

УДК 334.012.23:316

ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная политика, экономический кризис, регулирование социально-трудовых отношений

А. Н. Гаркавенко, Е. Ю. Лосева, Е. А. Пилюгин

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК МЕХАНИЗМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КРИЗИСНЫМ ЯВЛЕНИЯМ¹

В статье обосновывается особая значимость и актуальность вопросов социальной ответственности в условиях кризиса. Разработана система социально-экономических показателей, отражающих результативность социальной ответственности бизнеса. Выделены два аспекта (уровня) социальной ответственности бизнеса: корпоративный, который, в первую очередь, ориентирован на сотрудников фирмы и членов их семей и связан с наращиванием человеческого капитала, и территориальный, который нацелен, прежде всего, на качество (уровень и условия) жизни населения территории.

Экономический кризис в России углубляется и перерастает в кризис социальный. Болезненные последствия кризиса чувствуют все больше граждан. Каждый день из регионов приходят новости об увольнениях, неоплачиваемых отпусках, сокращениях заработной платы. Финансовый кризис стал для компаний своего рода моментом истины для верности принципам корпоративной социальной ответственности (КСО). Существует мнение, что в ситуации кризиса социальная ответственность бизнеса заключается, прежде всего, в том, чтобы компания удержалась на рынке, сохранив рабочие места. Социальные программы бизнеса будут, безусловно, трансформироваться, но это не означает, что они будут закрыты. Они должны приобрести новые качества и новые направления.

В условиях кризиса особую ценность приобретает диалог — разговор о существенных проблемах власти, бизнеса и общества. Конкретные возможности оптимизации социально-гражданских проектов бизнеса состоят в организации взаимодействия с федеральными и региональными органами власти. Так, например, на заседании Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отно-

шений были утверждены рекомендации по взаимодействию работников и работодателей в условиях экономического кризиса, подписанные главой Минздравсоцразвития России Татьяной Голиковой, президентом РСПП Александром Шохиним и председателем Федерации независимых профсоюзов России Михаилом Шмаковым. Среди возможных мер, связанных с сохранением кадрового потенциала и рабочих мест, предусмотрена возможность создания специальной комиссии, совета или иного антикризисного органа по заключению и контролю выполнения трудовых договоров; предусмотрено опережающее профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации работников, находящихся под угрозой увольнения, оказание помощи в поиске работы в профильных организациях, направление работников на обучение другим профессиям в связи с возможным репрофилированием производства и установление режима неполного рабочего времени для самостоятельного поиска работы.

В качестве доказательства того, что в условиях кризиса вопросы социальной ответственности становятся особо актуальными, приведем следующие примеры. 11 декабря 2008 г. в Москве состоялся второй ежегодный Национальный форум корпоративной социальной ответственности (КСО) — «Социальная ответственность российского бизнеса: новые вызовы и перспективы». Форум объединил около ста представителей органов власти, бизнеса и общества, которые приняли участие в обсуждении социальных стратегий и тактик российских компаний в период кризиса. 21 мая в Совете Федерации прошли парламентские слушания «Корпоративная социальная ответственность в период экономического кризиса: вызовы, опыт, перспективы». В рамках мероприятия прошла церемония вручения премии 2009 года «За лучший социальный отчет / отчет в области устойчивого развития». На представительном Петербургском международном экономическом форуме в июне 2009 г. в секции «Социальная политика в условиях кризиса»

¹ Публикация выполнена при поддержке гранта РГНФ 08-02-00237а «Разработка механизма экономической оценки влияния социальной ответственности бизнеса на устойчивое развитие регионов России».

ставились следующие вопросы: Кому помогать в первую очередь: бизнесу или людям? Как создать государство с высоким уровнем социального обеспечения? Где эффективней в условиях бюджетного дефицита использовать государственные средства: на дотации семьям, субсидии или льготы предприятиям? Прибыльность или социальная ответственность?

