УДК 658.254

Пружинин А.Н.

Иркутск

**Развитие корпоративной социальной ответственности бизнеса в России**

**Аннотация.** В статье рассматривается теоретические подходы к определению корпоративной социальной ответственности бизнеса, приводятся рейтинги некоммерческих отчетов крупных компаний, рассматриваются проблемы развития КСО в РФ.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, концепции КСО

Pruzhinin A.N.

Irkutsk

**Development of corporate social responsibility of business in Russia**

Annotation. The article deals with theoretical approaches to the definition of corporate social responsibility of business, provides ratings of non-commercial reports of large companies, examines the problems of CSR development in the Russian Federation.

Key words: corporate social responsibility, social responsibility of business, CSR concepts

Концепции корпоративной социальной ответственности становятся актуальными для российского общества с переходом экономики РФ на рыночные рельсы. В капитализме государство не является единым собственником ресурсов её территории, существенная часть ответственности за развитие человеческого капитала и социокультурного воспроизводства в целом должно взять на себя предпринимательство, но на данный момент в РФ ещё окончательно не определены категории корпоративной социальной ответственности (КСО) и не сформированы механизмы реализации. Исторически на нашей территории всегда были подобные механизмы: в дореволюционной России была развита благотворительная деятельность, в советском союзе подобны функции несли предприятия. На сегодня в законодательной области государство «осталось» в социализме т.е. практически всю социальную сферу обеспечивает только оно, но как было сказано выше, не владея всеми ресурсами своей территории, которые на 49% находятся в «частных» руках. Следовательно, встает необходимость в формировании новых механизмов управления социальной ответственности бизнеса [1].

В странах запада за несколько веков рыночной экономики категория КСО основательно определена и закреплена законодательно. Как правило в странах развитого капитализма КСО обязательна для компаний и включает в себя программы по улучшению экологического состояния окружающей среды, промышленной безопасности, спонсирования научных исследований, поддержку культуры, науки, спорта и др. А также спонсируются направления, не относящиеся на прямую к сфере деятельности бизнеса. В странах «молодого капитализма» к которым можно отнести Россию и Китай КСО чаще определяется, как своевременные выплаты заработной платы, уплата налогов, а поддержка социальной сферы, культуры и науки и .т.д. относится населением РФ к обязанностям государства [2] .

Область социальной ответственности бизнеса рассматривается в работах: В. Иноземцева, Э.Тоффлера, Ф.Фукуямы, Г.Боуэна. По определению Г.Боуэна: «КСО это такая политика и управленческие решения менеджеров, которые в наибольшей степени соответствуют ожиданиям и ценностям общества. Чтобы эти принципы были нормой, менеджеры должны понимать, что устойчивость бизнеса и его будущее зависит от стабильности развития общества, лояльности властей, благоприятного имиджа в глазах населения» [3]. Подобный термит согласуется с концепцией «разумного эгоизма», который говорит о том, что благотворительность вообще неуместна для бизнеса, и своей социальной нагрузкой компании должны обеспечивать себе долгосрочные условия для успешной конкуренции на рынке. Противоположный подход говорит о том, что КСО является этической нормой для бизнеса и содержит в себе свободный альтуизм. Следует заметить, что в зависимости культурных особенностей страны, её специфики «проблемных зон территории» и устойчивости экономических и политических условий реализация и приоритеты направления КСО будут варьироваться. Можно предположить, что в альтруистической концепции КСО компании будет направлено преобладающим образом во внешнею среду, когда подход разумного эгоизма скорее будет включать в себя и направленность на саму компанию: образование собственных кадров и повышение их квалификации, повышения уровня социальных льгот и т.п. Ещё одним наиболее ёмким и распространённым определением КСО является формулировка американского объединения корпораций Business for social responsibility «корпоративная социальная ответственность- это достижения коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде». Таким образом получается, что КСО может иметь множество направлений необходимых для социокультурного воспроизводства, не связанных напрямую с деятельностью бизнеса, либо вестись в рамках «первоначальной социальной ответственности» достойный уровень заработных плат, социальные гарантии работникам, безопасность их рабочих мест и неуклоннее от налогов. Причинами могут быть желание нести пользу и помогать людям, либо же создание положительного имиджа в глазах населения, обеспечение своей конкурентоспособности, например, через сотрудничество с образовательными организациями – их спонсорство и «формирование специалистов под заказ», заточенных на решение задач в определенной области и.т.п. Все это будет зависеть от ресурса компании и развитости рынка, устойчивости развития предприятия, причинами КСО и благотворительности также может быть давление местных властей «за право реализовывать свою деятельность» с чем очень часто сталкиваются нефтегазовые компании. Так или иначе, можно сказать, что в общей сложности причины КСО и благотворительности, будь они эгоистические – все равно будут создавать хоть какие-то благоприятные условия для развития человеческого капитала, если же это причины альтруистические, то они также будут благоприятно сказываться на развитии человеческого капитала. Границы данных причин КСО достаточно условны, и во многом будут зависеть от внешних факторов рынка о которых было сказано выше, а также от культурных особенностей страны. Но существуют единые условия существования системы КСО, которые характерны для любой страны и Россия в этом плане не исключение.

