

ДЕЛО БИЗНЕСА – ДЛЯ ОБЩЕСТВА *

Аннотация: Статья представляет широкую и узкую трактовки корпоративной социальной ответственности. Обе трактовки сегодня определяют отношения российского бизнеса с государством, общественными организациями, сотрудниками и другими стейкхолдерами. Автор делает вывод о важности следованию широкой трактовки и описывает имеющиеся для этого исторические и современные предпосылки.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, ожидания общества.

В 1962 году в книге «Капитализм и свобода» американский экономист Милтон Фридман сформулировал принцип «дело бизнеса – это бизнес». Этот принцип и аргументация в пользу жесткой привязки социальных проектов к максимизации прибыли стали основой понимания корпоративной социальной ответственности вплоть до конца XX века, оказав весьма положительное влияние на бизнес-сообщество. Но сейчас такой подход стал казаться узким. Стало казаться, что он не отвечает интересам сотрудников, потребителей, государственных, общественных и иных организаций, связанных с компаниями. Более того, сегодня вытекающее из фридмановского подхода представление о корпоративной социальной ответственности (КСО) стало противоречить долгосрочным целям самих компаний и мешать осуществлению КСО как капиталобразующей активности.

Вместе с тем, в России по-прежнему многие представители бизнеса-сообщества воспринимают и реализуют КСО в ее узкой трактовке, смысл которой сводится к уплате налогов, созданию рабочих мест и производству качественных продуктов. В результате игнорирования международных рекомендаций более прозрачного ведения бизнеса и подготовки качественной корпоративной отчетности, в том числе нефинансовой, продолжает расти размер нереализованной рыночной стоимости российских компаний, который, по некоторым оценкам, уже составляет 1 трлн. долл.¹.

Развитие глобализации, общественных организаций и СМИ, изменение потребителя и многие другие факторы, приведшие в целом к изменению общества и экономики, определили необходимость по-новому, более широко взглянуть на корпоративную социальную ответственность. Сегодня в развитых странах КСО – это показатель культуры ведения бизнеса, неотъемлемая часть стратегического менеджмента и фактор социально-экономического развития регионов. Сегодня от того, как предприятия понимают свою социальную ответственность, зависит благополучие и среда обитания многих людей.

Активно отходить от узкого понятия КСО к широкому представителю международного сообщества стали в конце 1990-х. Новая, широкая трактовка КСО связывается с представлениями о необходимости «устойчивого развития», «корпоративного гражданства» и определяется тем, что включает экономические, правовые и этические ожидания, а также ожидания в области филантропии, возлагаемые обществом на коммерческие организации в конкретный период времени². Новая трактовка означает возросшую ответственность компаний перед обществом в экологической, экономической и социальной сферах, означает необходимость следовать бизнес-этике в

* © Яровой А.И.

широком смысле независимо от отраслевой принадлежности. Вместе с тем, КСО продолжает оставаться добровольной, что без сомнения правильно. КСО нельзя сводить к элементу государственной социальной политики или рассматривать ее в качестве некоего искупления. Так, добровольность КСО была подчеркнута в соответствующей трактовке, сформулированной Комиссией Европейского Сообщества в 2001 году, а также в стандартах и рекомендациях по международной нефинансовой отчетности.

Однако добровольность КСО не должна стать причиной легкомысленного отношения к ней. Игнорирование ключевых принципов КСО может существенно снизить рыночную стоимость компании, бизнес может стать менее стабильным в экономическом и социальном плане и одновременно более уязвимым к атакам стейкхолдеров. Поэтому КСО в ее широком понимании развивается так активно.

Сегодня КСО нацелена на формирование и поддержание стабильных условий ведения бизнеса. Опыт международных компаний демонстрирует подход, согласно которому они получают от КСО конкретные выгоды и преимущества аналогично другим направлениям работы по поддержанию внешней среды в состоянии, удобном для операционной деятельности. Получаемый от КСО эффект формирует лояльность и доверие к компании различных заинтересованных сторон. Поэтому КСО может выступать предметом и площадкой отношений с органами государственной власти, автоматически выполнять PR-функцию, способствовать эффективным отношениям с инвесторами, многогранно помогать менеджменту в области управления персоналом, содействовать маркетинговым и брэндинговым направлениям работы. Результаты влияния КСО в конечном итоге проявляются в росте стоимости акций и общем повышении экономической эффективности³.

