УДК 005.35(470+571:100)

Кулькова В.Ю.,
профессор кафедры менеджмента
НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ» (г. Казань),
доктор экономических наук, профессор

Сафин И.Х.,
аспирант кафедры менеджмента
НОУ ВПО «Университет управления «ТИСБИ» (г. Казань)

МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА

В статье представлены и проанализированы основные модели социальной ответственности бизнеса: англосаксонская, скандинавская и смешанная. Описаны российские теория и практика в этой области. Изучение и использование международного опыта с учетом культурных, национальных особенностей и традиций, а также специфики экономической и социальной среды России дает возможность расширить варианты поиска способов разработки, моделирования и распространения практических систем и методик развития корпоративной этики и социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: англосаксонская, скандинавская, смешанная модели КСО, социальная ответственность бизнеса, корпоративная мотивация, социальное партнерство, иерархия развития КСО (уровни КСО).

КСО – это концепция, выстраиваемая деловым сообществом, и философия поведения фирм и отдельных представителей бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры:

1. производство услуг и качественной продукции для потребителей;
2. выплата легальных зарплат и инвестиций в развитие человеческого потенциала и создание привлекательных рабочих мест;
3. неукоснительное исполнение требований законодательства;
4. построение добросовестных отношений с различными заинтересованными сторонами;
5. результативное ведение бизнеса, которое ориентировано на рост благосостояния своих акционеров и создание добавленной экономической стоимости;
6. через партнерские программы и проекты развития местного сообщества вклад в формирование гражданского общества.

Существует несколько устоявшихся моделей КСО, каждая из них отражает общественно-экономический вклад, истори-

чески сложившийся в какой-либо стране, сформировавшееся устройство общества в условиях открытой и понятной государственной машины, развитой демократии, системы разрешения споров, свободы выбора, функционирующих гражданских институтов, свободы слова и т.д. [1].

В настоящее время любая крупная компания несет ответственность перед обществом, в котором она функционирует. А потому ее первая обязанность — оставаться мощной, эффективной и культурной на благо сотрудников, акционеров и клиентов, внося ощутимый вклад в экономику, благосостояние страны и общества. Неотъемлемой частью корпоративной культуры становится формирование нового образа компании — гражданина, выполняющего предписанные ему социальные обязанности и заботящегося о принесении максимальной пользы всему обществу [2].

Компании по-разному связаны с общественностью: с местными жителями, жителями региона, страны, а также с мировым сообществом. На первом уровне бизнес вносит свой вклад в жизнь местного сообщества благодаря своей основной миссии — эффективному и этичному производству товаров и услуг, непосредственному и косвенному созданию рабочих мест, обеспечению справедливой заработной платой и льготами, уплате налогов в бюджет.

На втором уровне социальной ответственности бизнес развивает партнерские внутрифирменные отношения: инвестируется человеческий капитал (повышение квалификации, обеспечение охраны труда и здоровья работников), а также финансируются программы, направленные не на самого работника, а на членов его семьи (улучшение пенсионного и жилищного обеспечения).

Третий уровень социальной ответственности — это социальные программы, которые компании осуществляют за рамками своей деятельности, — создают благоприятные условия в регионе (городе) путем улучшения инфраструктуры, благоустройства территории, повышая таким образом качество жизни населения и условия его обитания [3].

Такая практика социально ответственного бизнеса складывалась, как правило, в странах с устойчивой экономикой, базирующейся на рыночных ценностях, с давними демократическими традициями, развитым гражданским обществом.

Именно поэтому основы современного подхода к теории и практике социальной ответственности были заложены в Скандинавских странах (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия), Англии, Америке и Германии.

Постепенно практика социально ответственного бизнеса стала частью корпоративной стратегии компаний самых передовых и развитых стран мира: Японии, Южной Кореи, Китая.

Таким образом, обобщая вышесказанное, мировой опыт социальной ответственности бизнеса представлен к настоящему моменту времени тремя основными моделями: англо-американской, европейской (скандинавской) и смешанной. Каждая из них обладает специфическим набором элементов взаимодействия бизнеса и социума, учитывает национальные и культурные традиции каждой из стран.