Сегодняшняя экономическая ситуация в мире во многом вызвана кризисом доверия, порожденным погоней компаний за прибылью в ущерб устойчивому развитию. Корпоративная ответственность на фоне глобального беспорядка может содержать следующие рецепты выправления ситуации и возвращения доверия к рынку: отстаивать принципы устойчивого, а значит долгосрочного развития бизнеса, не игнорировать общественные запросы, следовать концепции корпоративной социальной ответственности, настойчиво поддерживать становление в России не декларируемого, а реального социально ориентированного государства. КСО необходимо переориентировать на программы и проекты взаимодействия и поддержки в местных сообществах в регионах присутствия компаний, перенаправлять деньги на программы адаптации безработных, их переквалификацию, поддержку малого бизнеса и неимущих, а также сохранить хотя бы минимальный размер социального пакета для работников предприятий и членов их семей. Идеальная социальная программа кризисного времени — это программа, которая основывается на самоорганизации людей, внимательном отношении к их нуждам и запросам, вовлекает сотрудников, партнеров и клиентов, способствует укреплению доверия. Корпоративная социальная ответственность является не вторичным фактором, а напрямую влияет на стоимость компании. При грамотном включении КСО в стратегические антикризисные меры возможно получение эффектов, которые никакими другими путями получить не удастся. Это касается, в первую очередь, такого ценного фактора, как доверие. Очень важно уметь связывать социальные проекты и экономическую деятельность, просчитывать эффекты социальных инвестиций, последовательно оптимизировать свои нефинансовые риски, которые в условиях кризиса только будут нарастать. Более чем 250 исследований на тему взаимосвязи между социальными и финансовыми показателями не обнаружили негативного воздействия КСО.

При разработке системы социально-экономических показателей, отражающих результа-

тивность социальной ответственности бизнеса, следует иметь в виду такую ответственность хозяйствующих субъектов, которая осуществляется ими сверх обязательных платежей в бюджеты разных уровней и внебюджетные фонды.

При этом мы выделяем два аспекта (уровня) социальной ответственности бизнеса: корпоративный, который в первую очередь ориентируется на сотрудников фирмы и членов их семей, — он связан с наращиванием человеческого капитала, и территориальный, который ориентируется, прежде всего, на качество (уровень и условия) жизни населения той территории, на которой фирма осуществляет свою экономическую деятельность (так называемая территория присутствия хозяйствующего субъекта).

Рассмотрим эти два уровня подробнее (см. рис. и табл.).

Корпоративный аспект нами предлагается рассматривать и оценивать с помощью двух основных групп показателей: показатели формирования трудового потенциала хозяйствующего субъекта и показатели, характеризующие уровень жизни сотрудников фирмы. В качестве основных показателей формирования трудового потенциала предприятия мы принимаем следующие параметры: профессиональная подготовка и повышение квалификации сотрудников фирмы, их здоровье, охрана и улучшение условий труда и отдыха, а также улучшение жилищных условий, поскольку люди, проживающие в плохих жилищных и бытовых условиях, направляют всю свою энергию на решение именно этой проблемы (им не до наращивания своего человеческого капитала, да и здоровье их, а следовательно, и продуктивность труда от проживания в плохих или вредных условиях также заметно страдают).

Что же касается территориального аспекта, то он рассматривается нами с позиции пяти составляющих:

- 1) влияние бизнеса на уровень занятости населения;
- 2) роль бизнеса в развитии объектов социальной и инженерной инфраструктуры территории;
- 3) экологическая ответственность бизнеса — программы по охране окружающей природной среды территории;
- 4) роль бизнеса в формировании здорового образа жизни местного населения;
- 5) культурная составляющая социальной ответственности бизнеса.

