

ВВЕДЕНИЕ

Концепция социальной ответственности бизнеса уже несколько десятилетий остается актуальной и обсуждается в научном и предпринимательском сообществах. За это время предпринимателями проделан огромный путь по осознанию своей ответственности перед обществом за решение социально-экономических проблем, сохранение окружающей среды, повышение качества жизни местных сообществ, соблюдение прав человека, противодействие коррупции и за ряд других жизненно важных вопросов. На сегодня не существует единого подхода к определению социальной ответственности бизнеса, но все представленные точки зрения едины в одном: речь идет об ответственности компаний за свою деятельность перед всеми людьми и организациями, с которыми они сталкиваются в процессе функционирования, и перед обществом в целом.

Социальная ответственность представляет собой философию, или образ отношений между предпринимательскими кругами и обществом, это добровольный вклад предпринимателей в развитие общества, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Все виды ответственности (экономическая, правовая, экологическая, филантропическая, этическая и т.д.) определяют имидж компаний и их позиции на рынке, а потому компании стремятся создать себе репутацию социально ответственных хозяйствующих субъектов.

В соответствии с утвердившимися в настоящее время представлениями основной задачей социально ответственного бизнеса является достижение устойчивого развития общества¹. Последнее

¹ В настоящем сборнике мы исходим из широкой концепции устойчивости, которая охватывает не только потребности защиты окружающей среды, но и широкий спектр экономических и социальных критериев, деловых операций и процессов и в целом роль бизнеса в развитии.

подразумевает необходимость согласования масштабов эксплуатации природных ресурсов, капиталовложений, технологического развития и институциональных изменений не только с нынешними, но и с будущими потребностями человечества. На практике это означает, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и общества.

В настоящее время социальная ответственность бизнеса имеет много других названий¹, при этом, как правило, речь идет об одной и той же концепции. Так, в конце XX в. стал широко использоваться термин **«корпоративная социальная ответственность»**. В целом большинство экспертов говорят о синонимичности обоих терминов (и мы присоединяемся к такой позиции), которые являются переводом с английского языка понятия **«corporate social responsibility»**. На практике представители бизнес-среды предпочитают использовать термин «корпоративная социальная ответственность», а академические круги, общественные организации и простые люди – «социальная ответственность бизнеса». В дальнейшем в сборнике вы встретите оба термина.

Поскольку социальная ответственность превратилась в действенный и рациональный инструмент стратегии компаний, то, пожалуй, корректней использовать понятие корпоративной социальной ответственности при анализе корпоративной практики, особенно учитывая то обстоятельство, что на уровне компаний концепция устойчивого развития фактически совпадает с концепцией корпоративной социальной ответственности.

Эволюция теории и практики социальной ответственности бизнеса происходит под влиянием многочисленных процессов в политической, экономической, социальной, экологической, научно-технической и других сферах. В последние годы основной вектор ее развития был задан процессом глобализации мировой экономики, проблемами в мировой энергетике и экологии, макроэкономическими диспропорциями в мировой торговле и т.д. Новый толчок к переосмыслению роли бизнеса в устойчивом развитии и его ответственности перед обществом дал глобальный финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. Его последствия, а также ухудшение экологической ситуации обусловили появление новых законодательных и нормативных актов на уровне отдельных государств и

¹ Корпоративная ответственность, социально ответственный бизнес, корпоративная гражданская позиция, ответственный бизнес и др.

на международном уровне, которые предусматривают более жесткие рамки контроля над финансовым сектором и более жесткие экологические стандарты.

Изменения бизнес-среды и новые императивы, стоящие в настоящее время перед обществом, диктуют соответствующую коррекцию теоретических основ и практики в области социальной ответственности. Она уже началась, и получены некоторые результаты, которые полезно изучить, чтобы выявить успешный опыт, достойный копирования, и риски, сопряженные с отсутствием у компаний четкой и последовательной социально ответственной стратегии. Представленные в сборнике обзоры посвящены некоторым, на наш взгляд, наиболее актуальным направлениям развития социально ответственного предпринимательства и связанным с ними проблемам.

Сборник открывает обзор *«Теоретические основы социальной ответственности бизнеса: История, эволюция»*. В нем представлены этапы развития концепции социально ответственного бизнеса (СОБ) – начиная от идей социалистов-утопистов до современных теорий. Основное внимание уделяется различиям в подходах сторонников разных научных школ. Отмечаются динамичное развитие концепции СОБ, а также ее смешанный характер. СОБ – это, как правило, достаточно условное, собирательное понятие, отражающее взгляды в области экономики, менеджмента, социологии, этики и т.д.