Анализ моделей КСО, существующих в мировой практике, дал понять, что участие бизнеса в общественной жизни может быть либо жестко регулированным действующим налоговым, трудовым, экологическим и коммерческим законодательством, либо реализовываться самостоятельно под влиянием намеренно созданных льгот и стимулов. Государство определяет так называемый «коридор взаимодействия» общества и бизнеса, где государственные механизмы наряду с гражданскими структурами создают нужные условия для участия в жизни общества бизнеса, — это в первом случае. Во втором же случае под давлением гражданских инициатив государство формирует эффективные механизмы стимуляции бизнеса для реализации вклада в развитие общества. Вследствие этого достигается работоспособный аппарат управления обществом, в котором отчетливо прикреплены роли всех отдельных сторон, а также их меры участия и взаимодействия [4].

Феномен КСО уходит корнями в систему отношений между наемными работниками, бизнесом и государством — социальное партнерство. Анализ мировой практики позволяет выделить три разновидности социального партнерства, каждая из которых повлияла на формирование страновой модели КСО.

Таблица 1

Разновидности социального партнерства

№ п/п	Страны	Характеристика
1	США, Канада, Япония, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки	Характеризуется регулированием социально-трудовых отношений на уровне предприятия и в значительно меньшей степени на уровне отрасли или региона. Роль государства заключается в принятии соответствующих законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований. В странах Северной Америки объединения предпринимателей предпочитают не вмешиваться в процесс социально-трудовых отношений на предприятии, однако принимают активное участие в законотворческой и политической деятельности.
2	Бельгия, Нидерланды, Финляндия, Швеция	Предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия.
3	Австрия, Германия, Франция, частично Великобритания	Объединяет черты двух предыдущих разновидностей. Так, согласно немецкой концепции социального рыночного хозяйства, основоположником которой был Л. Эрхард, государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.

Развитие социально-трудовых отношений и социального партнерства привело к вполне конкретным результатам. Например, в индустриально развитых странах приняты и успешно функционируют общенациональные системы социального обеспечения, включающие обязательное социальное страхование. Одним из важнейших результатов совместных усилий представителей работников и государства стало сокращение рабочего дня, повышение минимальных размеров оплаты труда работников (что обеспечивает рост платежеспособного спроса населения) и т.д.

Англо-американская модель социальной ответственности известна с XIX века. Ответственность бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест и обеспечивает эффективность их использования через заработную плату, создание условий труда и выплату высоких налогов. В силу природы англо-американского предпринимательства, основанного на максимальной свободе субъектов, многие сферы общественных отношений остаются до сих пор саморегулируемыми, в том числе сфера трудовых отношений работник – работодатель (двусторонний договор), добровольность медицинского страхования. В то же время в США, например, выработаны многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды, нацеленные на решение разнообразных социальных проблем за счет бизнеса (спонсирование профессионального образования, пенсионных и страховых сфер для персонала). Ответственная социальная деятельность и благотворительность корпораций поощряются соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне. В европейской модели бизнес платит большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные программы для населения. Западноевропейские общества имеют развитые системы денежной помощи; их охват и размеры в разных странах существенно различаются, однако лишь в немногих странах сформировалась система поддерживаемых государством социальных услуг в объеме, который наблюдается в Скандинавских странах (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия), получивших название скандинавская модель социального государства и скандинавская модель (менее известная) социальной ответственности бизнеса.

Большинство исследователей сходятся в том, что скандинавские модели характеризуются такими общими целями социаль-

ной политики, как укрепление солидарности и увеличение равенства. Бизнес должен успешно вести дела и исправно платить высокие налоги, а государство — эффективно распределять эти налоги, в том числе на социальные нужды. Более того, по мнению специалистов-«государственников», главная задача государства — создать законодательно соответствующие условия для обеспечения оптимальных налогов, направить финансовые потоки и предоставить определенные преференции для прорывных секторов развития экономики: они, как «локомотивы», потянут за собой рост производства в других отраслях, создавая новые рабочие места, увеличивая заработную плату, развивая социальную базу.

