² Layton E. T. Jr. The Revolt of the Engineers. Social Responsibility and the American Engineers Profession / Cleveland – London, 1971.P.6.

Любой крупной компании приходится думать о своей репутации – она дает существенные преимущества в конкурентной борьбе. В социальной ориентации проявляется стремление к длительной и серьезной работе на рынке. Мероприятия, направленные на защиту окружающей среды, улучшение условий труда, реализацию проектов поддержки здравоохранения, позволяют снизить производственные издержки и увеличить производительность труда.

Повышать производительность труда и формировать новые рынки без здорового населения невозможно. В экономически развитых странах давление на корпорации оказывают и потребители. Условием для выстраивания долгосрочных отношений с поставщиком становится уверенность в его социальной благонадежности.

Россия входит в число стран с наибольшей социальной дифференциацией. Ее нужно преодолевать развитием социального диалога, поддержкой социально ответственного предпринимательства. В последние годы проявляется тенденция к усилению социальной активности российского бизнеса. Для компаний, стремящихся стать транснациональными, приобретение «социального имиджа» становится необходимостью.

В нашей стране не созданы законодательные основы социальной деятельности корпораций, поэтому социальные возможности бизнеса используются неэффективно. Отчасти этот правовой пробел восполняется принятием в крупных компаниях кодекса корпоративного поведения.

В современных экономических условиях одной из эффективных форм взаимодействия основных общественных секторов – государственного, коммерческого и гражданского, становится «социальное партнерство», приобретающее все большее значение как инструмент регулирования социально-трудовых отношений.

Опыт стран с рыночной экономикой свидетельствует, что механизмы социальной ответственности работают эффективно там, сложились необходимые материальные и духовные предпосылки.

Корпоративная социальная политика – это комплекс мероприятий, осуществляемых предприятием, по созданию определенного уровня социальных гарантий, способствующих привлечению и закреплению квалифицированных кадров, повышению производительности их труда и эффективности работы самого предприятия.

Совершенствование системы социальных отношений: оплаты труда, условий и охраны труда, поддержание и развитие социальной сферы, ведет к формированию стабильного высококвалифицированного персонала предприятия, который обеспечивает процветание корпорации.

Один из основополагающих моментов социальной политики предприятия – коллективный договор, отражающий вопросы гарантированной минимальной оплаты труда работников предприятия и условия ее регулярного повышения. В нем предусматривается закрепление высококвалифицированных работников индивидуальными трудовыми соглашениями и контрактами, стимулирование качества продукции, повышение квалификации работников,

увеличение сбыта продукции, экспорта. В современных условиях оплата труда на предприятии связана с решением задач:

- гарантировать оплату каждому работнику в соответствии с результатами его труда;
- обеспечить работодателю достижение в процессе производства результата, позволяющего ему возместить все затраты и получить прибыль.

Через организацию заработной платы обеспечивается необходимый компромисс между интересами работодателя и работника, способствующий развитию отношений социальной ответственности между двумя движущими силами современной экономики. Главные требования к организации заработной платы в корпорации, отвечающие интересам обеих сторон:

- обеспечение необходимого роста заработной платы при снижении затрат на единицу продукции;
- гарантии повышения оплаты труда наемного работника по мере роста эффективности деятельности предприятия.

Соблюдение этих требований при разработке конкретных механизмов оплаты труда побуждает руководителей и специалистов корпораций использовать научно-технические, организационно-экономические и социальные ресурсы повышения эффективности производства.

В условиях глобализации экономики складываются новые отношения между государством, корпорацией и работником. Государством определяются размеры минимальной заработной платы, все вопросы оплаты труда наемных работников решаются непосредственно на предприятиях. Исследования показывают, что уровень оплаты труда работников одинаковых профессий и должностей может отличаться в несколько раз. По нашему мнению, важной формой государственного регулирования должна стать конкретная помощь в финансовом, информационном и методическом плане, в организации способов современного производства, оплаты труда, подготовки квалифицированных кадров.