В соответствии с предложенной общей схемой показателей, отражающих основные на-

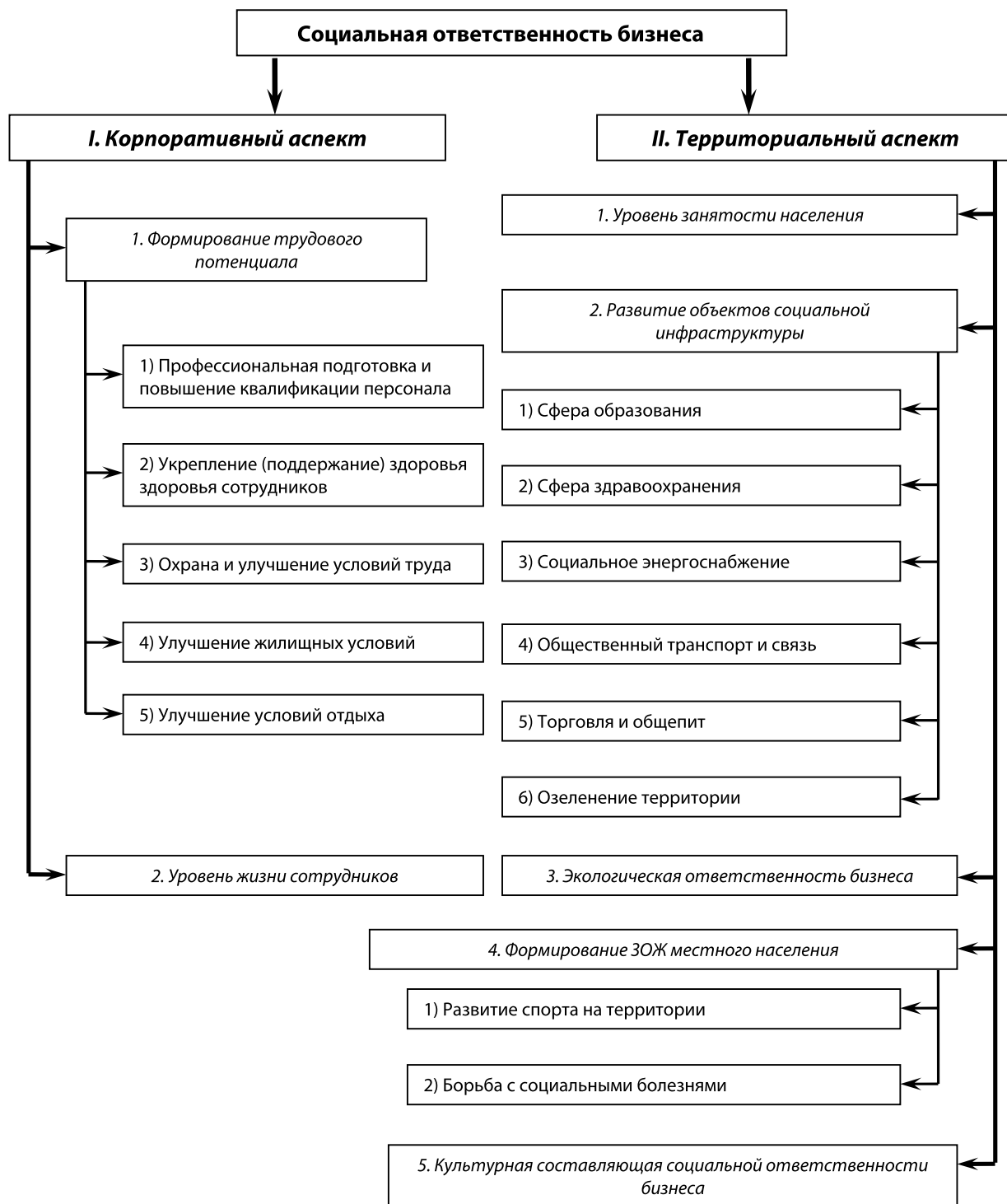


Рис. Система социально-экономических показателей результативности социальной ответственности бизнеса

правления социальной ответственности бизнеса, нами предлагается система параметров оценки результатов корпоративной социальной ответственности на внутрифирменном и территориальном уровнях.

