

Ольга Сайченко *

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА РЕАЛИЗАЦИЮ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Резюме: Опыт разных стран показывает, что социально-экономическое развитие государства достигает высокого уровня при совместных усилиях государства и бизнеса. Реализации этих усилий должна способствовать необходимая законодательная база. В объединении таких усилий заинтересовано все общество, так как это оказывает влияние на успешную реализацию национальной социально-экономической политики.

UTICAJ KORPORATIVNE DRUŠTVENE OGROVORNOSTI NA REALIZACIJI SOCIJALNO – EKONOMSKE POLITIKE RUSIJE

Sažetak: Iskustvo raznih zemalja pokazuje da društveno – ekonomski razvoj države dostiže visok stepen uz zajednički napore države i biznisa. Za realizaciju tih napora neophodna je zakonska osnova. Za objedinjenje takvih napora zainteresovano je celo društvo, zato što to utiče na realizaciju nacionalne socijalno – ekonomske politike.

THE INFLUENCE OF SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY ON REALIZATION OF SOCIAL – ECONOMY POLICY OF RUSSIA

Abstract: Experience of the different countries shows that social and economic development of the state reaches high level at joint efforts of the state and business. Realization of these efforts should promote necessary legislative base. All society is interested in combination of these efforts, because it shows influence on successful realization of a national social and economic policy.

В ходе проводимых в России реформ социально-трудовая сфера подверглась деформациям больше, чем другие сферы экономики. Об этом свидетельствуют падение уровня жизни населения, связанное с повышением цен на продукты, товары, услуги: рост безработицы, утрата мотивационного потенциала практически по всем видам личной деятельности, снижение производительности труда. Главная цель развития национальной экономики - повышение эффективности производства и рост благосостояния населения. Достижение последней цели зависит от выполнения компаниями их социальных обязательств перед обществом. Например, обеспечение занятости, выплаты заработной платы в зависимости от результатов труда и т.д.

* Ольга Сайченко, доцент, Международная высшая школа управления Санкт-Петербургского государственного политехнического университета

Социальная защита, социальная справедливость обеспечиваются в результате государственного вмешательства в экономику, проявляются в перераспределении создаваемых благ, налоговых выплат, правового обеспечения и т.п. Таким образом, государство направляет рыночную экономику на удовлетворение интересов населения и придает ей характер более социально-ориентированной рыночной экономики. В ряде зарубежных стран оно часто жертвует экономической эффективностью ради социальной защиты населения. Приоритет социальной защиты, социальной справедливости над экономической эффективностью, осуществляется ради социальной стабильности в обществе и обеспечивается, прежде всего, в процессе реализации государственной социальной политики.

В результате длительного и непрерывного процесса капиталистического развития западных стран сформировалась сложная и сбалансированная система регламентации взаимоотношений частного предпринимательства, государства и общества в сфере социально-экономического развития стран и отдельных территорий. В настоящее время в разных странах участие бизнеса в решении социальных проблем либо жестко регулируется в рамках действующего коммерческого, налогового, трудового, экологического законодательства, либо осуществляется самостоятельно под воздействием специально установленных стимулов и льгот. В России этот процесс находится на начальных этапах своего развития и происходит в условиях ухода государства от контроля над деятельностью корпораций, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса.

Проведенные в последние годы дискуссии разного формата и уровня показывают заинтересованность государства в активизации участия компаний в решении социальных проблем общества и реализации разных форм социального партнерства с бизнесом. Социальные преобразования в обществе успешны тогда, когда в них сознательно и ответственно участвуют наиболее значимые силы. Взаимодействие политических, социальных и экономических субъектов, основанное на принципах социального партнерства, позволяет обеспечить стабильное поступательное развитие государства. С повышением значимости нефинансовых факторов устойчивого развития, таких как социальная стабильность, экологическая безопасность, актуализируются практические и теоретические аспекты социальной ответственности.