В обзоре представлены типологии эволюции концепции социально ответственного бизнеса, предлагаемые зарубежными и отечественными учеными. В процессе эволюции концепция СОБ прошла путь от набора нормативных установок до сложной теоретической системы, основанной на прагматизме. Эта эволюция была тесно связана с системными изменениями, происходящими в социально-экономической и geopolитической сферах, кризисом современной модели капитализма и переходом к постиндустриальной модели, глобализацией и обострением глобальных проблем. Понятно, что на этом процесс эволюции концепции СОБ не закончится. Отношение к СОБ колеблется в зависимости от успехов бизнеса и состояния экономики. Поскольку концепция СОБ, по сути, определяет механизм взаимодействия общества, государства и бизнеса, в нашем непрерывно меняющемся мире неизбежно возникает потребность в формировании новых механизмов такого взаимодействия, что, соответственно, порождает очередной виток реконцептуализации СОБ.

Конкретные формы социально ответственного бизнеса в отдельных странах и регионах мира имеют свою специфику, обусловленную особенностями социокультурного развития, географическими и природно-климатическими условиями, сложившейся системой экономических отношений и гражданских институтов, степенью вовлеченности государства в социально-экономические процессы, традициями предпринимательства, религиозными нормами и многими другими внутренними и внешними факторами. Как отмечается в обзоре «*Страновые модели корпоративной социальной ответственности*»), в этом множестве национальных вариантов корпоративной социальной ответственности (КСО) выделяются устоявшиеся модели, продемонстрировавшие свою эффективность, а потому служащие своего рода образцом для стран, только начинающих осваивать принципы социально ответственного хозяйствования. Образцовыми считаются модели, сложившиеся в США и Канаде и в странах Западной Европы. Американская модель КСО характеризуется максимальной самостоятельностью корпораций в определении своего общественного вклада; здесь сами компании выступают инициаторами социальной ответственности, государственное регулирование КСО минимально. Европейская модель в большей степени представляет собой систему мер государственного регулирования, где корпоративная деятельность регулируется нормами, стандартами и законами на трех уровнях: общенациональном, отраслевом и на уровне отдельного предприятия. В других регионах мира модели КСО в основном находятся в стадии формирования. Заимствуя западную концепцию КСО и опыт передовых в рассматриваемой сфере компаний, предприниматели этих стран адаптируют ее под свои культурные и религиозные традиции, что способствует успешному распространению социально ответственных практик.

Российская модель КСО характеризуется незрелостью, фрагментарностью, невысокой степенью прозрачности и неразвитостью практики отчетности, хотя есть и примеры достаточно успешной политики в области КСО. У большинства российских компаний отсутствует осмысленная долгосрочная стратегия КСО. При сохранении нынешнего положения дел практика КСО в России, вероятно, останется уделом небольшого числа представителей крупнейшего бизнеса. В этой связи эксперты настаивают на необходимости перехода к комплексному и системному участию институтов власти в развитии КСО. Однако такое участие не должно отождествляться с давлением на бизнес. Роль российских институтов власти может

заключаться лишь в повышении ценности КСО в глазах бизнеса и стейххолдеров, а также в создании условий, стимулирующих компании к социально ответственной деятельности.

После глобального финансово-экономического кризиса в зоне повышенного внимания государства и общественности стран Запада находится финансовый сектор. Необходимость эффективного управления рисками заставляет финансовые учреждения более активно интегрировать принципы КСО в свою деятельность. В обзоре «*Корпоративная социальная ответственность в финансовом секторе*» показано, что развитие КСО в финансовом секторе имеет свои особенности, обусловленные как спецификой посреднического бизнеса, так и ролью этого сектора в экономике. При рассмотрении этих особенностей основное внимание уделяется влиянию на практику КСО экологического императива и энергетического перехода. Помимо традиционной для финансового сектора практики благотворительности, ответственного поведения по отношению к стейххолдерам, в настоящее время на передний план выдвинулись такие направления КСО, как ответственное финансирование проектов и ответственные инвестиции, защита окружающей среды, поддержка мелких и средних предприятий и содействие солидарной и социальной экономике.

Расширение практики ответственного финансирования предполагает учет финансовыми учреждениями экологических и социальных факторов в процессе вложения средств. Одним из направлений ответственного финансирования являются инвестиции в социально и экологически значимые проекты, такие как строительство доступного жилья, повышение энергоэффективности, использование возобновляемых источников энергии и др. При инвестировании на рынке ценных бумаг финансовые институты учитывают также результативность эмитентов по широкому кругу вопросов, связанных с устойчивым развитием. При проектном финансировании финансовые учреждения принимают решение по результатам оценки влияния финансируемого проекта на состояние ОС, качество жизни местных сообществ, а в ряде случаев – глобальных последствий. Кроме того, реализация проекта, как правило, сопровождается мониторингом и оценкой его экологической безопасности и социальной приемлемости.

В этом обзоре анализируются и другие направления КСО в финансовом секторе, в частности инициативы финансовых учреждений по поддержке социально значимых предприятий и организаций, мелких и средних предпринимателей, не имеющих доступа

к традиционным банковским кредитным продуктам, и т.д. Представлены также материалы, характеризующие масштабы участия финансовых учреждений в международных инициативах (ООН, Международная организация труда, ОЭСР, Евросоюз и др.), направленных на поддержку усилий бизнеса в области социальной ответственности, и в инициативах независимых и неправительственных организаций.

