

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕРЕНИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А.Н. Асаул,

Директор Института проблем экономического образования, академик Международной Академии менеджмента, Международной академии инвестиций и экономики строительства, РАЕН, заслуженный строитель РФ, заслуженный деятель науки РФ, почетный строитель России, д.э.н., профессор

«Жить в обществе и быть свободным от общества нельзя»

В.И. Ленин

В настоящее время тема корпоративной социальной ответственности (КСО), становится все более востребованной в деловом сообществе. О социальной ответственности говорят с высоких трибун, вопросам КСО посвящаются престижные международные форумы, о своей приверженности идеи, относительно социальной ответственности заявляет множество компаний. Но что подразумевается этим понятием?

1). У бизнеса существует четыре типа ответственности (рис.1): экономическая; правовая; этическая; социальная (филантропическая)



Рис. 1 Пирамида корпоративной социальной ответственности
(Пирамида Кэролла)

Экономическая. Экономическая ответственность бизнеса перед обществом заключается в предоставлении востребованных продуктов и услуг. При выполнении этой функции бизнес получает вознаграждение, или прибыль. Именно эта базовая форма ответственности и является ключевой для всех действий коммерческой организации.

Правовая. Бизнес также несет правовую ответственность перед обществом, которая регулируется государством. На этом заканчивается ответственность, необходимая бизнесу для существования.

Этическая. В том случае, когда у стейкхолдеров бизнеса существуют определенные ожидания от методов работы бизнеса, компания несет этическую ответственность перед своими работниками, акционерами и другими членами общества. Зачем бизнесу быть этичным? Как и в предыдущих случаях, главной целью является увеличение капитала. При развитом гражданском обществе, где КСО имеет большое значение, неэтичное поведение со стороны бизнеса может привести к потере акционеров и клиентов. Если же бизнес ведет открытую и этически правильную деятельность, то это повышает шансы компании привлечь новых инвесторов.

Социальная (филантропическая). Такого рода ответственность зависит исключительно от моральных устоев менеджмента компании. В отличие от предыдущих типов, филантропическая ответственность не связана с ожиданиями общества и государства.

Одним из первых проявлений социальной ответственности можно с уверенностью считать благотворительность, история которой уходит своими корнями в глубокое прошлое. Изначально это явление носило частный характер, поскольку решения об оказании благотворительной помощи принимались в основном собственниками организаций. Однако в настоящее время все большее распространение получает корпоративная благотворительность, которая осуществляется от лица компании.

«Богат не тот, кто много приобрел, а тот, кто много раздал»

Иоанн Златоуст

Круг вопросов, которые относились к сфере социальной ответственности бизнеса, стал постепенно расширяться, это было связано с тем, что увеличивались масштабы промышленной деятельности. Так, индустриальный бум конца XIX века, приведший к усилению конкуренции и росту рабочего движения, стал причиной, побудившей целый ряд компаний пойти на

смягченные условия труда наемных работников и предоставление дополнительных гарантий своим деловым партнерам. Это стало предтечей развития таких современных направлений социальной ответственности, как ответственные трудовые и деловые практики.

Тем не менее, только начиная с середины прошлого века о социальной ответственности стали говорить как о масштабном общественном явлении. Именно тогда корпоративная социальная ответственность начинает активно использоваться в практике компаний стран с развитой рыночной экономикой, а позднее и в странах с быстроразвивающейся экономикой, включая Россию [4]. В начале 2000 г. в научной школе «Методологические проблемы эффективности региональных инвестиционно-строительных комплексов как самоорганизующейся и саморегулируемой системы» при Санкт-Петербургском государственном архитектурно-строительном университете (руководитель заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор А.Н. Асаул) усиленно изучается феномен корпоративной социальной ответственности и посвящено этой теме немалое количество исследований (см., например, 8, 10, 11, 12, 13).

