

23.00.00 Политические науки

23.00.02 Политические институты, процессы и технологии

СТЕЙКХОЛДЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Николаева Елена Анатольевна, кандидат психологических наук,
соискатель Института социологии РАН (г.Москва)

Реферат. На рубеже XX-XXI веков общепризнанной целью для всего мирового сообщества, отдельных стран, регионов, городов, предприятий и корпораций стало движение к «устойчивому развитию», под которым понимается сохранение окружающей среды и экономия природных ресурсов в единстве с социальным и экономическим благополучием в интересах настоящего и будущих поколений. На уровне компаний понятие устойчивого развития фактически совпадает с реализацией концепции социальной ответственности. Понятие «социальная ответственность» российским законодательством, в отличие от других видов ответственности, к сожалению пока не регулируется. Например, под юридической ответственностью понимается государственное принуждение к исполнению требований права, в силу чего она выражается в санкциях правовых норм. Гражданская или гражданско-правовая ответственность является одним из видов юридической ответственности. Она заключается в применении к правонарушителю установленных законом или договором мер воздействия, влекущих для него экономически невыгодные последствия имущественного характера: возмещение убытков, уплату неустойки: штрафы, пени и возмещение вреда. В отличие от них, социальная ответственность не предполагает жестких норм. Это добровольная обязанность бизнесменов проводить деловую политику в соответствии с потребностями общества и готовность субъектов бизнеса разделить с государством всю полноту ответственности за социально-экономическое состояние России.

Abstract. At the turn of XX-XXI centuries avowed aim for the entire international community, separate countries, regions, cities, enterprises and corporations, was the movement of the "sustainable development", which is understood as the preservation of the environment and save natural resources in the unity of the social and economic well-being in the interests of the present and future generations. At company level the concept of sustainable development in fact coincides with the concept of social responsibility. The concept of "social responsibility" of the Russian legislative, unlike other types of liability, unfortunately is not yet regulated. For example, the legal responsibility means of a state compulsion to execution of the requirements of the law, in virtue of which it is expressed in the sanctions of legal regulations. The civil or of the civil-legal responsibility is one of types of legal liability. It is to apply to the offender established by the law or the contract of impact measures that entail for him economically disadvantageous consequences of a material nature: the compensation of losses, payment of penalties: fines, penalties and damages. In contrast, social responsibility does not imply rigid standards. This is a voluntary obligation businessmen to conduct business policy in accordance with the needs of the society and the willingness of the subjects of the business share with the government the responsibility for the socio-economic state of Russia.

Ключевые слова: стейкхолдеры, бизнес, ответственность, социальная ответственность, устойчивое развитие, корпорация, корпоративная социальная ответственность, благотворительность.

Key words: stakeholders, business, responsibility, social responsibility, sustainable development, corporation, corporate social responsibility, and charity.

Часто под «социальной ответственностью бизнеса» понимается благотворительность.⁹⁰ Под благотворительностью понимают оказание материальной помощи нуждающимся. Она может быть направлена также на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности, например, на защиту окружающей среды, охрану памятников культуры. Единых критериев оценки социальной ответственности субъектов бизнеса в России пока нет, они могут быть различными в зависимости от ряда факторов: размера компании, вида осуществляемой деятельности, географических сегментов.⁹¹ Исторически идея концепции социальной ответственности бизнеса выросла из профсоюзного движения, активно развернувшегося в Европе и США еще в XIX веке.⁹² Одним из основоположников данной идеологии был английский промышленник Р. Оуэн, разработавший план по улучшению условий жизни рабочих.⁹³ Предложенные им идеи и проекты переориентации работодателей на социальную ответственность перед трудящимися сыграли положительную роль, как в осознании рабочими своих прав, так и в осознании необходимости государственного и международного регулирования социально-трудовых отношений.⁹⁴ Были выдвинуты три довода в пользу принятия международных трудовых норм. Первый довод гуманитарный - облегчить тяжёлую долю трудящихся масс. Второй политический - укрепление социального мира в промышленно развитых странах с целью предотвратить общественные потрясения. Третий экономический - международное регулирование труда поможет странам с защищающим трудящихся законодательством избежать потерь, которые влечёт подобная социальная политика для их внешней торговли. Такое регулирование позволило бы уравнивать международную конкурентоспособность всех государств. Эти аргументы были приведены в Преамбуле принятого в 1919 года Устава Международной Организации Труда, где было сказано, что всеобщий и прочный мир может быть установлен только на основе социальной справедливости, и, позднее, были уточнены в Филадельфийской декларации 1944 году.⁹⁵