При оценивании результативности социальной ответственности бизнеса необходимо провести разграничение понятий прямых и конечных количественных результатов социаль-

ной корпоративной ответственности. При этом на первом этапе следует оценивать величину средств в денежном выражении, расходуемых фирмой на то или иное социальное направление. На втором этапе оцениваются показатели материального воплощения результатов социальной ответственности в натуральном выражении. На третьем этапе проводится оценка конечных показателей ответственности бизнеса в социаль-

Таблица

Система социально-экономических показателей результативности социальной ответственности бизнеса

Уровень показателей	Группа показателей	Подгруппа показателей	Пример (пояснение)
Корпоративный аспект	1. <i>Формирование трудового потенциала</i>	Профессиональная подготовка и повышение квалификации	Получение технической специальности или профессиональная подготовка персонала на рабочем месте
		Укрепление (поддержание) здоровья сотрудников	Организация дорогостоящего лечения или санаторного отдыха для сотрудников и членов их семей
		Охрана и улучшение условий труда	Улучшение санитарных условий на производстве
		Улучшение жилищных условий	Повышение уровня обеспеченности сотрудников жильем
		Улучшение условий отдыха	Строительство турбазы
	2. <i>Уровень жизни</i>	Дополнительная пенсия для бывших сотрудников, отработавших на предприятии определенный стаж	
Территориальный аспект	1. <i>Уровень занятости населения</i>		Создание рабочих мест
	2. <i>Развитие объектов социальной и инженерной инфраструктуры</i>	Сфера образования	Строительство детского сада
		Сфера здравоохранения	Строительство либо ремонт поликлиники
		Социальное энергоснабжение	Возведение котельной
		Общественный транспорт и связь	Обновление автобусного парка или модернизация АТС на территории присутствия хозяйствующего субъекта (фирмы)
		Торговля и общепит	Строительство столовых, кафе, магазинов
		Озеленение территории	Создание парков, скверов, аллей
	3. <i>Экологическая ответственность бизнеса</i>	Возведение очистных сооружений, переработка вредных отходов, бытового мусора и т. п.	
	4. <i>Формирование здорового образа жизни местного населения</i>	1) Развитие спорта на территории	Возведение объектов физической культуры и спорта (стадионов, бассейнов и т. п.)
		2) Борьба с социальными болезнями	Профилактика наркомании
5. <i>Культурная составляющая</i>	Строительство либо реставрация театров, музеев		

ном выражении. Например, если рассматривать социальную ответственность какой-либо организации в отношении улучшения жилищных условий ее сотрудников (в частности, уровень их обеспеченности жильем), то на первом этапе следует произвести оценку величины средств, затрачиваемых рассматриваемой организацией на строительство нового, а также на покупку жилья на вторичном рынке (либо его ремонт) для последующего его предоставления сотрудникам данной организации. Тогда на втором этапе будет оцениваться показатель, отражающий количество квадратных метров построенного, приобретенного или отремонтированного жилья, предназначенного для сотрудников рассматриваемой организации. И наконец, на третьем этапе выполняется оценка количества сотрудников организации, фактически улучшивших свои жилищные условия за счет реализации данной социальной программы.

Главной задачей социальной ответственности бизнеса должно стать максимально возможное приближение конечных результатов (показателей анализируемых на третьем этапе) к заранее поставленным целям корпоративных социально ориентированных программ и мероприятий.

В соответствии с вышесказанным нами предлагается следующая система количественно-качественных показателей, используемых при оценке результативности социальной ответственности бизнеса:

I. Корпоративный уровень.

1. Показатели формирования трудового потенциала.

1) *Профессиональная подготовка и повышение квалификации работников:*

— прием учреждениями профессионального образования каждого вида учащихся (студентов, аспирантов, докторантов) и выпуск ими

квалифицированных рабочих (служащих, специалистов, бакалавров, инженеров, магистров, кандидатов, докторов наук) по направлениям (договорам) от предприятий;

— повышение уровня квалификации сотрудников предприятия: рост производительности труда.

