



Любая компания стремится к максимальной эффективности, которая позволяет производить и продавать качественную продукцию, выплачивать дивиденды акционерам и т. п.

Однако деятельность коммерческих организаций имеет также ярко выраженную социальную составляющую. Социальная ответственность бизнеса в экономике – это должное качество товаров и услуг, высокий уровень безопасности производства, нормальные условия работы персонала и т. д.

Пока в зарубежной управленческой теории еще нет классического определения социальной ответственности бизнеса. Смысл данной концепции во многих случаях воспринимается очень субъективно, однако можно выделить ее основные характеристики. В отличие от юридической, социальная ответственность не предполагает жестких норм. Это добровольная обязанность бизнесменов проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества. Иными словами, это своеобразный общественный договор между предпринимателями, населением и государством, цель которого – способствовать благу всего общества.

Критерии оценки

При обсуждении вопросов социальной ответственности бизнеса упор, как правило, делается на ответственность корпораций. Причин тому много. Крупные компании могущественны, они способны приносить как большую пользу, так и большой вред. В них занято большое число людей, которые попадают под их влияние. В свою очередь города и регионы, в которых корпорации размещают свои производства, также оказываются от них в зависимости. Массовое производство продуктов создает большое количество отходов, часто токсичных.

Критерии оценки социальной ответственности корпораций могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Например, в каком регионе работает компания, какова ее величина, структура капитала и т. д. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах.

Очевидно, что чем выше уровень развития общества, тем строже эти критерии. Под воздействием внешних факторов организации вынуждены становиться информационно прозрачными и социально ответственными. Однако это дает бизнесу и значительные преимущества. Как показывают исследования, серьезно улучшаются финансовые показатели тех компаний, которые закладывают социальную ответственность в свою миссию. Конкретные экономические выгоды здесь могут быть следующие:

- рост продаж и улучшение позиции на рынке;
- увеличение производительности труда;
- рост стоимости компании за счет повышения оценки ее репутации;
- облегчение доступа к инвестициям;
- ослабление контроля со стороны государственных органов и др.

Преимущества и недостатки

Необходимо признать, что существуют аргументы как в пользу развития социальной ответственности бизнеса, так и против этого. Первые можно свести к следующим положениям.

Во-первых, социально ответственный бизнес имеет более благоприятные долгосрочные перспективы. Улучшение жизни людей в определенном регионе выгодно предприятию даже просто самим участием в общественной жизни. В более благополучном с социальной точки зрения обществе благоприятнее и условия для бизнеса. Кроме того, у поставщиков и других контрагентов формируется более привлекательный образ предприятия. Поэтому, даже если краткосрочные издержки на социальную активность высоки, в долгосрочной перспективе они могут стабилизировать прибыль.

Во-вторых, проявление бизнесом социальной ответственности удовлетворяет ожидания широкой публики. Вовлеченность предприятий в решение социальных проблем становится все более ожидаемой. А поскольку бизнес располагает значительными финансовыми ресурсами, общество ждет, что он будет передавать их часть на социальные нужды.

В-третьих, важно само моральное обязательство корпорации вести себя социально ответственно. Предприятие является членом общества, поэтому нормы морали также

должны управлять его поведением. Кроме того, поскольку законы не могут охватить все случаи жизни, компании должны исходить из ответственного поведения, чтобы поддерживать общество, основанное на законности.

Однако следует перечислить и ряд проблемных моментов, связанных с социальной ответственностью бизнеса.

Во-первых, это нарушение принципа максимизации прибыли. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия издержками и уменьшают его прибыль. В конечном счете эти издержки переносятся на потребителей в виде повышения цен.

Во-вторых, менеджеры, управляющие компаниями, не подотчетны непосредственно широкой публике. Рыночная система хорошо контролирует экономические показатели предприятий и плохо – их социальную вовлеченность. До тех пор, пока общество не разработает порядок прямой отчетности предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях, за которые не считают себя ответственными.

В-третьих, проблема кроется в недостатке умения разрешать социальные проблемы. Сотрудники предприятия могут быть подготовлены к деятельности в сферах экономики, рынка, техники. Однако, как правило, они лишены опыта, позволяющего решать проблемы социального характера. Совершенствованию общества должны способствовать прежде всего специалисты, работающие в государственных структурах и благотворительных организациях.

Концепция стейкхолдеров

За последние менее чем полвека понимание проблемы социальной ответственности бизнеса претерпело значительные изменения. Раньше превалировал нормативный подход, заключающийся в соблюдении законодательных норм и управлении. Таким образом, концепцию социальной ответственности можно определить как учет интересов всех групп, в значительной степени влияющих на функционирование предприятия или оказывающихся в зоне его влияния.

Соответственно меняется и понимание социального контракта. Он учитывает уже не только две стороны – наемных работников и владельцев, но и всех заинтересованных лиц, которые так или иначе влияют на бизнес.

Подобный подход к корпорации создает совершенно иное представление о том, как она должна управляться, – причем отличное от того, которого придерживаются акционеры.

Стейкхолдерский подход хорош тем, что заставляет учитывать все обязанности корпорации. Например, закрытие завода следует рассматривать не только с точки зрения прибыльности завода, то есть с позиции акционеров. В этом случае в число стейкхолдеров входят не только держатели акций, но и рабочие, поставщики, потребители, местное население. При этом возможно преобладание интересов акционеров над интересами других стейкхолдеров, но обеспечивается учет мнения всех, на кого может повлиять закрытие завода.

Российская специфика

Проблема развития социальной ответственности бизнеса в России сегодня особенно актуальна. Это связано с тем, что у нас весьма своеобразно прошел процесс первоначального накопления капитала. Приватизация проводилась одновременно с формированием государства, когда еще не действовали законы рыночной экономики. Все это сопровождалось ростом коррупции и криминализацией общества. Следствием этого стало то, что отечественный бизнес приобрел негативный имидж как на Западе, так и в России. В результате за счет крайне низкой оценки нематериальных активов российские компании оказались недокапитализированы.

К сожалению, исследований, посвященных тематике социальной ответственности бизнеса, на русском языке крайне мало. Представление о ней пока размыто и требует серьезного уточнения, недостаточно изучена и история развития социальной ответственности бизнеса в России. Не обобщен пока и накопленный российский опыт, который хотя и не афишируется, но уже есть в достаточном для анализа количестве.

Очевидно, что весьма полезным было бы изучение зарубежного опыта в этой области. Однако при этом он должен быть соотнесен с российскими реалиями. Западные

экономические институты необходимо вписать в совершенно непохожие исторические и культурные условия. Можно предположить, что самый сложный процесс внедрения сможет облегчить комплексное изучение социальной ответственности бизнеса.

Екатерина Ляховецкая, заместитель декана Института бизнеса и делового администрирования АНХ при Правительстве РФ, к. э. н.

Источник - <http://consultant.berator.ru/>