В мировой практике благотворительность составляет малую долю (около 3%) социально-ответственного поведения компаний. Во всем мире бизнес берется за решение злободневных социальных проблем и действительно решает их, укрепляя доверие населения и своих клиентов. Российские компании все больше склоняются к «расширенному толкованию» понятия корпоративной социальной ответственности: они активно занимаются реструктуризацией своих предприятий, поддержкой малого бизнеса, сферы образования, реализуют переселенческие программы для своих работников, вышедших на пенсию. Две трети опрошенных нами предпринимателей заявили, что социальная активность связана с бизнес-целями их компаний.

Так что устойчивое развитие и социальная ответственность - это две стороны одной медали. Специалисты рассматривают ее через призму влияния на повышение устойчивости компании в широком смысле, т.е. во всей окружающей бизнес-среде.⁹⁶ Корпоративная устойчивость основывается не только на поступательном и эффективном производственном процессе, приносящем необходимую прибыль и обеспечивающем расширенное воспроизводство. Для ее упрочения необходимо соединение в единую самоорганизующуюся систему экономической, экологической и социальной сфер деятельности компании. Так возникла концепция корпоративной социальной

⁹⁰ Социально ответственные инвестиции. Влияние моды или результат эволюции капитализма? // М., Магазин инвестиционных фондов, 2009.

⁹¹ Социальный менеджмент: / Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

⁹² Туркин С., Симпсон С. Социальное измерение в бизнесе: бизнес, общество, власть. - М., 2001.

⁹³ Corporate Contributions: The View From 50 Years Research Report 1249-99-RR The Conference Board, Inc 1999.

⁹⁴ Крамник В.В. Социально-психологический механизм политической власти. Л., АФЭИ, 1991.

⁹⁵ Corporate Contributions: The View From 50 Years Research Report 1249-99-RR The Conference Board, Inc 1999.

⁹⁶ Шохин А.Н. Теория и практика взаимодействия бизнеса и власти. // ГУ-ВШЭ, М., 2004. - 25 с.

ответственности (КСО). Концепция КСО / устойчивого развития обеспечивает компании эффективный результат, как минимум, в форме:

- роста имиджа и деловой репутации;
- репутации;
- развития прозрачности компании для общественности;
- повышения инвестиционной привлекательности;
- укрепление сплоченности трудового коллектива;
- социальный вклад в устойчивое развитие региона присутствия и страны в целом;
- роста капитализации компании.

Принципиальным является то, что на протяжении последних 10-15 лет корпоративное управление окончательно трансформировалось в управление компанией как открытой системой, постоянно подверженной внешнему воздействию окружающей деловой среды.⁹⁷ Совет директоров и менеджмент вынуждены находить адекватные ответы и постоянно учитывать интересы всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров), особенно в социально-политической, экологической и научно-технической областях.

В настоящее время корпоративной социальной ответственностью (*corporate social responsibility, CSR*) называется добровольное решение организаций участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды.⁹⁸ Это понятие сформировалось из сути самой организации и роли бизнеса, как их видят в среде научного сообщества. Организация, с одной стороны, рассматривается как экономическая целостность, а роль бизнеса состоит в использовании энергии и ресурсов в деятельности, направленной на увеличение прибыли при условии соблюдения установленных правил игры и участия в открытой конкурентной борьбе. С другой стороны, организация является сложной частью окружения, включающего множество составляющих, от которых зависит само существование организации. К таким составляющим относятся потребители, поставщики, средства массовой информации, группы общественного давления, союзы или объединения, местные общины, а также персонал и акционеры. Организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют, помимо обеспечения эффективности, занятости, прибыли и соблюдения закона и должны направлять часть своих ресурсов и усилий на социальное развитие общества. Поэтому организации приходится уравнивать чисто экономические цели с социальными интересами и ответственно действовать в таких многочисленных сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя.