2) Укрепление здоровья сотрудников:

— число впервые выявленных заболеваний, зарегистрированных больных с диагнозом, установленным впервые в жизни;

— количество невыходов сотрудников предприятия на работу по причине временной нетрудоспособности (болезни), человеко-дни.

3) Охрана и улучшение условий труда (обеспечение производственной безопасности и снижение уровня производственного травматизма):

— удельный вес занятых во вредных и опасных условиях труда, %;

— численность лиц с впервые установленным профессиональным заболеванием (отравлением);

— число пострадавших от несчастных случаев на производстве и со смертельным исходом за период в расчете на 1 тыс. человек персонала;

— численность работников, участвовавших в забастовках (голодовках) в расчете на 1 тыс. работающих.

4) Улучшение жилищных условий работников предприятия (уровень обеспеченности сотрудников жильем):

— количество общей площади жилья, приходящейся в среднем на одного человека (сотрудника организации), м²;

— ввод в действие жилых домов (м² общей площади) и отдельно квартир (единиц) для работников предприятия;

— общая площадь капитально отремонтированного жилья, м².

5) Улучшение условий отдыха:

— число учреждений культурно-досугового типа каждого вида (для клубных учреждений — число мест в зрительных залах), состоящих на балансе предприятия;

— число организаций (учреждений) отдыха (профилакториев, пансионатов и т. п.), состоящих на балансе предприятия и количество мест в них в расчете на 1 тыс. работников организации;

— число сотрудников и членов их семей, отдохнувших в подобных организациях за смену (сезон) в расчете на 1 тыс. численности персонала;

— число гостиниц и аналогичных средств размещения, а также их единовременная

вместимость в расчете на 1 тыс. персонала предприятия.

2. Показатели уровня жизни сотрудников предприятия

Наиболее важным показателем уровня жизни является величина потребительского бюджета домохозяйств сотрудников предприятия как социальный параметр потребления товаров и услуг. Кроме того, в качестве индикатора уровня жизни выступает степень обеспеченности сотрудников предприятия основными материальными благами (холодильниками, стиральными машинами, телевизорами, личным автотранспортом) в расчете на 100 домохозяйств сотрудников.

II. Территориальный уровень.

1. Показатели занятости населения:

— число вновь созданных рабочих мест на предприятии;

— уровень безработицы (в т. ч. зарегистрированной), %;

— напряженность на рынке труда, число безработных на одну вакансию.

2. Показатели развития объектов социальной инфраструктуры.

1) Сфера образования:

величина затрат (или их доля в общей структуре расходов хозяйствующего субъекта) на строительство, ремонт либо оснащение учебно-методическими пособиями дошкольных, общеобразовательных и детских досуговых учреждений, функционирующих на территории присутствия фирмы. Конечными показателями здесь являются: а) охват детей дошкольными образовательными учреждениями, число мест в ДООУ на 100 детей дошкольного возраста; б) доступность дошкольного образования, число детей, нуждающихся в услугах данного типа учреждения на 100 мест в ДООУ; в) уровень образованности (грамотности) населения (в возрасте 15 лет и старше) на 1000 жителей территории; г) число детских оздоровительных учреждений (летних лагерей) на балансе предприятия и детей, отдохнувших в них за лето, в расчете на 10 тыс. населения территории.

2) Сфера здравоохранения:

— величина затрат (или их доля в общей структуре расходов хозяйствующего субъекта) на строительство либо ремонт учреждений здравоохранения, расположенных на территории присутствия фирмы;

— размер расходов на закупку либо собственное производство отдельных видов медицинских препаратов и дорогостоящей медицинской техники, а также оснащение ими учреждений здравоохранения;

— величина средств, выделяемая фирмой на строительство, реконструкцию и оснащение роддомов и интернатов для детей-сирот. Конечными показателями здесь являются: а) материнская смертность на 100 тыс. живорождений; б) число прерываний беременности (абортов) на 100 родов; в) коэффициенты младенческой смертности по основным классам причин смерти (умерших в возрасте до 1 года, на 10 тыс. родившихся живыми); г) число детей-сирот и детей оставшихся без попечения родителей, а также безнадзорных и беспризорных детей в расчете на 10 тыс. населения территории.