В России в настоящее время началась реализация программы социально-экономического развития, рассчитанная на период до 2020 года. Стратегической целью, сформулированной в этой программе, является превращение России в одного из глобальных лидеров мировой экономики, выход ее на уровень социально-экономического развития высокоиндустриальных стран. Достижение этой цели предполагает выход России на стандарты благосостояния, соответствующие развитым странам мира; обеспечение научного и технологического лидерства по направлениям, определяющим ее конкурентные преимущества и национальную безопасность; специализация в мировой экономике на основе передовых научно-исследовательских разработок и высоких технологий; формирование эффективных демократических институтов, влиятельных и активных институтов гражданского общества; и т. д.

Решение этих задач позволит осуществить переход российской экономики от экспортно-сырьевого к инновационному типу развития. Предполагается, что в результате этого перехода расширится ее конкурентный технологический потенциал за счет наращивания сравнительных преимуществ в науке, образовании и высоких технологиях, а также будут задействованы новые источники экономического роста.

Переход к инновационному типу развития будет осуществляться путем реализации социальной политики в нескольких направлениях. Определение стратегии каждого из этих направлений представляется достаточно важным для успешного социально-экономического развития России. Речь идет об обеспечении использования глобальных конкурентных преимуществ страны в сферах энергетики, транспорта, экологии, аграрного сектора; о формировании мощного научно-технологического комплекса, обеспечивающего глобальную специализацию России на высокотехнологичных рынках; о структурной диверсификации экономики на основе повышения конкурентоспособности перерабатывающей промышленности, высокотехнологичных отраслей и «экономики знаний»; о создании экономических и социальных условий для реализации творческого потенциала человека и формирование конкурентоспособного человеческого капитала; о развитии демократии и обеспечении защиты прав и свободы личности.

С точки зрения перспектив реализации вышеназванных стратегий социальной политики в России следует выделить такие ее направления, как улучшение условий предпринимательской деятельности и создание благоприятного инвестиционного климата; обеспечение доступности качественных услуг образования, здравоохранения и культуры; обеспечение высокой профессиональной и территориальной мобильности трудовых ресурсов, повышение доступности жилья; формирование трудовых и предпринимательских ценностей; сохранение и умножение культурных и духовных ценностей российского народа.

Особое внимание, которое уделяется решению вышеназванных вопросов, указывает на необходимость проведения успешной социальной политики в России, а также на ее прямую взаимосвязь с решением экономических проблем.

В контексте провозглашенной Президентом РФ программы долгосрочного социально-экономического развития России, ориентированной на развитие инновационной деятельности, на переход от „социальных издержек” к социальным инвестициям, на поддержку институтов и развитие социальной, транспортной, энергетической и коммуникационной инфраструктуры, существенно расширяется поле для развития взаимовыгодного партнерства между государством и бизнесом, а развитие корпоративной социальной деятельности выступает важной инновацией в управлении. В процессе реализации социально-ответственной политики возрастает роль корпоративного управления, обеспечивающего достижение социальных, экономических и экологических целей предприятия. Научно обоснованное решение управленческих задач позволяет обеспечивать благоприятные социально-психологические условия на предприятии, влиять на развитие отношений с заинтересованными сторонами, своевременно предотвращать социальную напряженность, не нарушая принципов экономической эффективности.

В сфере отношений государства и бизнеса развиваются партнерские отношения, которые предусматривают совместное решение целого ряда проблем: получения и использования трудовых и сырьевых ресурсов на основе их оптимизации; налогообложения; формирования, размещения и реализации общественных (государственных) заказов; расширения стандартизации и контроля; охраны окружающей среды; правового регулирования бизнеса; целевого осуществления капиталовложений с целью стимулирования притока капиталов в отрасли, особо необходимые всему обществу. Цель такого взаимодействия направлена на достижение социально-экономической стабильности, благосостояния общества, качества жизни граждан. Со стороны бизнеса эта цель достигается через решение таких задач как, создание рабочих мест, обеспечение работникам достойного уровня заработной платы и социального обеспечения, повышение налоговых отчислений в формирование бюджета государства и пенсионного фонда, а также за счет реализации корпоративных программ, направленных на развитие кадрового потенциала, поддержку местных сообществ, сохранение природных ресурсов и т.д.. Социальная ответственность проявляется и в выполнении обязательств, принятых на уровне организационных единиц компании. Разработка процедур социальной политики, социальных программ, критериев результативности должна соответствовать нормам и принципам государственных законов. Одним из способов формирования объективной информации о социальной результативности компании является оценка эффективности управления нефинансовыми рисками, в том числе – социальными. Актуальна разработка общих подходов к оценке эффективности управления при осуществлении социально-ответственной политики. Оценка качества управления влияет на положение компании на финансовых рынках, поддержание бесконфликтного существования общества, обеспечение устойчивого развития (преемственности).