В настоящее время существуют различные определения социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды (Европейский Союз, европейские страны, Япония).⁹⁹

Корпоративная социальная ответственность означает такое ведение бизнеса, которое соответствует этическим, законодательным нормам и общественным ожиданиям, или даже превосходит их (США).¹⁰⁰

⁹⁷ Корпоративное управление в российской промышленности. // Центр Карнеги. Минск, 2003.; Зудин А.Ю. Россия: бизнес и политика. // Наука, №3, 1996. - С. 19-31.

⁹⁸ Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие. М., Прогресс-Традиция, 2000.

⁹⁹ Йенсен Р. Общество мечты: Перевод с англ. - Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002.; Шварц Ф. Политика консультаций в Японии. // МЭиМО, № 3, 1995. С. 123-132.; Макмиллан Ч. Японская промышленная система. - М., Прогресс, 1988.-399 с.; Лебедева И.П. Структурные изменения в японской промышленности. - М., Наука, 1988. - 181 с.

¹⁰⁰ Государство и управление в США. // Под редакцией Л.И. Евенко. - М., Мысль, 1985.- 303 с.; Писарев В.Д. США и стратегия устойчивого развития. // США: Экономика. Политика. Идеология, М., №3, 1998. - С.52.

Социально ответственный бизнес берёт на себя обязательства вести деятельность в соответствии с этическими нормами и вносить вклад в экономическое развитие за счёт улучшения качества жизни как собственных сотрудников и их семей, так и всего местного населения и общества в целом (Швеция, Швейцария).¹⁰¹

Корпоративная ответственность бизнеса есть общественное движение граждан, требующих от компаний принятия на себя полной ответственности за то, как их деятельность влияет на окружающий мир. Потребители, инвесторы и сотрудники компаний начинают осознавать всю мощь современных корпораций и предпринимают попытки использовать эту силу для того, чтобы планета стала лучшим местом для всех и каждого (Нидерланды).¹⁰²

Корпоративная социальная ответственность по своей сути связана с концепцией устойчивого развития; компаниям необходимо интегрировать экономические, социальные и экологические параметры в свою деятельность; корпоративная социальная ответственность не является произвольным дополнением к основной деятельности компании; она представляет собой метод, используемый в управлении компаниями (Канада, Австралия).¹⁰³

Социальная ответственность бизнеса - это добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определённого законодательного минимума. Социальная ответственность бизнеса определяется нами как широкое понятие, включающее комплексную ответственность делового партнёра, работодателя, гражданина и участника социальных отношений. (Россия, страны СНГ).¹⁰⁴

Данные определения подчёркивают добровольность в деятельности компании и превосходство установленных законодательством нормативов, а также формируют составляющие социально ответственной компании, которыми являются:

- ответственный деловой партнёр – компания соблюдает правовые и этические нормы ведения бизнеса, строя свои отношения с партнёрами на принципах соблюдения профессиональных стандартов деятельности и финансовой ответственности;
- ответственный работодатель - компания действует в соответствии с нормами трудового права (или превосходит их), заботится об условиях труда и социальном благополучии своих работников;
- ответственный гражданин - компания платит установленные налоги и ведёт свою деятельность в соответствии с нормами установленного законодательства;
- участник социальных отношений - компания занимается благотворительностью в отношении социально уязвимых групп населения.

Кроме этого, социальную ответственность разделяют на две большие группы: внутреннюю и внешнюю.

К внутренней социальной ответственности относят деловую практику в отношении собственного персонала, всего, что касается развития человеческих ресурсов на предприятии, а именно: безопасность труда; стабильную выплату заработной платы; поддержание социально значимой заработной платы; дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников; развитие человеческих ресурсов через обучающие программы, подготовку и повышение квалификации; помощь в критических ситуациях.

К внешней социальной ответственности бизнеса относят: спонсорство и корпоративную благотворительность; экологию, которая включает в себя всё то, что

¹⁰¹ Эклунд К. Эффективная экономика - шведская модель: Перевод со шведского. М., Экономика, 1991. – 349 с.; Jachtenfuchs M. Theoretical Approaches to European Governance. // European Law Journal 1 (2), 1995.