Итоговыми показателями по этой подгруппе являются уровень рождаемости, заболеваемости, смертности и продолжительности жизни местного населения.

3) Сфера социального энергоснабжения:

— величина средств, выделяемых фирмой на сооружение и ремонт всех видов энергопроводов, электроподстанций и котельных социального назначения;

— длина (в км) вновь построенных либо отремонтированных на средства хозяйствующего субъекта энергопроводов, количество вновь построенных либо отремонтированных электроподстанций и котельных социального назначения.

4) Общественный транспорт и связь:

— величина затрат фирмы на обновление и капитальный ремонт парка пассажирского транспорта общественного назначения всех видов;

— число маршрутов и их суммарная протяженность (в км) по каждому виду общественного транспорта, а также число рейсов (регулярность) каждого маршрута;

— величина затрат фирмы на строительство, реконструкцию либо ремонт объектов транспортной инфраструктуры (дорог, мостов, путепроводов, остановочных пунктов);

— протяженность вновь построенных либо отремонтированных на средства хозяйствующего субъекта дорог и количество возведенных (либо реконструированных) объектов пассажирской транспортной сети (мостов, путепроводов, остановочных пунктов и т. п.).

— величина затрат фирмы на ремонт, модернизацию либо техническое оснащение почтовых и телеграфных отделений связи, а также стационарных АТС и базовых станций покрытия сотовой связи;

— количество возведенных (либо реконструированных) на средства хозяйствующего субъекта объектов связи.

5) Розничная торговля и общественное питание:

— величина затрат фирмы на ремонт, модернизацию либо техническое оснащение учреждений розничной торговли и общественного питания;

— число или общая площадь (кв. м) отремонтированных на средства хозяйствующего субъекта объектов розничной торговли и общественного питания;

— среднее число обслуженных посетителей подобных учреждений каждого вида за единицу времени (год, квартал, месяц).

б) Озеленение территории:

— величина затрат фирмы на увеличение и (или) обустройство площадей зеленых насаждений (парков, скверов, аллей);

— совокупная площадь озелененной (благоустроенной) на средства хозяйствующего субъекта территории.

3. Показатели экологической ответственности бизнеса

— величина затрат предприятия на: ввод в действие дополнительных установок для улавливания и обезвреживания вредных веществ из отходящих газов, ввод в действие станций для очистки сточных вод и систем оборотного водоснабжения, рекультивацию земель, ввод в действие дополнительных установок (мощностей) по утилизации и переработке бытовых и промышленных отходов;

— количество вновь введенных (либо реконструированных) на средства предприятия объектов экологической защиты территории либо общая площадь рекультивированных земель, или общая масса переработанных бытовых и промышленных отходов;

— общая величина вредных выбросов и сбросов от хозяйствующего субъекта в окружающую природную среду.

4. Показатели формирования здорового образа жизни населения.

1) Развитие спорта:

— величина средств, выделяемых фирмой на строительство и обустройство (оснащение) объектов физкультуры и спорта (стадионов, бассейнов, спорткомплексов и т. п.);

— общая площадь вновь возведенных и отремонтированных объектов физкультуры и спорта, а также количество приобретенных на средства хозяйствующего субъекта единиц спортивного инвентаря.

2) Борьба с социальными болезнями:

— величина средств, выделяемая фирмой на профилактику и борьбу с наркоманией и алкоголизмом.

Итоговыми индикаторами здесь будут выступать численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях с диагнозом: алкоголизм и алкогольные психозы, наркомания, токсикомания; смертность от отдельных причин, связанных с употреблением алкоголя и наркотиков, всего умерших на 100 тыс. человек населения, в т. ч. в трудоспособном возрасте.