Совместные исследовательские проекты в этом направлении проводят ведущие российские и международные организации: Информационный центр ООН, Всемирный Банк, ЮНЕСКО, Министерство здравоохранения и социального развития РФ, Министерство экономического развития и торговли РФ, Аналитическое управление аппарата Совета Федерации, Фонд аналитических программ „Экспертиза”, Российский Союз промышленников и предпринимателей, Ассоциация менеджеров и др.

В современном мире все больше мировых компаний вводят в свою практику понятие „социальная ответственность”. Их вынуждают к этому различные факторы современного делового мира: все более ужесточающиеся требования по охране окружающей среды, непрерывная гонка за новыми

технологиями, возрастающая конкуренция на мировых и внутренних рынках, набирающее силу общественное мнение и т.п.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса является одним из эффективных путей и для достижения коммерческого успеха предприятия при условии соблюдения этических ценностей, уважения к людям, заботы об окружающей среде, принятия во внимание общественных ожиданий. Можно также добавить, что одной из основных черт является практика принятия сбалансированных решений, исходя из оптимального соблюдения интересов всех заинтересованных сторон, к которым относятся:

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

Большинство перечисленных направлений деятельности бизнеса содержат экономические принципы предпринимательской деятельности, этические и юридические нормы ведения бизнеса. Социальная составляющая представлена в этом определении через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества. Корпоративная социальная ответственность должна являться непосредственной составляющей стратегии компании. Если компания собирается действовать эффективно, успешно, планирует свое присутствие на рынке в долгосрочной перспективе, то корпоративная социальная ответственность должна встраиваться в бизнес-стратегию компании. По мнению О. Федосеевой руководителя дирекции стратегического консультирования проектов филантропии, УК „Эволюция”: „Через корпоративную социальную ответственность, если говорить буквально, бизнес имеет возможность управлять нефинансовыми рисками” [3].

Оценивая деятельность компании, общество рассматривает не только ее производственные и финансовые показатели, но и то, как она ведет свой бизнес, заботится ли о собственных сотрудниках, насколько ее деятельность соответствует интересам других участников рынка, жителей территорий ее присутствия, а также общества в целом. Предпочтение отдается тем компаниям, которые гарантируют качество и прозрачность бизнеса, проявляют заботу по отношению к обществу.

В этой связи многие социальные расходы компании рассматриваются как инвестиции в нематериальные активы. Например: 96% активов компании „Кока-Кола” составляют нематериальные активы, в том числе имидж и репутация [3]. Вложение в нематериальные активы компаний стало необходимым фактором для существования современного бизнеса. Потребители и некоммерческие организации заинтересованы в информации, связанной с устойчивым развитием компаний. Репутация является одним из основных элементов устойчивого экономического роста. Она достигается в течение долгого времени посредством реализации долгосрочных целевых социальных программ и принятия во внимание запросов, нужд и предложений различных заинтересованных лиц.

Как показывает практика, социальные программы оказывают непосредственное влияние и на капитализацию компаний. Социально-этичное ведение бизнеса приводит к повышению инвестиционной привлекательности предприятий и, как следствие, открывает более свободный доступ к капиталу, становится важнейшим конкурентным преимуществом. Достижение компанией устойчивых конкурентных преимуществ непосредственно зависит от ее способности к созданию, развитию и уникальному комбинированию соответствующих ресурсов, в том числе

организационных. Успешное развитие корпоративной социальной деятельности требует интеграции корпоративной социальной ответственности в систему корпоративного управления, организационного обеспечения процесса корпоративной социальной восприимчивости и оценки соответствующих результатов.