1. Принципы корпоративного управления, который говорит о корпоративном управлении компанией и обществом в целом. Но в сущности в данном случае здесь говориться о балансе интересов акционеров, менеджеров и отдельных групп.
2. Политика социальной ответственности перед персоналом, которая необходима по двум основным причинам: экономической - работник, ощущающий заботу работодателя и обеспеченность социальными гарантиями имеет более высокую производительность на работе, и этической – люди, вкладывающие усилия в развитие компаний имеют право на разделение благ, получаемых в результате.
3. Ответственность перед своими потребителями и клиентами. Социальная ответственность предполагает соблюдение прав потребителя на качественную продукцию и достаточную информацию о ней.
4. Ориентация на длительные отношения с партнерами. Т большинство современных компаний в процессе создания своего продукта сотрудничают с рядом других фирм, носящих в большинстве своем «вспомогательные» функции: рекламные агентства, транспортные услуги, услуги аудиторских, клининговых и др. компаний. То подобные взаимоотношения желательно видеть стабильными и качественными, чтобы иметь повышенные гарантии в результатах, гарантиях и как следствие доходах и социальных благах.
5. Социальная политика - реализуемая в обществе, составляет большую ценность для всех КСО компании, т.к. её внешняя реализация интересна СМИ и создает благоприятный имидж для компаний в глазах населения, формирует лояльность властей.
6. Охрана окружающей среды- в большинстве стран к этому направлению, либо призываются все компании, либо обязываются участвовать в улучшении экологической обстановки [4].

В 2002 году компании «Газпром», «Рязанская ГРЭС» опубликовали нефинансовые экологические отчеты, можно считать, что практика КСО в России началась именно с них. В 2014 году в библиотеке нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей зарегистрировано 469 нефинансовых отчетов компаний, работающих на российском рынке. По итогам 2013 года компания «ЭкоПромСистемы» совместно с национальной службой мониторинга подготовили интегральный рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний. ( см.табл 1) Если рассмотреть в частном порядке КСО нескольких крупных компаний, то социальные программы ОАО «Газпром» направлены на поддержку детских проектов спорта, культуры, живописи, кинематографа, образования, науки, помощь незащищенным слоям населения, ветеранам ПАО «Газпром». ОАО «Роснефть» поддержка образования, науки, здравоохранения, детских дошкольных учреждений, ветеранов и инвалидов, коренных малочисленных народов севера, восстановления православных храмов,. ОАО «Лукойл» помощь сферам образования, медицины, музеев, корпоративного волонтерства. За 20 лет КСО «Лукойл» выделил 73,1 млн дол. ОАО «Сбербанк» поддержка спорта, образования и здравоохранения. Из всех перечисленных компаний в таблице 17 вошли в рейтинг крупнейших публичных компаний мира. Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что КСО в России является привилегией только крупного бизнеса, в области банковской сферы или добывающей промышленности. Возможно причинами невыхода среднего бизнеса в область социальной ответственности бизнеса являются проблемы социальной нестабильности в стране, невозможность быть уверенным в своем завтрашнем дне. А также неотрегулированными мерами государства по стимулированию и поддержке бизнеса, и главным образом контролировании и ограничении компаний. Государственная власть, как и раньше идет по пути запретов.