Социальная ответственность бизнеса – вторая по значению проблема после кадров (социологический опрос 750 высших руководителей европейских компаний, Financial Times).

Во многих учебниках говорится, что ключевым звеном предпринимательской деятельности является максимизация прибыли, но это не совсем так. На заседании круглого стола «Российское предпринимательство: связь времен» (2004 г.), которое проводил академик Л.И. Абалкин, было отмечено, что прибыль – это мерило успеха, т.к. только его размер показывает, насколько успешен предприниматель. Но целевые устремления предпринимателя связаны с обеспечением долгосрочной устойчивости экономической деятельности и с максимизацией ее возможностей, возможностей предпринимателя удовлетворять комплекс его социально экономических потребностей [1 с.77].

Компании, которые сформулировали лишь финансовые цели, не достигают в стратегической перспективе тех финансовых результатов, которые достигают компании с более широким диапазоном ценностных установок.

Причинами, которые повлияли на интенсивное развитие корпоративной социальной ответственности в 60-70-е годы XX века в экономически развитых странах стали: активизация движения общественных групп, критикующие решения и действия бизнеса, отказ потребителей от приобретения товаров и пользования услугами безответственных компаний, а также рост

профсоюзного движения. В одно время с этим в странах с развитой рыночной экономикой ужесточалось трудовое и экологическое законодательство, появлялись общественные инициативы, которые были направлены на развитие корпоративной социальной ответственности.

В первой половине XXI века большинство крупных западных компаний сформировали собственные политики КСО, а изучение концепции корпоративной социальной ответственности стало изучаться в ведущих экономических вузах, как учебный курс по корпоративному менеджменту.

На усиление роли КСО финансовый сектор отреагировал появлением практики ответственного финансирования. В процессе принятия решений о выделении финансирования отличительной особенностью становится учет не только экономической рентабельности, но также экологических и социальных факторов. Для оценки результативности компаний в области КСО и устойчивого развития были разработаны фондовые индексы, такие как Dow Jones Sustainability Index (DJSI) и FTSE4GOOD [2].

Основные причины, побуждающие компанию уделять особое внимание вопросам социальной ответственности:

- глобализация и связанное с ней обострение конкуренции;
- растущие размеры и влияние компаний;
- усиление механизмов государственного регулирования;
- «война за талант» – конкуренция компаний за персонал;
- рост гражданской активности;
- возрастающая роль нематериальных активов (репутации и брендов).

В России развитие корпоративной социальной ответственности началось после 2000 года. За это время количество российских компаний, внедряющих в свою деятельность принципы социальной ответственности стало постоянно расти, что можно объяснить активным продвижением российского бизнеса на международные рынки и стремлением большинства организаций сделать свой бизнес более цивилизованным, стабилизировать репутацию в глазах заинтересованных сторон, снизить уровень нефинансовых рисков [5].

На современном этапе необходимость повышения социальной ответственности бизнеса отмечается на самом высоком государственном уровне. При этом особо важная роль в этом процессе отводится госкорпорациям и компаниям с государственным участием. Так, в июне 2010 г. Президент Российской Федерации Д.А. Медведев поручил Правительству Российской Федерации разработать предложения «о порядке применения добровольных механизмов экологической ответственности в компаниях с государственным участием, а также об обязательной регулярной публикации государственными корпорациями, доля участия

государства в которых составляет 100%, нефинансовых отчетов об устойчивости развития, подлежащих независимой проверке или заверению»¹.

Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России в 2004 году был подготовлен доклад «О социальных инвестициях в России. Роль бизнеса в общественном развитии», который дает расширенное определение понятию корпоративной социальной ответственности применительно к России:

корпоративная социальная ответственность определяется как философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом отдельными корпорациями и организациями своей деятельности по следующим направлениям:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества» [6].

Наиболее точным и полным определением, по мнению многих экспертов является определение сформулированное в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» в 2010 г.

«социальная ответственность» – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации» [3].