Среди специалистов, неудовлетворенных или недостаточно удовлетворенных своей работой, из факторов, которые могли улучшить их отношение к работе, на первом месте находится заработок, на втором - социальные гарантии, на третьем - возможность обучения и развития. Отсюда следует логический вывод: большое влияние на привлекательность работы оказывают социальные гарантии.

В современных условиях залогом стабильности является высокий уровень доверия между участниками корпоративных отношений. Доверие возникает на базе взаимной с государством ответственности и готовности всех участников корпоративных отношений действовать в соответствии с общепризнанными нормами³.

Высокий уровень доверия открывает возможности выстраивания разнообразных корпоративных отношений и создания общественного капитала. При отсутствии доверия между участниками корпоративных отношений

³ Романова И.Н., Ткаченко. Социальная ответственность корпораций: опыт территориального исследования // Экономическая наука современной России. М., 2001, №2. – С.23.

снижаются возможности использования личных качеств и они могут действовать только в рамках системы формальных правил и положений.

Правила и нормы поведения устанавливаются государством, лицами высшего руководства корпорации и предназначены для принуждения. Люди, не доверяющие друг другу, должны согласовывать и обеспечивать их выполнение, отстаивать инструктивные правила. Все правовые приемы не могут заменить доверия, что приводит к увеличению транзакционных издержек. Недоверие приводит к неоправданным затратам, которые экономисты сравнивают с введением дополнительного налога⁴. Доверие ведет к повышению социальной ответственности и является элементом создания и развития внутрифирменных отношений. Взаимная ответственность государства и корпорации и взаимное доверие являются, по мнению Г.Б. Клейнера, базовыми подсистемами, обеспечивающими единство и целостность общества⁵.

Социальные действия корпораций направлены на улучшение качества жизни населения, чем уменьшают необходимость государственного участия и снижение затрат бюджетных средств. Кроме того, социальные действия позволяют корпорации повысить имидж и снизить расходы на рекламу. Потребители и поставщики, местное население могут стимулировать продажи продукции корпорации, чем влияют на получение более высоких доходов.

К недостаткам социальной ответственности в экономической науке относят нарушение принципа максимизации прибыли. Сосредоточившись только на экономических интересах, корпорация оставляет решение социальных проблем государству, благотворительным институтам. Средства, направляемые на социальные нужды, увеличивают издержки, приводя к удорожанию продуктов корпораций. Неподготовленность некоторых компаний к решению социальных проблем снижает эффективность используемых ресурсов.

Мы предлагаем затраты корпораций на проведение социальных мероприятий по повышению качества жизни населения учитывать при составлении отчетов об экономической деятельности, предоставлять льготы при налогообложении или компенсировать при осуществлении приоритетных мероприятий по охране труда, здоровья и окружающей среды. Компенсации могут быть выражены в виде бюджетных средств, льготных кредитов, государственных заказов.

В теории корпоративной социальной ответственности выделяются 4 основных элемента: подход с позиции государственного регулирования, рыночный подход, с позиции нормативной “совести” и с позиции заинтересованного лица.

Рыночный подход обеспечивает готовую форму регулирования деятельности корпорации, устраняя вмешательство государства. Только прибыль принимается во внимание в условиях свободной конкуренции.

⁴ Нестеренко А.Н. Социальный капитал и его роль в современной России. // Экономическая наука современной России. М., ЦЭМИ РАН, 2000. – С.82.

⁵ Клейнер Г.Б. Политика социально-экономической стабилизации: условия, содержание, институты. // Пути стабилизации экономики России. М., Информэлектро, 1999.

Недостатки государственного регулирования связаны с большой сложностью управления бизнесом в крупной корпорации, так как регулирование деятельности каждой отрасли имеет свои специфические особенности. Подход к корпоративной социальной ответственности при государственном регулировании необходимо выработать, опираясь на заграничный опыт взаимодействия государства и корпораций, а также внося изменения в отечественное законодательство.

Основным критерием в подходе с позиции корпоративной совести является моральная ответственность, возможность саморегулирования и этически выдержанная корпоративная культура, опирающаяся на человеческие ценности.