В скандинавских моделях государство играет большую роль, нежели рынок или гражданское общество. Политика государства направлена на обеспечение полной занятости населения и предупреждение безработицы; увеличение равенства между различными тендерными, возрастными, классовыми, семейными, этническими, религиозными, региональными и прочими группами. Цель государства — обеспечение права на основные социальные гарантии в натуральном и денежном выражении; щедрость гарантий (денежные трансферты, особенно для низкодоходных групп, обеспечивают «нормальный» уровень жизни) [3].

Исследователи отмечают как положительные, так и отрицательные стороны скандинавских моделей. К первым относят то, что за счет эффективной работы механизма налогов и дотаций размеры «социальных пожертвований» частного бизнеса сводятся к минимуму, ко вторым — то, что в Скандинавских странах при высоком уровне налогообложения государства сталкиваются с практикой ухода национального бизнеса в другие зоны, «бегством» за границу.

Европейская модель социальной ответственности принципиально отличается от модели американской. Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводящий в исполнение принятые правила поведения, а в США подобное вмешательство государства расценивается как нарушение свободы бизнеса. Если американская модель рассматривает в качестве целей корпоративной социальной ответственности прибыльность и ответственность перед акционерами, то европейская относит к ней дополнительно вопросы ответственности перед работниками и местными сообществами. Благотворительность в Европе не так популярна, как в США, что объясняется более существенным налоговым бременем.

В последние годы в связи с развитием крупного бизнеса наиболее популярной в Европе стала смешенная модель, или корпоративная социальная ответственность. Эта модель ориентирует бизнес на три сферы проявления социальной инициативы: экономику, занятость и охрану окружающей среды. Ответственность бизнеса распространяется на условия труда, заработную плату, выплату дивидендов акционерам, выпуск качественной продукции и оказание услуг, охрану окружающей среды, занятость в конкретном регионе, реализацию социальных инициатив населения. Ответственность, связанная с реализацией региональных социальных проблем, осуществляется через конкурсные гранты совместно с местным самоуправлением. Корпоративная деятельность, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих государств. Во многих европейских странах законодательно закреплены обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий. В Японии и Южной Корее широко используются отдельные элементы модели «Бизнес отвечает за все». Согласно этой модели, бизнес предоставляет жилье, поощряет семейные династии, осуществляет обучение специалистов за счет корпораций и т.д. Элементы схожей модели широко использовались в нашей стране в советское время. Предприятия (держатели государственной собственности) предоставляли рабочие места, отвечали за социальные программы на конкретных предприятиях и содержали всю социальную инфраструктуру: санатории, пионерские лагеря, столовые, профтехучилища и т.д.

Изучение практики социальной ответственности бизнеса в России показывает, что у российских предпринимателей не

сложилось четкого понимания того, какая модель социальной ответственности для них наиболее приемлема. Для большинства из них выбор модели социальной ответственности пока только новация. Со стороны населения, СМИ, менеджеров и, главное, государства тоже нет единого мнения и представления о том, как должны взаимодействовать власть и местное сообщество с бизнесом, какими критериями нужно измерять степень социальной ответственности каждого хозяйствующего субъекта, какими правилами и нормами регламентировать этот процесс и др. [5].

Анализ практики участия российского бизнеса в социальных программах регулярно проводится Ассоциацией российских менеджеров и независимым Институтом социальной политики при поддержке Фонда Форда, Ассоциацией независимых директоров. Результаты, полученные ими в ходе проведенных опросов менеджеров и населения по вопросу понимания социальной ответственности бизнеса, показали, что для них это:

— выпуск качественной продукции (47,5% опрошенных менеджеров и 46% населения);

— соблюдение законов (35% и 35,5% соответственно);

— уплата налогов (29,5% и 30,4%);

— охрана окружающей среды (31,5% и 30%);

— улучшение условий труда (33,5% и 22,5%);

— выплата высоких зарплат (11,5% и 19,1%);

— вложение денег в производство (19% и 14,8%);

— помощь бедным (2,5% и 10,5%);

— помощь регионам в решении социальных вопросов (10,5% и 10,4%);

— поддержка образования (3% и 9,3%);

— честность, прозрачность отчетности (13,3% и 8,7%) [6].