Однако приобрести эти столь важные для современного бизнеса выгоды и преимущества можно, только если широкое понимание КСО на деле превращается в ответствующую практику.

В России к осуществлению КСО в широком понимании активно подталкивают не только современные факторы, но и убедительные исторические предпосылки и традиции. Во-первых, важно помнить о дореволюционной благотворительности и меценатстве. Этот опыт призывает не ограничиваться результатами, автоматически появляющимися из самой деятельности предприятия, а по мере возможности оказывать содействие культуре, науке, образованию, медицине и т.д. Во-вторых, обращает на себя внимание организованная в СССР система социальной поддержки градообразующих предприятий. Это меры, связанные, например, с обучением, отдыхом, социальными благами, и осуществляемые, в частности, в целях повышения производительности труда и развития предприятия. Таким образом, и благотворительность и своеобразная советская ответственность предприятий в свое время уже вышли за рамки узкого понимания КСО.

Сегодня число сторонников широкой трактовки КСО в России хоть и невелико, но их становится все больше. Одним из доказательств этого служит динамика увеличения числа корпораций, подготавливающих нефинансовые отчеты по международным стандартам и рекомендациям. Согласно национальному регистру РСПП сегодня уже более 60 компаний готовят нефинансовые отчеты, в то время как 3 года назад их было немногим больше 30, пять лет назад – почти 10, а восемь лет назад – всего 1⁴. В пользу развития темы говорит и внимание к ней СМИ, и ежегодно возрастающие объемы социальных инвестиций, и регулярные конференции специалистов, символизирующие, что КСО постепенно выделяется в отдельную сферу знаний.

К тому, чтобы выходить за рамки узкого понимания КСО подталкивает и объективная реальность в регионах – во многих областях по-прежнему остро стоит про-

блема с «унаследованной» социальной нагрузкой на предприятия. Ее возобновление – это та же современная социальная ответственность бизнеса, просто не всегда еще идентифицируемая руководством предприятий как таковая. Она может и должна трактоваться как КСО в широком смысле, для этого ее нужно лишь отчасти трансформировать согласно наработанным современным зарубежным стандартам и рекомендациям, чтобы она приносила более существенную отдачу для компании. Со временем станет актуальной тема не только возобновления угасшей, но и внедрения принципов корпоративной ответственности в тысячах предприятий и компаний среднего бизнеса, открытых в стране за последние 20 лет.

Таким образом, несмотря на развитие в России КСО в ее широком понятии, многие представители постперестроечного бизнеса все еще фокусируются на ее устаревшем, узком смысле. Недооценивая имеющуюся историю и опыт, а также современные условия ведения дел, ряд бизнесменов воспринимает КСО в ее широкой трактовке как привносимое чисто западное явление, смысл которого не всегда четко виден или «работает только в западных условиях». Конечно, трудности с развитием практики КСО в стране есть, но вместе с тем, сталкиваясь сегодня с ней, они забывают о том, что сама идея социальной ответственности бизнеса для России не нова. Об успешности перехода на современную идеологию КСО говорит и опыт передовых российских бизнес-структур. Сегодня широкое понимание КСО в стране объективно востребовано и имеет хорошую исторически подготовленную почву. Таким образом, в нашей стране в перспективе должны появиться основания говорить об изменении фридмановского высказывания: «дело бизнеса – для общества».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Будущее корпоративной отчетности. Как вернуть доверие общества. – М.: Альпина Паблишер, 2003. С.6
2. Business Ethics. Dirk Matten, Andrew Crane. 2007, Second Edition by Oxford University Press Inc., - стр. 49
3. Corporate Social Responsibility Handbook. Tony Hoskins. ICSA Publishing Ltd, 2007, - стр. 204
4. Развитие социально-ответственной практики. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов. РСПП, 2008, - стр. 14, стр.18.

A. Yarovoy

BUSINESS CASE – FOR SOCIETY

Abstract: The article describes broad and tight interpretations of corporate social responsibility. Both interpretations are relevant to define relations of Russian business with government, non commercial organizations, personnel and other stakeholders. Author comes to conclusion that there is a need to comply with broad interpretation and describes respective historic and modern background.

Key words: corporate social responsibility, sustainable development, society's expectations.