¹ Поручение Президента Российской Федерации от 6 июня 2010 г. № ПР – 1640, данное по итогам заседания президиума Государственного совета РФ 27 мая 2010г.

Много *определений социальной ответственности* было предложено в разные периоды, но основной целью корпоративной социальной ответственности является достижение устойчивого развития общества, под которыми понимается удовлетворение потребностей нынешнего поколения, без создания угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений. **КСО** должна учитывать интересы и способствовать повышению качества жизни основных заинтересованных сторон компаний. Компаниям необходимо развивать постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами с целью учета их мнений и ожиданий в процессе принятия и реализации решений (табл.1).

Таблица 1

Взаимоотношение с заинтересованными сторонами

Заинтересованные лица	Отношения бизнеса
Акционеры	Правильное ведение финансовой отчетности, предоставление акционерам требуемой информации о финансовых результатах деятельности фирмы, а также управление компанией с учетом защиты прав и инвестиций акционеров
Работники	Бизнес обращается со своими работниками справедливо, способствует формированию здоровых отношений в коллективе, а также уважает достоинство работников, удовлетворяют их основные потребности, прилагает максимум усилий к росту квалификации работников.
Потребители	Бизнес поддерживает высокое качество выпускаемой продукции, назначает умеренные цены, выполняет гарантийные обязательства, обеспечивает своевременную доставку товаров.

Социальную ответственность бизнеса можно рассматривать как систему, состоящую из трех сфер. Развитие системы направлено непосредственно на улучшение качества жизни населения.

В экономическую сферу социальной ответственности бизнеса включается удовлетворение нужд основных групп заинтересованных лиц, то есть групп, на которые компания имеет влияние (первичная группа) и от которых она непосредственно зависит

(вторичная группа). Взаимозависимая система формируется стейкхолдерами, в так называемую «паутину», она имеет способность поддерживать бизнес в трудную минуту, но также может лишить компанию возможности действовать, т.е. иногда интересы этих субъектов входят в противоречие. Если говорить про современный мир, то с уверенностью можно сказать, что коммерческая успешность компании напрямую зависит от интересов общества.

Экологическая сфера социальной ответственности имеет непосредственное отношение к окружающей среде. Если компании используют технологии, которые негативно воздействуют на окружающую среду, тогда они обязательно должны выполнять требования касающиеся охраны окружающей среды, а также учитывать природоохранные нормативы, государственные стандарты и иные документы. Большинство компаний должны разрабатывать такие методы производства, которые будут исключать загрязнения окружающей среды.

Социальная сфера социально ответственного бизнеса включает в себя решение проблем, связанных с общественным благосостоянием в целом.

Механизмы управления КСО:

Организационные механизмы:

- разработка и внедрение стратегии КСО, определяющей позицию компании в отношении вопросов устойчивого развития и ее приоритеты в области КСО
- разработка и внедрение положений и политик, регламентирующих деятельность по отдельным направлениям КСО (положения о взаимодействии с заинтересованными сторонами и нефинансовой отчетности, этический кодекс, экологическая политика и т.д.)
- закрепление за одним из представителей высшего менеджмента компании функций по руководству и ответственности за направление КСО
- формирование в компании специального подразделения (отдела, департамента и т.д.), занимающегося вопросами КСО
- включение в должностные обязанности сотрудников иных подразделений положений, связанных с деятельностью в области КСО
- создание рабочих групп в составе представителей различных подразделений компании по отдельным приоритетным направлениям КСО и т.д.

Ценностнообразующие механизмы:

- интеграция принципов КСО в корпоративную культуру, в том числе на уровне неформальных ценностей, разделяемых руководством и большей частью сотрудников;
- демонстрация руководством компании приверженности идеи КСО, в том числе повышение открытости, подотчетности за результаты своих действий и решений, готовность к диалогу с сотрудниками;

- создание системы стимулов и поощрений для сотрудников всех уровней, которые активно продвигают и применяют принципы КСО в своей работе, достигают планируемых результатов и т.д. [2].