Таким образом, в представлениях менеджеров и населения социальная ответственность отождествляется как с внешней, так и с внутренней социальной политикой компании, и четкого понимания у опрошенных социальных групп этого термина не сформировано: смысловое наполнение социальной ответственности бизнеса у каждой группы свое.

Особое внимание в проводимых исследованиях уделяется мотивации собственников и топ-менеджеров компании при реализации социальных проектов. Исследование, проведенное независимым Институтом социальной политики при поддержке Фонда Форда (март — июнь 2008 г.), показало, что мотивация участия во внешней социальной политике в большей степени отражает личностные качества представителей делового сообщества и носит весьма прагматический характер: защита бизнеса, имиджевая политика (соответствие статусу компании) и выстраивание отношений с властью.

Оценки проведенного исследования, полученные в ходе интервью, позволили выделить как минимум четыре различных вида моральной мотивации у бизнеса: «порыв души» (способность сопереживать), «память о прошлом» («так было раньше, и я хочу это сохранить»), «делиться надо» («заработал — поделись»), «служить Отечеству» (патриотизм). Внутренним личностным мотивационным ядром при этом является так называемое замаливание грехов или «взятка Богу». Будучи моральной по форме, эта мотивация является прагматичной по своему внутреннему содержанию.

Анализ практики социальной ответственности бизнеса в России показывает, что моральные мотивы бизнеса не занимают доминирующих позиций в поступках бизнесменов и, что самое важное, участие бизнеса в социальной политике является больше вынужденным и обусловлено давлением власти.

Не менее важен и тот факт, что с начала 1990-х гг. в России была выбрана американская модель экономического развития и, соответственно, стала практиковаться американская модель социальной ответственности. В последние годы с ростом экономики страны российские предприниматели все больше тяготеют к современной европейской модели корпоративной социальной ответственности, считая необходимым активизацию роли государства в этих вопросах. События последних месяцев, происшедшие в Европе, показываю-

щие, что и «там» равняться не на кого, что самые «социальные» государства и власть обнаруживают полную несостоятельность и крах, оставляют вопрос о выборе модели социальной ответственности бизнеса в России открытым [7].

Однако и мировой экономический кризис вносит свои коррективы в экономическую и социальную деятельность компаний всех стран. Можно говорить о том, что происходит трансформация моделей КСО, так как часть мероприятий в рамках социальной ответственности приходится сворачивать по причине нехватки финансовых ресурсов. Приоритеты определяются целью выживания компании всеми возможными способами; многие предприятия и финансовые институты вынуждены обращаться за государственной помощью.

Следует подчеркнуть, что в условиях кризиса бизнес с трудом справляется со своей главнейшей задачей по отношению к обществу, а именно с созданием рабочих мест и поддержанием конкурентоспособного уровня заработной платы.

Таким образом, с одной стороны, в системе социального партнерства происходит смещение инициативы в сторону государства, в то время как многие предприятия не способны к поддержанию даже минимальной социальной ответственности. С другой стороны, кризис, как лакмусовая бумажка, проявляет истинную приверженность компаний КСО-стратегиям. Кто-то идет на сокращение штата и снижение зарплат своим сотрудникам, а кто-то ищет новые способы оптимизации производства и снижения издержек при минимальных потерях человеческих ресурсов. Многие социально ответственные компании стремятся сосредоточить внимание на сохранении как можно большего количества рабочих мест, нередко за счет сокращения других социальных и экологических программ.

Социальная стабильность в стране сегодня напрямую зависит от того, смогут ли предприятия, прежде всего градообразующие, удержаться на плаву и следовать принципам социально ответственного поведения по отношению к своим работникам и партнерам по бизнесу.

Данная необходимость декларируется и на государственном уровне. В качестве примера можно сослаться на ситуацию, возникшую в Пикалево (Ленинградская область), где весной 2009 г. остановили работу три предприятия ("БазелЦемент", "ЕвроцементГрупп" и "СевЗавПром"), не договорившиеся о ценах на сырье. Проблема была решена с помощью премьер-министра, приехавшего в город. В данном случае можно говорить о корпоративной социальной безответственности, когда восстановить справедливость без государственного вмешательства вряд ли удалось бы. К сожалению, таких "пикалево" у нас сотни...