Сегодня западных инвесторов интересует не только финансовая отчетность, но и нематериальные факторы, позволяющие определять элементы успеха. Они уделяют особое внимание необходимости увеличения открытости и прозрачности компаний, пересмотру методологии рейтинговых агентств, и механизмам раскрытия информации о корпоративной социальной политике. Поэтому, вероятно, бизнес в большей степени будет стремиться осуществлять социальные инвестиции в те сферы, которые прямо или косвенно могут оказать положительное влияние на его основную деятельность.

В годовых отчетах ведущих корпораций раздел о корпоративной ответственности не менее важен, чем раздел о результатах операционной деятельности. Результаты исследований, проведенные в разное время Ассоциацией менеджеров, показывают, что степень информационной открытости социальной политики компаний относительно невелика и российские компании очень осторожны в раскрытии информации по этому вопросу. Несмотря на низкую степень информационной открытости социальных программ, российские компании оценивают социальную политику, как элемент долгосрочного вложения в нематериальные ресурсы. Например: создание привлекательного имиджа посредством проведения социальной политики становится все более популярным [1].

В меньшей степени компании готовы раскрывать информацию о количественных показателях по отдельным направлениям социальных программ. Это свидетельствует, чаще всего, о неэффективном использовании средств на эти программы, либо о том, что раскрытие этих сведений может иметь негативные последствия для бизнеса. Например: использование информации при повышенном доступе к информации в манипуляционных целях; кража идей и знаний; усугубление конфликта интересов между различными группами влияния: между менеджерами и акционерами, конфликт с местными властями, с инвесторами из-за чрезмерного вложения средств в социальные программы; критическое отношение местного сообщества и негативная оценка; повышение цен на продукцию в результате расходов на социальные программы; уязвимость организации; дополнительные финансовые ресурсы и время на разных уровнях компании. Таким образом, компании стремятся четко дифференцировать информационные потоки в соответствии с различными потребностями целевых аудиторий. При грамотном освещении эффективных социальных программ положительные последствия (рост капитализации компании) значительно превышают негативные.

В ведущих российских компаниях имеются управленческие процедуры, которые формируют систему управления корпоративной социальной ответственностью и позволяют осуществлять сбор, анализ и раскрытие информации о социальной деятельности компаний, повышая, таким образом, степень прозрачности. Например: коллективный договор, существующий у многих компаний, является документом во многом, определяющим уровень социальной ответственности. Он является важным инструментом внутренней и внешней корпоративной политики. Также к числу документов, содержащих элементы стратегии в области корпоративной социальной ответственности можно отнести кодекс корпоративного поведения, этический кодекс, устав, хартию, корпоративные стандарты, концепции социально-экономического развития.

В мировой практике понятие социально-этичного бизнеса стало отождествляться с понятием эффективного бизнеса. Влияние этики бизнеса на эффективность деятельности компании и общества в целом бесспорно и очевидно. Однако, существенные трудности составляет количественная оценка такого влияния. Часто препятствием для развития социальной этики бизнеса становится непонимание предпринимателями того, что конкретно и как скоро бизнес получит отдачу. Результат ведения социально-этичной деятельности очень трудно ощутить сразу, т.к. он накапливается годами, потом происходит некий прорыв, когда к компании начинают относиться иначе – начинают узнавать ее как структуру, решающую проблемы общества. Поэтому степень и формы проявления корпоративной социальной политики зависят от крупных акционеров компании, от их личного понимания сущности этого процесса.