Необходимо добавить, что социальная ответственность может быть выражена и в работе некоммерческих организаций, и здесь сражу же возникает проблема низкой активности гражданского общества. Современные благотворительные организации можно разделить на семь групп: частные филантропы, самостоятельные благотворительные фонды, корпоративные благотворительные фонды, благотворительные фонды известных людей, благотворительные фонда крупных предпринимателей, международные благотворительные организации, небольшие благотворительные организации, церковь. (см табл 2) Отличительные черты самостоятельных благотворительных фондов можно определить следующим образом: общее время создания 2003-2005 гг. за данный период организации смогли приобрести существенный опыт деятельности, который может уверенно конкурировать с другими формами благотворительности. Имеется достаточно широкий спектр социальных программ, охватывающий как область культуры и искусства, науки, образования, спорта, медицины, и сохранения духовного наследия. Некоторые фонды охватывают до 12 регионов России, тем самым формируя у общественности новые стандарты социальной ответственности общества перед самим собой. Внушительные объемы аккумуляции и распределении средств пожертвований до 14 млрд.руб. в год. И несоответствие социальной отчетности международным стандартам, меньшая прозрачность денежных потоков в сравнении фондов известных личностей. (см табл 3) Как можно видеть из представленных данных преимущественная деятельность фондов связана с помощью больным детям, немногие организации занимаются поддержкой науки, спорта, культуры и направлений искусства, фондов, которые специализировались, например, только на науке или образовательной деятельности нет. При этом все реализованные проекты слабо освещаются в СМИ или на сайтах фонда. Высокая прозрачность собираемых и перечисляемых средств.

Характеристика деятельности благотворительных фондов крупных предпринимателей приведена в (табл. 4). Общие черты данных фондов следующие: более длительная история существования, начиная с 1998-1999 гг. Крупные потоки привлечения средств и размеров пожертвований до 7 млн.дол. в год. Более узкие направления вложения ресурсов: образование, здравоохранение, пожилые люди, территориальное развитие. Более значимым направлением является сфера образования и науки.

Сложившиеся ситуация благотворительных фондов наглядно показывает нам, что увеличивается число подобных организаций, сами организации слабо себя освещают в СМИ и тем самым не дают знать общественности о своей деятельности, не вовлекая тем самым людей в благотворительность и не делая её обыденной нормой жизни, что могло бы и без того растущие сборы средств. А также служить для представителей бизнеса конкурентом в борьбе за имидж социально ответственной компании, либо необходимой площадкой для совместного решения вопросов социальной ответственности. Большая часть фондов и их средств специализируется на направлении здравоохранения, направляя туда большую часть своих средств. На второй ступеньке меценатство в пользу искусства, поддержка науки и образования слабо развиты. Осложняет ещё тот факт, что фонды, как и все организации платят налоги, как и все остальные, что существенно обременяет их деятельность, фактически в России существует запретительный налоговый режим для благотворительной деятельности [5].

Получается, что широко реализуемой корпоративной социальной ответственностью обладают лишь благотворительные фонды и крупные промышленные предприятия, за счет того, что относятся к общенациональным богатствам и находятся в области высоких социальных ожиданий, что обязывает их регулярно отчитываться перед обществом о своей социальной деятельности. При этом выход на уровень транснациональных компаний на международный рынок обязывает его членов вести полноценную социальную ответственность и предоставлять необходимую прозрачную отчетность, регламентированную по европейским стандартам. Здесь же встает проблема ограниченности ресурсов, сумма средств, направляемая компанией на КСО на прямую, зависит от объема прибыли компании. По состоянию на 2013 год к категории малого бизнеса принято относить фирмы, чья годовая выручка не превышает 400 млн руб. Для сравнения выручка компании «Роснефть», возглавившей рейтинг составила 4,694 трлн руб, а у компании «Магнит» замыкающей данный рейтинг этот показатель составил 579,5 млрд рублей.