Однако корпорации не выполняют свои моральные обязательства в ущерб получению более высокой прибыли. Регулирование и экономическая конкуренция не основываются на моральных обязанностях корпорации и не подменяют закона. В настоящее время эффективность деятельности корпорации зависит от ее социальной ответственности.

Корпорация является составной частью политического устройства. Она выступает в двойном качестве: как одна из важнейших структур, определяющих базовые общественные отношения и как институты, во многом определяющие характер обратных связей государства и общества⁶.

Корпорация оказывает влияние на деловых партнеров, потребителей, поставщиков, на социальную среду, на экологическую обстановку. Следует рассматривать корпорацию как социальный институт, так как на нее возлагаются моральные обязательства и социальная ответственность.

С корпорациями связывают ожидания в удовлетворении потребностей высоких стандартов конкурентоспособной продукции и производственных процессов, честного поведения по отношению к персоналу, субпоставщикам и конкурентам, усилия по сбережению природных ресурсов, а так же открытой информационной политики и готовности к переговорам⁷. Корпорации не могут самоустраниться от выполнения социальных функций как гарантированного минимума заработной платы, защиты предпринимательской деятельности от административных барьеров, повышения уровня занятости населения, оказания помощи в социальном страховании и обеспечении. Мы считаем, что корпорация должна нести ответственность перед обществом, где она функционирует, направляя часть усилий и ресурсов на социальные нужды. Но пока социальная ответственность корпораций рассматривается как добровольный отклик на социальные проблемы.

Корпорация несет ответственность перед всеми участниками и группами интересов. На корпорацию возлагается особая миссия, которую не в состоянии выполнить малые и средние предприятия. Корпорация несет моральные обязательства и социальную ответственность за развитие институционального, технологического и инновационного направления, экологической и социальной сферы. Эти задачи не входят в функцию получения при-

⁶ Перегудов С. Крупная российская корпорация как социально-политический институт. М., 2000. – С.14.

⁷ Хиль В. Акционерный капитал и группы, заинтересованные в успехе предприятий. // Проблемы теории и практики управления. М., 1997, №9.

были. При этом социальная ответственность возрастает в связи с увеличением корпоративного сектора в экономике и зависит от силы и возможностей использования ресурсов.

Бизнес имеет социальные обязательства перед наемными работниками. Конкурентными преимуществами корпораций в условиях глобальной экономики становятся интеллект и профессиональные навыки. Поэтому за рубежом корпорации инвестируют в человеческий капитал, повышая квалификацию работников, их здоровье и воспроизводство квалифицированного персонала. Это требование успешного развития корпорации в глобальной экономике⁸.

Противоречивые интересы работников, инвесторов, общества очень сложно сбалансировать, что и является профессиональной задачей руководства корпорации и служит для более полного удовлетворения потребностей заказчиков, установления соразмерных цен и ассортимента высококачественных конкурентных товаров, технического прогресса. Корпорация через уплату налогов обеспечивает всему обществу возможность выполнить задачи управления, ставит свои задачи и опыт на службу обществу. Но для этого корпорации необходимо средство – получение прибыли в течение длительного времени.

В сформированном обществе, основанном на знаниях, намечаются тенденции перехода от системы материальных ценностей к новым критериям оценки труда. При достаточном изобилии людей общество больше заботят социальные и эстетические проблемы. Поэтому социальная ответственность становится необходимым компонентом делового успеха.

Корпорация ОАО “Газпром” ведет разработку стратегии долгосрочного устойчивого развития. При этом учитываются задачи обеспечения интересов государства и акционеров, а так же оздоровление социально-экономической обстановки у потребителей. Компании во всем мире выполняют международные стандарты ISO 14000, экологически ориентированные методы управления охраной природы. Участие корпораций в этих программах повышают доверие, увеличивает шансы в конкурентной борьбе на международном рынке. Российские предприятия, выпускающие конкурентоспособную продукцию, также включились в этот процесс.

Несоблюдение и игнорирование корпоративной этики отрицательно сказывается на имидже корпорации и стоимости ее активов. Несвоевременные выплаты заработной платы, задержки выплат дивидендов, задержки платежей поставщикам и сокрытие прибыли, неуплата налогов обостряют внешне и внутрикорпоративные отношения.

