

Парадигма социально-ответственного рыночного поведения

А.А. КАЗУЩИК

В статье рассматривается корпоративная социальная ответственность как добровольная реализация компанией социальных программ, что способствует как формированию позитивного имиджа, так и усилению инвестиционной привлекательности компании. Сделан вывод о необходимости проведения политики открытой отчетности в сфере КСО.

Ключевые слова: репутационный менеджмент, корпоративная социальная ответственность, социальный маркетинг, стандарты социального аудита, социальный отчет.

The article deals with the problem of corporate social responsibility as a voluntary implementation of social programs by the company, which contributes both to the formation of a positive image and to the strengthening of the investment attractiveness of the company. The conclusion is made about the need for an open reporting policy in the field of CSR.

Keywords: reputation management, corporate social responsibility, social marketing, social audit standards, social report.

Концептуальные основы социальной ответственности бизнеса (корпоративной социальной ответственности, КСО) были заложены в середине 1950-х гг. К концу 1990-х гг. корпоративная социальная ответственность превратилась в глобальную идею, которой руководствуются самые разные социальные структуры: правительства, корпорации, некоммерческие организации. За последнее десятилетие сфера корпоративной социальной ответственности выросла в геометрической прогрессии. Все большее количество компаний из различных сфер прилагают серьезные усилия для определения и интеграции КСО во все аспекты деятельности, что оказывает положительное влияние на экономические показатели бизнеса. Различные целевые аудитории (бизнес-партнеры из цепочек поставок, акционеры, аналитики, регуляторы, активисты, профсоюзы, сотрудники, общественные организации, средства массовой информации, потребители) считают КСО обязательным направлением деятельности компании.

Причины, побуждающие учитывать компоненту социальной ответственности, заключаются в том, что в условиях глобализации, жесткой конкуренции на рынках, доступности информации о рыночном поведении фирм усиливается роль имиджа и репутации.

В обзоре, представленном Глобальной некоммерческой бизнес-сетью устойчивого развития BSR, обозначены следующие аспекты значимости КСО для бизнеса:

- улучшение финансовых показателей деятельности: общей доходности, продаж, чистой прибыли, рентабельности капитала;
- повышение производительности и качества труда, эффективности управления персоналом;
- снижение эксплуатационных расходов, в том числе за счет внедрения прогрессивных экологосберегающих технологий;
- увеличение продаж и лояльности клиентов, для которых при принятии решения о покупке, помимо цены и качества, маркерами являются экологичность продукции и производства, ответственность работодателя, достойные условия труда для персонала, этичность поведения на рынке и другие. Так, опрос американских потребителей показал, что информация об отсутствии программ и проектов КСО приведет к следующим последствиям: 91 % рассмотрят вопрос об отказе приобретать продукцию данной фирмы, 85 % будут распространять информацию в референтных группах, 83 % откажутся инвестировать в эту компанию, 80 % отказались бы работать в этой компании [1];
- рост социально ответственного инвестирования (SRI). Так, компании с высокими показателями в сфере КСО имеют расширенный доступ к капиталу, который в противном случае для них недоступен. Эксперты утверждают: увеличение активности в области КСО приводит к росту желания инвестировать в компанию в среднем на 7–10 % [2].

Характеризуя феномен КСО следует отметить, что в мировой практике используется несколько дефиниций, зачастую взаимозаменяемых: корпоративная ответственность, деловая этика, корпоративная гражданская позиция, устойчивость. Глобальная некоммерческая бизнес-сеть устойчивого развития BSR определяет корпоративную социальную ответственность как достижение коммерческого успеха таким образом, чтобы уважать этические ценности и уважать людей, сообщества и окружающую среду. КСО означает удовлетворение правовых, этических, коммерческих и других ожиданий, которые общество имеет в отношении бизнеса, а также принятие решений, справедливо уравнивающих требования всех ключевых заинтересованных сторон [3].

В *Green paper EU* «Продвижение основ корпоративной социальной ответственности» под КСО понимается концепция, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес-операции. Заявив о своей социальной ответственности и добровольно взяв на себя обязательства, выходящие за рамки общих нормативных и общепринятых требований, компании стремятся повысить стандарты социального развития, защиты окружающей среды, реализуют открытое управление, согласование интересов различных заинтересованных сторон [4].

Следует подчеркнуть: будучи производной от этической категории ответственности, КСО вовсе не сводится к обязанности корпораций решать накопившиеся в обществе социальные проблемы. Речь идет о моральной ответственности любой фирмы перед обществом [5].

Различают несколько уровней корпоративной социальной ответственности. Программные документы ООН выделяют внутренний и внешний уровни ответственности. Внутренний предполагает безопасные условия труда, сведение к минимуму травматизма на рабочем месте, справедливое вознаграждение за труд, в том числе гарантии своевременной выплаты заработной платы, гарантированное медицинское и социальное страхование работников, существование для персонала возможностей карьерного роста, повышения знаний, навыков, компетенций, квалификации, а также оказание материальной поддержки персоналу в чрезвычайных ситуациях. Внешний уровень социальной ответственности подразумевает реализацию мероприятий по защите окружающей среды, добровольные инвестиции и благотворительность, ответственное поведение перед потребителями, закрепленное в Базисных правах ООН по защите прав потребителей, взаимодействие с органами государственной власти и управления, местными сообществами.