Модель социальной ответственности бизнеса реализуется за счет следующих принципов:

институциональный принцип, основан на ожидании общества, т.е. на удовлетворении общественных интересов, путем правового обеспечения экономической реальности;

воспроизводственный принцип, основан на организации деловым сообществом своей деятельности, максимизации прибыли и несение дальнейшей ответственности за удовлетворение не только собственных, но и общественных потребностей;

управленческий принцип, основан на эффективности исполнении своих обязанностей менеджерами, которые выступают не только как «агентами собственника», но и как «свободными агентами» [8], и должны отвечать за выбор, который в конечном итоге должен привести к увеличению прибыли и обеспечению социальной ответственности бизнеса.

При условии взаимодействия всех представленных принципов для организации возможно извлечение собственной выгоды, которая зависит от его конкретных целей (краткосрочных и долгосрочных) и реализации основных направлений социальной деятельности.

Принципы КСО должны внедряться в деятельность компаний на системной основе и быть интегрированными во все бизнес-процессы. Если компания при принятии решений учитывает не только экономические, но и социальные и экологические факторы, то она сможет управлять влиянием своей деятельности на общество и окружающую среду и быть подотчетным за него. При этом компаниям важно понимать, что КСО не является необязательным дополнением к их основной деятельности и не ограничивается филантропией.

Следование принципам социальной ответственности способствует более эффективному достижению компаниями их стратегических целей, так как позволяет: а) осуществлять долгосрочные инвестиции в создание благоприятного социального окружения; б) реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости.

Определяя приоритетные направления социальной ответственности, организация должна посмотреть на свою деятельность, не выходя за рамки своей экономической деятельности, со стороны корпоративной социальной ответственности подумать, как она может сделать это с большей отдачей для общества и окружающей среды.

Анализ практики ведущих отечественных компаний показывает, что развитие КСО в российском деловом сообществе проходит в русле общемировой тенденции интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, перехода к идеологии социальных инвестиций, отвечающих долгосрочным интересам как общества, так и бизнеса. Но:

- распространение «лучших практик» и выработка общих подходов к развитию корпоративных социальных инвестиций сдерживаются отсутствием единого понимания сущности КСО и системного характера корпоративной социальной деятельности как инновационной;

- широко провозглашаемое интегрирование принципов КСО в корпоративную стратегию периодически подкрепляется системными усилиями по внедрению КСО в систему корпоративного управления и развитию соответствующего организационного обеспечения.[9];

- социальные инвестиции, осуществляемые компаниями не носят характера систематической, сбалансированной деятельности, направленной на достижение устойчивых конкурентных преимуществ.

Наиболее ощутимый эффект внедрение корпоративной социальной ответственности проявляется в увеличении нематериальных активов, усилении репутации и бренда. Косвенным доказательством положительного вклада корпоративной социальной ответственности на эффективность бизнеса является также тот факт, что множество крупнейших мировых корпораций одновременно занимают лидирующие позиции в области корпоративной социальной ответственности. Не беря во внимание то, что проследить прямую зависимость между корпоративной социальной ответственностью и финансовыми показателями достаточно сложно, такие попытки имеют место быть.

Наиболее существенные аспекты положительного влияния корпоративной социальной ответственности на увеличение эффективности бизнеса:

- *репутационный эффект.* Ожидаемым результатом деятельности организаций в области корпоративной социальной ответственности является улучшение корпоративного имиджа. Это помогает увеличению нематериальных активов социально ответственных организаций, повышает ценность их имени и формирует кредит доверия, что в конечном счете оказывает положительное влияние на уровень продаж, качество взаимодействия с деловыми партнерами и представителями других заинтересованных сторон [2].