Таким образом, в российской практике бизнеса встречаются как примеры компаний, воспринимающих принципы социальной ответственности как личные убеждения и внедряющих их в свою повседневную практику, так и примеры компаний для, которых по-прежнему характерно

противопоставление „морального выбора” акционеров с их бизнес-интересами. При принятии решений по данному вопросу собственники руководствуются двоякой мотивацией: с одной стороны, нефинансовые риски и действия отдельных заинтересованных сторон могут нанести компании серьезный ущерб и даже разрушить ее, поэтому акционеры вынуждены соглашаться с существенными затратами на нейтрализацию негативного воздействия окружающей среды бизнеса. С другой стороны, если в краткосрочной перспективе социальные мероприятия могут снизить уровень доходности компании и величину выплачиваемых дивидендов, то в долгосрочном плане они способствуют росту стоимости акций и капитализации компании. В случае, если основным акционером компании является государство, то, как правило, основные направления социальных инвестиций данной компании определены ее организационно-правовой формой и выражены в социальных программах, которые соответствуют приоритетным национальным проектам „Доступное и комфортное жилье – гражданам России”, „Образование”, „Здоровье”.

Как эффективно осуществлять социальные инвестиции – вопрос сегодня актуальный для многих руководителей бизнеса. Принимая решения в рамках социальной политики, компаниям приходится выбирать между множеством вариантов вложения средств. Впрочем, для российских предприятий участие в решении социальных проблем не является чем-то абсолютно новым: в условиях господства государственной собственности предприятия являлись прямым инструментом реализации политики государства в области социальной защиты. Например, градообразующие предприятия, которыми осуществлялись и осуществляются масштабные социальные программы.

Поскольку в России социальная политика государства еще недостаточно эффективна, а общественные организации не используют в полной мере свой потенциал, существенную роль в формировании разумной и эффективной социальной среды играет крупный бизнес, используя для этого свои достаточно многообразные социальные функции и реальные финансово-экономические, административные и политические возможности.

Корпоративная социальная ответственность в настоящее время должна являться неотъемлемой частью стратегии развития современного бизнеса, от реализации которой, компании рассчитывают получить ряд конкурентных преимуществ и новых возможностей, в частности [2]:

- управление финансовыми и нефинансовыми рисками за счет реализации активной позиции бизнеса по наиболее острым социальным проблемам;
- совершенствование методов корпоративного управления и систем управления репутацией и брендами, повышения производительности труда и эффективности производства;
- увеличение возможностей по привлечению квалифицированных и профессиональных кадров и их удержанию за счет материальных и моральных стимулов, влияющих на производительность труда;
- укрепление лидирующих позиций компаний по вопросу развития всеобщих принципов социального равенства в целях создания устойчивой экономики;
- формирование позитивного мнения инвесторов и финансовых институтов по резервам и потенциалу компаний;
- расширение возможностей по привлечению новых потребителей продукции и повышению их лояльности в конкурентной среде;
- создание устойчивых партнерских отношений с правительственными структурами, органами региональной и местной власти, местным сообществом, профсоюзами, институтами гражданского общества, средствами массовой информации;
- демонстрация примеров высокой гражданской и социальной ответственности перед государством и обществом;
- применение международных принципов и стандартов при составлении социальной отчетности, участие в международном бизнесе и бизнес-коммуникациях.

Субъектом, который создает условия труда, социальной защиты, реализует социально ответственную практику, является компания-работодатель, но возрастание интенсивности производства, повышение

производительности труда и уровня корпоративной социальной требуют повышения ответственности перед обществом и работодателя и работника, который выполняя профессиональные обязанности в процессе труда, участвует в создании национального продукта, т.е. несет определенную ответственность перед работодателем и государством. В процессе формирования взаимной ответственности участвуют государство, общество, работодатель и работник.

Таким образом, можно говорить о том, что задачи социально-экономического развития, стоящие перед Россией, не могут быть решены усилиями какого-то одного общественного института. Только совместная созидательная деятельность всего общества способна решить задачу социально-экономической модернизации страны.

Литература

- [1] Акимов, Д. И., (2008) *Социальный маркетинг*, Киев, Наукова думка.
- [2] *Актуальные вопросы развития корпоративной социальной ответственности*, Москва, 2007.
- [3] *Бизнес и общественное развитие России: проблемы и перспективы*, Москва, Ассоциация менеджеров. 2006.
- [4] *Социальная политика*. Под ред. Волгина Н. А. Москва, РАГС, 2005.
- [5] Черкасская Г. В. (2008) *Социальная защита: междисциплинарный подход к определению*, „Вестник СПбГУ”, сер. 5, вып. 2, 25–33.