Для нашей страны, где гражданское общество еще не сформировано, где степень общественного самосознания остается низкой, добровольность КСО должна сочетаться с государственным регулированием социально ответственного поведения. Представляется, что государству следовало бы, во-первых, поощрять социально ответственные корпорации путем предоставления налоговых льгот и других форм государственной поддержки; во-вторых, поддерживать развитие фондов социально ответственного инвестирования; в-третьих, стимулировать появление квалифицированных кадров в области КСО.

Главная проблема концепции КСО в современных условиях заключается в преобладании коммуникативной функции КСО и социальной отчетности по сравнению с функцией стратегического управления компаниями и целенаправленного обеспечения устойчивого развития. Так или иначе, кризис — это время для осмысления и пересмотра терминологии, содержания и задач, связанных с КСО.

Современная ситуация в России, таким образом, характеризуется необходимостью продолжения и детализации исследований, анализа, разработки, моделирования, адаптации и распространения практических систем и методик развития корпоративной этики и социальной ответственности как на уровне компании, так и на уровне делового сообщества в целом. Сегодня важно про-

должать поиски способов оптимизации взаимодействия власти, населения и бизнеса, адаптируя и применяя наиболее эффективные из них, с успехом реализованные на Западе. Основными приоритетами при этом должны стать обеспечение взаимовыгодных интересов для бизнеса и общества, использование ведущих международных стандартов, что крайне важно в условиях глобализации и интеграции стран в мировой экономике, тем более что традиции и основы формирования деловой этики на Руси были известны далеко за ее пределами.

В заключение важно подчеркнуть, что для того, чтобы деятельность в области корпоративной социальной ответственности действительно приносила ощутимые экономические выгоды, необходимо учитывать особенности социальных, политических и экономических условий, сложившихся в той стране, где корпорация ведет свою деятельность. В частности, сопоставление различных моделей КСО, под которыми понимаются взаимодействие бизнеса, государства и некоммерческих организаций, основные движущие силы, степень важности различных групп стейкхолдеров и т.д., показало, что российская модель КСО отличается от западных аналогов.

Литература

1. Бачинская Т. Бизнес готов платить больше, но ждет от государства ясных правил игры / Т. Бачинская // Бизнес и общество. — 2004. — 3. — С. 1—4.
2. Страха Е.И., Харитонова Л.К. Социальная ответственность власти и бизнеса // Пути формирования эффективной социально-экономической модели трансформирующейся России: Сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф. — Пенза, 2005. — С. 23.
3. Якимец В.Н. Межсекторное социальное партнерство: основы, теория, принципы, механизмы. — М., 2004. — С. 246—247.
4. Иванова В. Человек и труд // Журнал № 10. — 2009. — С. 18—20.
5. Машезерская Л.Я. Социальные проблемы на фоне глобализирующейся экономики // Социальная ответственность как фактор эффективного развития современного общества. (Европейский опыт и Россия). — М., 2002. — С. 117.
6. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей редакцией С.Е. Литовченко. — М.: Ассоциация менеджеров, 2004. — С. 9.
7. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания, потребители, менеджеры, СМИ и чиновники оценивают социальную роль бизнеса в России. — М.: Ассоциация менеджеров, 2004.

Kul'kova V.U., e-mail: kulkova77@mail.ru
Professor of the department of management of "Management University "TISBI" (Kazan), Doctor of Economic Sciences, Professor
Safin I.H., e-mail: ilnur_s.h@mail.ru
postgraduate student of the department of management of NEE HPE "Management University "TISBI" (Kazan)

MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: RUSSIAN PRACTICE IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL EXPERIENCE

In the article the main models of corporate social responsibility: the Anglo-Saxon, Scandinavian and mixed are presented and analyzed. The Russian theory and practice in this area are described. The study and use of international experience with due regard to cultural and national characteristics and traditions, as well as the specifics of the economic and social environment of Russia give an opportunity to expand options to find ways of designing, modeling and dissemination of practical systems and techniques of corporate ethics and social responsibility.

Key words: Anglo-Saxon, Scandinavian, mixed model of CSR, corporate social responsibility, corporate motivation, social partnership, the hierarchy of CSR (CSR levels).