5. Показатели социальной ответственности бизнеса в сфере развития объектов культуры:

— величина средств, выделяемых фирмой на строительство, реконструкцию, модернизацию и оснащение культурных объектов территории: театров, музеев, библиотек (в т. ч. пополнение библиотечного фонда);

— общая площадь вновь возведенных или отремонтированных объектов культуры, а также количество приобретенных на средства хозяйствующего субъекта единиц библиотечного фонда, установленных дополнительных мест в зрительных залах и т. п.

— число посещений местным населением объектов культуры за период.

Всего нами предложено 60 показателей оценки результативности социальной ответственности бизнеса, из которых: 17 относятся к параметрам корпоративного уровня, а остальные 43 характеризуют территориальный уровень социальной ответственности хозяйствующих субъектов.

Степень изменения величин этих индикаторов (при осуществлении социального инвестирования со стороны бизнес-структур) в ту или иную сторону, а точнее степень и скорость приближения значений выбранных нами параметров к заранее поставленным целям в их числовом выражении покажут нам результативность социальной ответственности бизнеса.

Учитывая вышесказанное, следует отметить, что результативность социальной ответственности бизнеса должна, по нашему мнению, оцениваться в первую очередь с точки зрения *степени достижения поставленной цели социального развития*. Кроме того, оценка результативности должна учитывать фактор времени: очевидно, что чем в более короткие сроки получены запланированные результаты и достигнута поставленная цель, тем результативность социальной деятельности предприятий (в подавляющем большинстве случаев) выше.

Таким образом, именно кризис может послужить тем катализатором, благодаря которому КСО из разряда модных слов выкристаллизуется в эффективный инструмент управления и

приведет к возрастанию роли КСО в обществе. Население будет лучше осознавать значение КСО и ее составляющих: коллективные договоры, трудовые контракты, дополнительные бонусы на работе, обучение сотрудников. Ведь когда все хорошо, то на это не обращают внимания. Запрос появляется, когда не все гладко. Тогда и возникает момент ответственности. Усилится роль СМИ в донесении до бизнеса ожиданий общества, а также в формировании позитивных новостей. Возрастет количество партнерских проектов. Из-за неспособности, в том числе и финансовой, поддержать проект, компании перейдут на развитие межсекторного партнерства и объединение ресурсов с другими организациями для усиления эффекта.

В условиях кризиса социальную ответственность нужно рассматривать в стратегической перспективе: как сделать экономику эффективной, а социальные гарантии — реальными? Иначе «дорогие деньги» будут попросту выброшены на ветер. Социально ответственный бизнес покупает товары и услуги в своей стране, развивая внутренний рынок и давая заработать отечественным специалистам и предпринимателям. Социально ответственный бизнес увеличивает долю готовой продукции и вкладывает средства в интеллектуальный труд и инженерную мысль. Социально ответственный бизнес вкладывает средства в образовательные программы и перспективные научные разработки. Социально ответственный бизнес требует от политиков выполнения законов и ответственности перед избирателями. Поэтому необходимо формировать в обществе понимание роли предпринимательства как центра социальной ответственности за развитие экономики.

Список литературы

1. Глотова М., Фафенроут И. Разгребание критической массы // Эксперт. 2009. №17-18 (656). с. 36—39.
2. Козаков Е. М. О социальной ответственности бизнеса // Журнал экономической теории. 2007. №1. с. 67.
3. Козина И. М. Особенности «социально ответственного бизнеса» российских предприятий // Журнал исследований социальной политики. 1998. № 3. Том 3. с. 367—378.
4. Пак О. А. Социальная ответственность регионального бизнеса // Стратегия развития региона. 2008. №24.
5. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса. М.: АМР. 2002. с. 76.
6. Сухарев О. Мировой финансовый кризис и способность экономики к развитию. // Экономист. 2008. №12. с. 16.
7. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность? // Управление компанией. 2004. № 7. с. 46.
8. Юсим В. Первопричина мировых кризисов // Вопросы экономики. 2009. №1. с. 28—39.