¹⁰² <http://www.nccg.ru/2010/>

¹⁰³ Duncan W. R., Jancsar- Webster B., Swilky B. World Politics in the 21st Century. N.Y., 2002.

¹⁰⁴ Либоракина М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ - М., Фонд «Институт экономики города», 2001.; Элита социально ответственного бизнеса России. - М., 2004.; Чирикова А. Бизнес как субъект социальной политики в современной России // Общество и экономика, №9, 2006.

превосходит установленные в государстве экологические стандарты; взаимодействие с местным сообществом; готовность компании участвовать в кризисных ситуациях; выпуск качественной продукции.¹⁰⁵

В настоящее время в ряде стран мира всё большую роль играют документы, содержащие нормативные требования, политическую линию и процедуры, обеспечивающие социальную ответственность организаций, называемых социальной отчётностью. В России только двенадцать компаний включились в эту инициативу.¹⁰⁶

Не следует примитивно полагать, что социальная ответственность бизнеса это не только оказание спонсорской помощи, особенно по просьбе властей. Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

1. *Базовый уровень* предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

2. *Второй уровень* предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип ответственности был условно назван «корпоративной социальной ответственностью».

3. *Третий, высший уровень* ответственности предполагает благотворительную деятельность.

Социальная ответственность по настоящему проявляется в равнодушии к тому, как обстоят дела в обществе, в котором бизнес — одна из составляющих. Социальная ответственность бизнеса означает достижение коммерческого успеха только теми способами, которые не противоречат этическим принципам и уважительны по отношению к людям, сообществам и окружающей среде.

Российский бизнес все активнее оперирует терминами «корпоративная социальная ответственность», «социальные инвестиции» и «корпоративное гражданство».¹⁰⁷ Между тем реальная социальная политика компаний нередко ограничивается обычной благотворительностью.¹⁰⁸ Следовательно, под социальной ответственностью бизнеса понимается и благотворительность, и меценатство, и корпоративная социальная ответственность, и социально-маркетинговые программы, и спонсорство, и инвестиции.¹⁰⁹

Обобщая, социальная ответственность бизнеса — это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют.¹¹⁰

Данное определение социальной ответственности бизнеса скорее идеальное, и не может быть полностью претворено в действительность хотя бы потому, что просчитать все последствия одного решения просто невозможно. Но социальная ответственность бизнеса — это не правило, а этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения.¹¹¹

¹⁰⁵ Солодкая М.С. Ответственность субъекта управления: состояние проблемы и перспективы исследования // Сredo. Оренбург, №11, 1998. - С. 33-43.

¹⁰⁶ Снегов А. Путь ответственных: от социального рекета к социальному инвестированию // Время Малого Бизнеса, № 10 -11, 2004.

¹⁰⁷ Решение социальных проблем в местном сообществе. Российский и международный опыт. - Пермь, 2001.

¹⁰⁸ Благотворительность в России (2003/2004). // Исторические и социально-экономические исследования / Под общ. ред. О. Лейкина. - СПб., Изд.им. Н.И. Новикова, 2004.; Модели социального развития России: роль бизнеса. // Публичный отчет по результатам международной конференции, М., 12 ноября 2003.

¹⁰⁹ Водянов А. Дилемма инвестиционной стратегии государства. // РЭЖ, №10, 1997. - С.11-20.

¹¹⁰ Братющенко С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций). // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. Новосибирск: ИЭОП СО РАН, 2005. -С.166-178.

¹¹¹ Теория морали и этики бизнеса. М.: Изд-во РЭА, 1995.

Рассмотрим использование определенных социально-значимых направлений деятельности конкретной компании:

Социальная обструкция: компания, находящаяся на этом уровне, практически не делает или делает очень мало для разрешения социальных проблем и проблем окружающей среды. Когда она переходит границы дозволенного в своей профессиональной деятельности, типичной реакцией является отрицание и сокрытие своих действий. Характерный тип действия – *обструкция* - означает отказ компании от всех обязанностей; в случае, если недобросовестные действия были замечены, используется тактика опровержения предъявляемых доказательств, доводы о фальсификации доказательств, препятствия расследованию (если таковое проводится).