Как показали исследования, уровень развития социальных программ в корпорациях как высокий охарактеризовали 37%, как средний 47% и как низкий 16% опрошенных респондентов⁹. Приоритеты руководства корпораций относятся к направлению ответственности перед обществом. Проблемы

⁸ Doyie F., White A. Redefining Corporate Responsibility: A Private. Public and Individual Enterpris. // directorship, 1996. July / August. V. 22. Issue 7. – P. 7.

⁹ Романов О.А., Ткаченко И.Н. Социальная ответственность корпораций: опыт территориально исследования.// Экономическая наука современной России. М., 2001, №2. – С.32.

социальной ответственности руководство корпораций решает в первую очередь перед своими работниками: регулярные выплаты заработной платы, корпоративные социальные программы по подготовке кадров.

В любом государстве политическая и экономическая системы, социальная структура и институциональная среда порождают и обуславливают не только типы хозяйствующих субъектов, но и характер их предпринимательской деятельности, экономическое поведение, взаимоотношения с государством и обществом. Бизнес, представляющий собой подсистему сложной системной триады “государство-общество-экономика”, не существует в ней изолированно и не может игнорировать интересы государства и общества, с которыми он взаимодействует. Поэтому бизнес всегда должен соотносить и соразмерять с ним свои собственные интересы, адекватно реагировать на изменения политики, экономической системы и институциональной структуры общества.

В современном обществе с рыночной экономикой типы различных взаимодействий бизнеса весьма многообразны и динамичны.

Нами выделены следующие типы взаимодействий бизнеса:

- с различными социальными группами, общественными организациями, публичные акции, презентации, благотворительные акции;
- с органами государственной власти;
- с бизнес – структурами.

Выделенные типы взаимодействий подразделяются:

- на партнерские отношения и взаимодействия;
- на формально-нейтральные;
- на конфронтационные взаимодействия.

При анализе отношений и взаимодействия бизнеса и общества, бизнеса и государства, основное внимание уделяется проблеме социальной ответственности бизнеса. Взаимодействие бизнеса и общества оказало влияние на процессы развития экономики, общества и институциональной среды. Отсутствие экономических кризисов и устойчивость социально-трудовых отношений являются условиями, необходимыми для эффективного функционирования корпорации, рассчитанного на долгосрочную перспективу. Развитие и улучшение социальной структуры и институциональной среды соответствуют долгосрочным интересам бизнеса. Приверженность и следование принципам социальной ответственности на практике повышают жизнеспособность и эффективность предпринимательской системы. Практическая реализация социально ответственной политики способствует повышению доверия к корпорациям со стороны государства. В долгосрочном плане социальная ответственность корпорации способна повысить не только доверие потребителей к продукции, но и ее финансовую привлекательность, курс акций. При умелом ведении бизнеса решение социальных проблем может стать источником прибыли.

Социальная ответственность подразумевает добровольный отклик, желание и конструктивное воздействие субъекта социальных и экономических отношений (государственного органа, хозяйствующего субъекта или

физического лица), направленные на решение социальных проблем. Такие добровольное желание и конструктивное воздействие имеют место и проявляются в отношениях, взаимодействиях и поведении, которые не регламентируются правилами, нормами и требованиями, определяемыми действующим законодательством и регулирующими органами, в дополнение к установленным законом правилам, нормам и требованиям.

Реализация социальной политики – важнейшая составляющая социальной ответственности, эффективность которой на любом уровне – государственном или корпоративном зависит от финансовых возможностей. Социальная политика является неотъемлемым элементом в системе мер, направленных на стимулирование экономического роста.

Нынешняя ситуация в нашей стране требует от крупных предприятий новых подходов к организации социальной защиты своих работников. Смысл любых экономических преобразований в конечном итоге замыкается на социальном блоке и механизме его реализации. Без преобразований в социальной сфере нельзя рассчитывать на доверие наемных работников к реформированию экономики и на успех реформ. Эффективная система социальной защиты способствует привлечению в корпорацию квалифицированных специалистов, снижает текучесть кадров, укрепляет корпоративный дух и является основой успешной деятельности.