Как видно из предложенных данных отличительной чертой КСО является присутствие в основном только крупного предпринимательства, часть из которого владеет общими национальными благами и находится в поле зрения СМИ и общественных ожиданий в плане своей социальной политики. При этом деятельность благотворительных фондов практически не освещается в СМИ или носит слабо выраженный характер. При этом для общества не становится благотворительность и КСО данностью, не привлекается внимание и как следствие возможный рост собираемых средств фондов не повышается. А также не повышаются и требования общества к КСО предприятий. Тем самым ещё одна галочка в формировании гражданского общества общественностью упущена. Причины реализации социальной ответственностью могут быть разными, это может «разумный эгоизм» и выгода от реализации своих социальных программ, это может решение топ-менеджера на добровольной основе делать вклад в развитие общества, так или иначе эти две крайности помогают социуму увеличивать свой человеческий капитал. Важно отметить, что налаживание требований государством к социальной ответственности бизнеса, её сбалансированность которая максимально возможно обеспечит ростом области поддержки, будь это наука или медицина, существенно увеличит качество жизни населения и его доходы, положительно повлияет на формирование гражданских инициатив. Но на данный момент полноценную помощь имеют только области здравоохранения и медицины, наблюдается дефицит в науке и частично в культуре и искусстве. Существование рейтингов компаний, осуществляющих КСО положительно влияет на формирование соперничества предприятий, которое может стать причиной роста качества КСО в целях повышения своего имиджа или других целей. Основными задачами сейчас является создание инструментов для выхода малого и среднего предпринимательства на территорию социальной ответственности бизнеса, создание возможных объединений ресурсов для реализации социально значимых проектов, конечно, небольшой ресурс малых компаний сильно зависит от нестабильности и стабильности экономической и политической ситуации в стране, поддержки государства. Основной задачей становится формирование законодательных норм социальной ответственности бизнеса.

**Список литературы**

1. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. – URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/>
2. Т.В. Гениберг Благотворительность в России в конце XX- начале XXI веке: характерные черты, сложности, пути развития// Гениберг Т.В. – Вестник ТОГУ 2016 3(42)
3. О.А. Полюшкевич Введение в корпоративную социальную ответственность// Полюшкевич О.А. Иркутск : Изд-во ИГУ 2012
4. Д.Н. Девятловский корпоративная социальная ответственность в России: проблемы малого бизнеса // Девятловский Д.Н. – РСПП.М., 2006г. – 108с.
5. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в Росси: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор. URL: <https://goo.gl/2Gmnur>

Приложения

Таблица 1

**Интегральный рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний за 2013 год**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование компании** | **Оценка деятельности** | **Оценка медиактивности**  | **Итоговая оценка** |
| 1 | РОСНЕФТЬ | 12 | 10 | 11,4 |
| 2 | ГРУППА ВТБ | 11 | 12 | 11,3 |
| 3-4 | ЛУКОЙЛ | 11 | 10 | 10,7 |
| 3-4 | НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ | 11 | 10 | 10,7 |
| 5 | СБЕРБАНК РОССИИ | 10 | 11 | 10,3 |
| 6-8 | ГАЗПРОМ | 10 | 10 | 10 |
| 10 | РЖД | 10 | 10 | 10 |
| 6-8 | СЕВЕРСТАЛЬ | 10 | 10 | 10 |
| 6-8 | ТАТНЕФТЬ | 11 | 5 | 9,2 |
| 10 | АФК «СИСТЕМА» | 9 | 8 | 8,7 |
| 11 | НЛКМ | 10 | 4 | 8,2 |
| 12-13 | ЕВРАЗ ГРУП | 9 | 4 | 7,5 |
| 12-13 | ИНТЕР РАО | 9 | 4 | 7,5 |
| 14 | РОССЕТИ | 8 | 5 | 7,1 |
| 15 | СУРГУТ НЕФТЕГАЗ | 7 | 5 | 6,4 |
| 16 | ТРАНСНЕФТЬ | 6 | 5 | 5,7 |
| 17 | Х5 REAL GROUP | 6 | 4 | 5,4 |
| 18-19 | CТРОЙГАЗ КОНСАЛТИНГ | 5 | 4 | 4,7 |
| 18-19 | МЕЧЕЛ | 5 | 4 | 4,7 |
| 20 | МАГНИТ | 2 | 4 | 2,6 |