Социальные обязательства: эта позиция включает действия организации, направленные только на то, что требуется по закону, и ничего более. Управляющие в таких организациях настаивают на том, что их дело - создавать прибыль. Такие организации, в основном, используют тактику *защиты*. Она предполагает, что организация принимает на себя ответственность за некоторые ошибки и упущения, но никак не препятствует возможным расследованиям. Менеджеры, пользующиеся такой тактикой, считают, что «такие вещи случаются, но в них никто не виноват».

Социальный отклик: для такой компании характерно выполнение не только юридических и этических требований, но и добровольное участие в социальных программах. Хотя, иногда организацию необходимо убедить в этом, сама она не проявляет инициативы в поиске возможностей. Основной тип действий – *приспособление* - означает, что менеджмент несет социальную ответственность за действия организации, хотя, возможно, делает это, уступая внешнему давлению. Придерживающаяся этой тактики компания стремится выполнять свои экономические, юридические и этические обязанности, и в случае давления внешних сил сворачивает подвергнутую критике деятельность.

Социальный вклад: в этом случае компания рассматривает себя в качестве ответственного члена общества и инициативно ищет возможности внести свой вклад в развитие общества. Действия этой компании чаще всего проактивны. Проактивные действия предполагают, что компания берет на себя инициативу в социальных вопросах, самостоятельно идентифицирует общественные интересы и действует, не дожидаясь указаний или давления со стороны заинтересованных групп.

Таким образом, различные уровни социальной ответственности представляют собой комбинации требований и ожиданий к бизнесу со стороны общества и государства и выгоды/невыгоды социальной активности для бизнеса. Чем выше уровень социальной ответственности у компаний, тем больше добровольно принятых на себя обязательств. В соответствии с этим можно представить социальную ответственность наподобие пирамиды по уровню социально ответственного поведения. Пирамида состоит из трех уровней.

Первый уровень, нижний, базовый. Обязательная составляющая социальной ответственности – это соблюдение законов: налоговое законодательство, трудовой и гражданский кодексы. Если законодательство не соблюдается, то ни о какой социальной ответственности речи идти не может. Следовательно, предприниматель нарушает обязательства, установленные для его деятельности изначально. Второй и третий уровни относятся к добровольной составляющей социальной ответственности. Эти две ступени отличаются мотивами реализации социально ответственного поведения. Второй уровень представляет собой реализацию социально ответственного поведения ради экономической выгоды. Экономической выгодой может быть улучшение имиджа организации для потребителей её продукции и для её работников, повышение инвестиционной привлекательности, создание более благоприятных условий для существования и развития компании со стороны власти или общества. Третий уровень охватывает те виды социально ответственного поведения, которые не имеют своей целью получение экономических

выгод. Это более высокий уровень осознания положения и роли организации в обществе. Подобные действия могут приносить экономическую прибыль, но это не их цель. Помощь социально незащищенным слоям населения, перечисление пожертвований часто оказываются замалчиваемыми действиями, поскольку СМИ не могут бесплатно размещать информацию о подобных акциях по закону о скрытой рекламе, да и по законодательству не всегда потраченные деньги освобождаются от начисления налогов.¹¹²

Концепции социальной ответственности являются хорошими моделями, которые можно использовать при разработке системы мер, поощряющих социально ответственное поведение предпринимателей. В нашей сложной российской действительности, конечно, дополнительно необходимо учитывать особенности российского менталитета и развития предпринимательства, «теневизацию» российской экономики и отсутствие налоговых стимулов или льгот для социально ответственных компаний.¹¹³ Но, осознание взаимосвязи экономического и социального, сущности социальной функции предпринимательства, а главное - реальных действий государства и бизнеса, создает более благоприятные условия для гармонизации их интересов, перераспределению бремени по решению социальных проблем общества и снижению негативных последствий трансформационного периода в современной России.

¹¹² Тульчинский Г.А. PR фирмы: технология и эффективность. - СПб., 2002.

¹¹³ Алексеев И. О первом этапе промышленной реформы в РФ (к выбору модели индустриального роста). // Российский экономический журнал, №8, 1992. - С.55-62.