- *выстраивание отношений с заинтересованными сторонами.* Построение диалога с заинтересованными сторонами помогает компаниям прояснить для себя, в чем конкретно, по мнению заинтересованных сторон, должна выражаться их социальная ответственность, и по возможности интегрировать эти ожидания в свою деятельность. В итоге организация сформировывает вокруг себя позитивную среду, которая способствует эффективности ее бизнеса за счет того, что широкий заинтересованный круг лиц понимает и поддерживает это.

- *внедрение инноваций.* Знание потребностей заинтересованных сторон помогает бизнесу предоставлять востребованные обществом продукты и услуги, а также осваивать новые рынки. Таким образом, бизнес становится провайдером позитивных изменений и инноваций в

рамках своей основной деятельности, в том числе через поддержку научных исследований, разработку социально значимых продуктов и услуг и освоение пустующих рынков, и одновременно увеличивает свою конкурентоспособность и эффективность.

- *повышение лояльности персонала.* Создание привлекательных условий труда, возможностей для профессионального и карьерного роста и формирование корпоративной культуры, основанной на общегуманитарных ценностях, все это способствует привлечение в компанию перспективных квалифицированных специалистов, а также повышает лояльность и мотивированность персонала. Последние западные исследования говорят о том, что при других равных условиях соискатели с большим процентом вероятности отдадут свое предпочтение трудоустройству в социально ответственные компании.

- *обеспечение экономии.* Использование технологий с более высокой производительностью и ресурсоэффективностью создает дополнительные возможности экономии энергии, воды и других ресурсов, в том числе уменьшения объемов отходов производства. Кроме того, существует позитивная зависимость между внедрением принципов КСО и ростом производительности труда.

- *привлечение инвестиций и выход на мировые рынки.* При определении инвестиционной привлекательности компаний на зарубежных фондовых рынках группой инвесторов учитывается их эффективность относительно корпоративной социальной ответственности. Дополнительным стимулом для увеличения социальной ответственности бизнеса также является постоянный рост числа финансовых институтов, придерживающихся принципов ответственного финансирования.

- *увеличение управленческой эффективности и минимизация нефинансовых рисков.* Интеграция экологических и социальных аспектов в процесс принятия управленческих решений позволяет компании расширять горизонты своего планирования и учитывать более разносторонний спектр рисков и возможностей, что создает предпосылки для устойчивого долгосрочного развития бизнеса.

Приобретенные направления и механизмы реализации социальной ответственности представлена в таблице 2.

**Приоритетные направления и механизмы реализации
социальной ответственности**

Направления	Социально ответственные практики
<p>Ответственные практики в отношении персонала</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Применение прозрачных процедур приема на работу, Повышение в должности и оплаты труда, а также прекращения трудовых отношений • Охрана труда и обеспечение безопасности на рабочем месте • Программы обучения и повышение квалификации персонала • Дополнительные социальные льготы и гарантии (медицинские, пенсионные и жилищные программы, санаторно-курортное лечение и т.д.) • Соблюдение прав сотрудников на свободу объединений и ведения коллективных переговоров • Отсутствие дискриминации и создание равных возможностей для всех сотрудников вне зависимости от расы, пола, религии, национального или социального происхождения, политических предпочтений, возраста и т.д. • Формирование корпоративной культуры и создание нематериальных стимулов для сотрудников • Соблюдение баланса между рабочими обязанностями и личной жизнью сотрудников

За последние десятилетия предпринимательство проделало огромный путь по осознанию своей ответственности в разных сферах, таких как сохранение окружающей среды, решение социально-экономических проблем, увеличение качества жизни местных сообществ, соблюдение прав человека, противодействие коррупции и за ряд других вопросов, которые являются важными для общества. В результате *корпоративная социальная ответственность* постепенно становится *новой философией бизнеса*, основываясь на которую компании своей главной целью выделяют не только получение прибыли, но также и достижение общественного блага и поддержание экологической стабильности.