По нашему мнению, внимание должно быть уделено формированию нового формата Коллективного договора, основные направления которого в полном объеме должны подкрепляться финансовыми средствами, предусмотренными в бизнес-плане по реализации социальной программы. Коллективный договор – основной документ, по которому живет коллектив предприятия, поэтому администрация, общественные организации и трудовой коллектив должны относиться к нему как к внутреннему закону предприятия.

Рыночная трансформация российской экономики лишила ее неоспоримого преимущества, которым она обладала в предшествующий период – возможности сосредотачивать колоссальные материальные, трудовые и финансовые ресурсы. Ограниченные возможности самофинансирования корпораций делают привлечение ресурсов финансового сектора к инвестированию социальной сферы одной из важных задач социальной политики.

Сегодня основным направлением, способным обеспечить конструктивные взаимоотношения социальной ответственности государства и корпорации являются институциональные и организационные преобразования.

В процессе функционирования корпорации в ее корпоративную среду вовлекаются различные субъекты общества и категории людей, поэтому руководство корпораций в процессе принятия решений должно учитывать интересы экономических составляющих общества. Во всех принципиальных решениях корпорации должен быть достигнут баланс интересов участников корпоративных отношений, что повысит их важность и значимость. В этих целях крупные корпорации разрабатывают и утверждают следующий перечень документов, регламентирующих правила взаимоотношений и устанавливающих структуру в рамках корпоративной среды:

- кодекс поведения;
- рекомендации по оплате труда и вознаграждению служащих, обеспечению равных прав для служащих, невмешательству их в частную жизнь, свободу самовыражения;
- нормы и правила, касающиеся охраны окружающей среды, обеспечения здоровья и безопасности на рабочем месте;
- нормы и правила, предписывающие постоянную заботу о повышении качества производимых товаров и услуг, проведение приемлемой политики ценообразования, а также соблюдение этических аспектов рекламной деятельности;
- нормы и правила, определяющие приоритеты благотворительной деятельности корпорации;
- программы информирования, подготовки и обучения менеджеров проблемам корпоративных отношений.

Суть отношений корпорации и ее сотрудников переходит от обычных требований справедливой оплаты труда к другим аспектам взаимоотношений работодателя с работником: равенству возможностей, защите жизни и здоровья на рабочем месте, финансовой безопасности, обеспечению соответствующего уровня жизни.

Деятельность корпораций оказывается объектом пристального внимания различных организаций и групп заинтересованных лиц, включая академические круги, властные структуры и средства массовой информации — от корпораций ждут участия в решении проблем национального и международного масштабов. В настоящее время государство не может в полном объеме обеспечить финансирование социальной сферы, поэтому решение социальных проблем пенсионного, медицинского и социального страхования, переподготовки и повышения квалификации кадров решается в корпорациях. Корпорации призваны продемонстрировать новый уровень взаимоотношений с государством в социальной ответственности и в жизни общества.

Новое состояние управления персоналом внутри корпорации и межкорпоративные взаимоотношения лучше всего определить как согласованную, скоординированную, упорядоченную конкуренцию, которая превращается в социальное партнерство.

На основании вышеизложенного предлагаем определение социальной ответственности корпораций: целенаправленное включение предприятий в деятельность решение социальных проблем, выстраивание отношений с внутренними и внешними сторонами с целью более полного соответствия законодательным нормам и инвестированию в человеческий капитал.

Мы предлагаем более конкретные формы проявления новой корпоративной социальной ответственности:

- принятие и обнародование кодексов предприятий – этических, социальных, поведения;
- обнародование новых стандартов учета и отчетности, отношений с аудиторами;

- составление регулярных социальных отчетов, подлежащих контролю со стороны неправительственных организаций или специально созданных аудиторских фирм;
- социальная и экологическая маркировка товаров;
- движение социально ответственного инвестирования, имеющее растущую сеть институтов.