Таблица 2

Характеристика деятельности самостоятельных благотворительных фондов в России

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Основатель, год создания | Сферы и направления вложения средств | Крупные и благотворительные проекты | Суммы пожертвований |
| **Благотворительный фонд «Солнечный город»**  |
| Международная компания «NL Intemational» 2007 | Помощь больным детям и детям оказавшимся в сложной жизненной ситуации  | «Открывая горизонты» «Дорога к дому» лига волонтеров, служба сопровождения воспитанников и выпускников образовательного учреждения «сестринский уход» семейная помощь, наставничество | За 2013-2014 гг. 69010 тыс, руб. За 2015 г. 25528 тыс. руб. |
| **Благотворительный фонд «Линия жизни»** |
| Олег Сысуев, Елена Тополева, Андрей Бильжо | Помощь тяжелобольным детям. Формирование культуры благотворительности | Помощь при диагнозах: врожденный порок сердца, нарушение ритма сердца, сосудистая патология головного мозга. Краниостеноз, сколиоз. | Спасено более 9008 детей в России. Всего на проведение операций было собрано болен 2, 08 млрд руб. |
| **Благотворительный фонд «Возрождение»** |
| Юрий Кушнеров, 2005 | Помощь детям-сиротам, популяризация спорта и здорового образа жизни, улучшение материального положения многодетных семей, реабилитация детей инвалидов  | Целевые программы «Спорт» «Помощь инвалидам» «Многодетные семьи» «Полярная звезда» | За 2005-2010 г. – 49793 млн.руб2011-2012 гг. – 11072 млн руб. 2013-2014 гг. 11639 млн.руб |

Таблица 3

Анализ деятельности благотворительных фондов известных личностей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Основатель, год создания | Сферы и направления вложения средств | Крупные благотворительные проекты | Суммы пожертвований |
| **Благотворительный Фонд Константина Хабенского** |
| Константин Хабенский 2008 | Организация помощи детям с онкологическими и другими тяжелыми заболеваниями головного мозга. Финансирование повышение квалификации врачей-онкологов | Благотворительные программы «Адресная помощь детям с тяжелыми заболеваниями головного мозга» | За 2013 г. 30000 тыс.руб. За 2014 г. – 85877 тыс.руб За 2015 г. 129972 тыс.руб. |
| **Фонд «Подари Жизнь»** |
| Дина Корзун и Чулпан Хаматова, 2006 | Поддержка детей с гематологическимим заболеваниями. Закупка препаратов и оборудования для диагностики и лечения. Организация зарубежного лечения. | Проекты «Адресная помощь» «Незарегистрированные лекарства» Проведение благотворительных концертов | За 2007-2009 г. 548681 тыс.руб. За 2010-2012г. 2179559 тыс.руб. За 2013-2015г. 3120922 тыс.руб |
| **Международный благотворительный фонд Владимира Спивакова** |
| Владимир Спиваков, 1994 | Помощь молодым талантливым музыкантам, танцорам, художникам, поддержка многих социальных программ, связанных с образованием, наукой, искусством, поддержка детского здоровья, помощь сиротам, детям инвалидам.  | Организация для одаренных детей мастер-классов, концертов, туров и выставок. Постоянная поддержка музыкальным школам некоторых регионов России. | Нет данных |
| **Фонд помощи детям «Обнаженные сердца»** |
| Наталья Водянова, 2004 | Оказание помощи детям в России и за её пределами, попытка переломить существующую в России практику отказываться от детей с особенностями развития. Продвижение законодательных поправок и инициатив связанных с ратификацией конвенции ООН по правам инвалидов | Фонд построил 90 игровых объектов, в том числе в детских домах  | Более 8 млн. долл. |

Таблица 4

Характеристика деятельности благотворительных фондов крупных предпринимателей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Основатель, год создания | Сферы и направления вложения средств | Крупные благотворительные проекты | Суммы пожертвований  |
| Владимир Потанин, 1999 | Культура и образование. Помощь музеям. | Стипендиальные программы, конкурсы, олимпийские стипендии победителям международных олимпиад, студентам, преподавателям. | Более 300 млн.руб в год. |
| **Фонд «Династия»** |
| Дмитрий Замин 2001 | Развитие фундаментальной науки и образования, создание условий для работы ученых на родине, популяризация науки | Грантовые конкурсы для студентов и аспирантов. 20 программ в области поддержки и популяризации науки: для молодых физиков и математиков, учителей, одаренных школьников и будущих ученых. | За 2014 г. 5 млн дол. |
| **Фонд «Вольное дело»** |
| Олег Дерипаска 1998 | Поддержка науки, талантливой молодежи, образования, здравоохранения, защита животных, помощь инвалидам. | Программы в области науки, образования, сохранения исторического и культурного наследия, духовного возрождения  | 2014 г. более 441, 7 млн. руб |
| **Благотворительный фонд Михаила Прохорова**  |
| Михаил Прохоров | Системная поддержка культуры в российских регионах | Ежегодная литературная Премия «НОС» Красноярская ярмарка книжной литературы, научно-исследовательский проект «локальные истории» «Театральный синдром» | За 10 лет работы бюджет фонда превысил 2 млрд.руб |