В настоящее время проблемы КСО рассматриваются в основном применительно к крупному бизнесу, что в известной степени оправдано по крайней мере двумя причинами. Во-первых, именно крупные компании, международные корпорации и ТНК располагают достаточными ресурсами (в том числе финансовыми, кадровыми и т.д.) для осуществления социально ориентированных мероприятий в интересах стейкхолдеров и всего общества. Во-вторых, именно крупные компании (особенно работающие в реальном секторе) являются главными загрязнителями планеты, а потому на них лежит основная ответственность за состояние окружающей среды и обеспечение устойчивого развития.

Ограничивая анализ только крупными компаниями, исследователи КСО обычно незаслуженно не уделяют внимание экономическим субъектам меньшего размера, которые, кстати, составляют абсолютное большинство всех участников хозяйственной деятельности. Между тем в последние годы социально ответственный бизнес развивается и на уровне мелких и средних предприятий, где он, конечно, имеет свои особенности и продвигается с разной степенью успешности в отдельных секторах. Группу лидеров по опыту социально ответственного поведения, по мнению специалистов, составляют предприятия так называемой социальной и солидарной экономики (ССЭ). Как указывается в обзоре *«Корпоративная социальная ответственность в условиях социальной и солидарной экономики»*, этот сегмент экономики объединяет множество небольших по размеру структур, таких как общества взаимопомощи, кооперативы, фонды и общественные организации и ассоциации и т.д.

Подъем ССЭ наблюдается во всем мире, и на долю этого сектора приходится от 5 до 10% мирового ВВП. Например, во Франции был принят специальный закон о ССЭ (июль 2014 г.), предусматривающий особые меры по ее поддержке. Как показала практика, деятельность предприятий ССЭ в полной мере отвечает принципам социально ответственного бизнеса. Ценности и прин-

ципы ССЭ во многом совпадают с ценностями и принципами КСО, но не тождественны им.

Специфической чертой предприятий ССЭ является то, что они не ставят на первое место цель получения прибыли. Для них характерны автономия управления, демократическое и партисипативное участие работников в процессе управления, ставка на общий результат в интересах всего коллектива, приоритет людей и труда над капиталом при распределении богатства. Поскольку предприятия ССЭ «привязаны» к конкретной территории, интересы местного сообщества для них стоят на первом месте. В обзоре рассматриваются особенности реализации КСО в рамках ССЭ; при этом особое внимание уделяется тем сферам, где организациям ССЭ удается лидировать в области социальной ответственной деятельности благодаря эффективному использованию принципов КСО.

Развитие корпоративной социальной ответственности (КСО) в России идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока медленно и фактически не охватывает малый и средний бизнес, отмечается в обзоре *«Социально ответственное предпринимательство в России»*. Достаточно заметный процесс активизации в области КСО начался в России с 2003 г. после того, как на XIII съезде Российского союза промышленников и предпринимателей Президент РФ В.В. Путин призвал российский бизнес стать «социально ответственным». В основном этот процесс охватил крупный частный или смешанный по собственности с государством бизнес. Компании стали активно внедрять современные международные стандарты социально ориентированного и экологического менеджмента, развивать взаимодействие с заинтересованными сторонами, регулярно публиковать нефинансовые отчеты, иногда в форме отчетов устойчивого развития и т.д. Многие крупные российские компании принимают участие в решении широкого круга проблем на территориях своего присутствия. Их социальные программы, как правило, направлены на поддержку развития социальной инфраструктуры, улучшение социального климата и среды обитания. Российский малый и средний бизнес ограничивается, как правило, лишь благотворительностью местного масштаба, предъявляя ее как основную форму своей социальной ответственности.

О значении практики КСО для российских компаний говорят суммы их затрат на соответствующие мероприятия. По оценкам экспертов в России крупнейшие компании выделяют на эти цели (в форме социальных инвестиций и благотворительных взносов) около 2% от оборота. Эта цифра превышает соответствующий по-

казатель для мировых компаний-лидеров в области КСО: ежегодно они тратят в среднем от 0,5 до 1,5% от своего оборота¹.

В группе российских компаний, ориентированных на социально ответственный бизнес, сформировалась устойчивая группа лидеров, деятельность которых соответствует лучшим мировым образцам. Среди них особенно выделяется нефтедобывающая компания «ЛУКОЙЛ». В обзоре подробно рассматривается опыт этой компании.

К сожалению, в России пока не сложились благоприятные условия для развития КСО, что связано как с неблагоприятной для предпринимательства средой вообще, так и с отсутствием системы мер и правил по поддержке социально ответственного бизнеса. Этим в значительной мере объясняется и тот факт, что за последние десять лет список российских компаний-лидеров в области КСО, состоящий на сегодняшний день примерно из пятидесяти ведущих бизнес-структур, мало изменился, а уровень их социально-экологической ответственности и взаимодействия с обществом остался прежним.

Г.В. Семеко

¹ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. – С. 8.