Заключение:

В перспективе стратегическим приоритетом отечественных компаний станет идеология устойчивого роста как наиболее комплексного и систематизированного движения мирового бизнес-сообщества, о чем было заявлено лидерами 135 стран в связи с 10-летием Глобального договора ООН (июнь 2010 г.). Не случайно 81% топ-менеджеров ведущих мировых корпораций (по сравнению с 50% в 2007 г.) заявили, что вопросы устойчивого развития стали частью стратегий и действий компаний, многие перешли к реализации таких стратегий. Заметим, что экономико-финансовые мотивы вовлечения в деятельность по обеспечению устойчивого развития отошли на второй план (хотя и упоминаются уменьшение затрат и роста прибыли – 44%); на первое место вышли критерии популярности бренда, доверие и репутация компаний¹.

И в России требованием времени стали перенос центра тяжести в практике КСО с сугубо социальных и благотворительных программ на более широкое понимание взаимодействия бизнеса и общества – в русле обеспечения устойчивого развития. На наш взгляд, количество компаний, которые в состоянии перейти на международные принципы Глобального договора ООН, пока еще слишком незначительно. Численность компаний, придерживающихся принципов Социальной хартии российского бизнеса, слишком мала для масштабов России. Сегодня российский бизнес находится в начале пути. Для создания соответствующих предпосылок формирования нового взгляда на роль бизнес-сообщества в устойчивом развитии страны потребуется время.

Список литературы:

1. Асаул, А.Н. «О сущности предпринимательства»: выступление на круглом столе ВЭО России «Российское предпринимательство: связь времен» под руководством Л.И. Абалкина // Экономическое возрождение России. – 2004. - № 1. – С.76-78
2. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие. Москва, 2011. – 56 с.
3. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».
4. Асаул, А.Н. Особенности трансформации экономики при переходе к постиндустриальному строю // Вестник гражданских инженеров. – 2008. - № 1. – С.71-74

¹ Асаул, А.Н. Особенности трансформации экономики при переходе к постиндустриальному строю // Вестник гражданских инженеров. – 2008. - № 1. – С.71-74

5. Асаул, А.Н. Выступление на круглом столе по теме: «Социальная ответственность российского предпринимательства» // научные труды Вольного экономического общества России. – 2005. – т.55. – С.349-351
6. Доклад о социальных инвестициях в России. Ассоциация менеджеров, 2004.
7. Асаул, А.Н. Социальная ответственность российского предпринимательства / А.Н. Асаул // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2005. – т.15.- С.305-321
8. Новичков А.В., Сарафанников А.А. Тенденции в области социальной ответственности корпораций // Материалы Международной научно-практической конференции «Экономика, государство и общество в XXI веке». – М.: РГТЭУ, 2011. – 12 с.
9. Доклад о социальных инвестициях в России/ под общ. ред. Ю. Е. Благова, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. – М.: Ассоциация менеджеров, 2008. – 92 с.
10. Асаул, А.Н. Взаимодействие бизнеса с государством в решении проблем социально-экономического развития / А.Н. Асаул // Marketing spoleczhy oraz perspeytywy jego rozwoju na swiecie: monografia pod red. Arnolda Pabiana / Wydawnictwo Wydzitu Zorzadzania Politechniki Czestochowskiej. – Czestochova, 2009. – С.40-49
11. Асаул, А.Н. Социальный заказ как механизм взаимодействия государства и бизнеса / А.Н. Асаул // По пути к возрождению: теория и практика управления в условиях перехода России на инновационный путь развития: науч.тр. российской науч.-практ.конф. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – С.81-89
12. Асаул, А.Н. Социально ориентированные взаимоотношения бизнеса и власти / А.Н. Асаул // Корпоративное управление: проблемы и практика: сб.науч.тр. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 168 с.
13. Асаул, А.Н. Взаимодействие государства и бизнеса в решении социальных проблем // Экономическое возрождение России. – 2010. - № 2. – С.4-7