КСО можно рассматривать также с точки зрения обязательности (или добровольности) осуществляемых программ и действий. В этом контексте можно рассматривать:

1) базовый уровень ответственности, который предполагает соблюдение установленных правил, нормативно закрепленных в рамках законодательства (своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, создание и предоставление новых рабочих мест, участие в повышении квалификации работников и другие направления);

2) расширенный или корпоративный уровень ответственности, зачастую отождествляемый с социальным пакетом для работников (обеспечение работников адекватными условиями труда и быта, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы посредством развития собственной социальной инфраструктуры или за счет корпоративных договоров с учреждениями социальной сферы);

3) высший уровень ответственности, включающий добровольную реализацию компанией социальных программ, направленных на решение проблем общегосударственного, регионального, местного характера [6].

Высший уровень КСО отождествляется с такими направлениями как благотворительность, благотворительный маркетинг, социальное предпринимательство, социальный маркетинг. Под благотворительностью подразумевается адресная финансовая или материальная помощь; как правило, получателями являются НКО. Благотворительный маркетинг – это выплата части отдельных транзакций в пользу социального проекта или продвижение социально значимой идеи. Социальное предпринимательство – это деятельность, нацеленная на решение социальных проблем через организацию специализированных предприятий или проектов в сфере инклюзий. Социальный маркетинг предполагает реализацию социальных кампаний, направленных на изменение поведения конкретной группы людей для улучшения общественного здоровья, защиты окружающей среды и др.

В сфере корпоративной социальной ответственности ключевыми являются следующие признанные международным сообществом стандарты, на основании которых проводится социальный аудит.

The Global Reporting Initiative (GRI). Глобальная инициатива по отчетности – это стандарт отчетности, созданный в 1997 г. с целью разработки глобально применимых руководящих принципов для подготовки отчетов об устойчивом развитии на уровне предприятий, включая как социальные, так и экологические показатели. Стандарты GRI являются первыми глобальными стандартами отчетности об устойчивом развитии. Они имеют модульную, взаимосвязанную структуру и представляют лучшую мировую практику подготовки отчетности об экономических, экологических и социальных последствиях деятельности компании [7].

AccountAbility (AA 1000) – серия стандартов подотчетности, разработанная для дополнения Руководства по отчетности Глобальной инициативы по отчетности GRI. Стандарт предназначен для измерения результатов деятельности компаний с этических позиций, включает набор критериев, при помощи которых может быть осуществлен социальный и этический аудит. Основное отличие AA 1000 от других существующих стандартов в этой области заключается во внедрении в повседневную практику компании системы постоянного диалога с заинтересованными сторонами [8].

Социальная ответственность 8000 – стандарт, поддерживаемый организацией Social Accountability International, рассматривает различные аспекты трудовых отношений, а также подсистем менеджмента. Требования этого стандарта применяются независимо от географического положения, отрасли или размера компании [9].

Глобальный Договор – крупнейшая в мире инициатива в области корпоративной устойчивости, основанная в 2000 г. и на сегодняшний день объединяющая более 9 913 коммерческих организаций и НКО из 159 стран мира. Этими организациями размещено в открытом доступе более 62 тысяч отчетов КСО. В Республике Беларусь сеть Глобального Договора включает более 70 участников. Миссия Глобального Договора – имплементация в стратегии и операционную деятельность десяти универсальных принципов в области прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и антикоррупционных действий, а также содействие достижению Целей устойчивого развития [10].

Цели устойчивого развития (ЦУР) приняты в сентябре 2015 г. государствами-членами ООН в рамках Повестки в области устойчивого развития на период до 2030 г. Составной частью Повестки являются 17 Целей устойчивого развития (ЦУР) и 169 подчиненных им задач, которые необходимо достичь к 2030 г. Прогресс участников в достижении Целей контролируется и отслеживается при помощи набора глобальных индикаторов [11]. Принятие Повестки–2030 потребовало от всех государств пересмотра и конкретизации национальных планов и механизмов достижения устойчивого развития общества с учетом ЦУР. В нашей стране национальный логотип ЦУР и 17 значков ЦУР в национальной версии могут использоваться (отображаться) на продукции, товарах и услугах в случае, если организация (индивидуальный предприниматель, физическое лицо) разделяет Цели устойчивого развития и стремится внести свой вклад в их реализацию, таким образом, повышая осведомленность населения.

Перспективной задачей для отечественных коммерческих структур и НКО является проведение политики открытой отчетности. Это подразумевает публикацию в открытом доступе на сайте предприятия (организации) отчета о КСО, включающего следующие категории: социальную (подкатегории «Общество», «Права человека» и «Ответственность за продукцию»), экологическую и экономическую.

Рекомендуемая структура социального отчета представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура социального отчета

Раздел	Содержание
Миссия организации, приветственное слово руководства	Миссия организации как философия, стратегическое видение бизнеса, ключевые ценности и убеждения.
Характеристика компании	Основные виды продукции и бренды; активность на внутреннем и внешних рынках; описание основных подразделений компании; масштаб организации; капитал собственный и заемный; добавленная стоимость; стоимость активов.

Окончание таблицы 1

Структура управления и система менеджмента	Доля независимых директоров в совете директоров; организационная структура управления и ключевые сотрудники; определение объема информации, необходимой членам совета директоров для принятия стратегических решений; наличие процедур по управлению экологическими и социальными рисками; связь между размером выплат и достижением финансовых и нефинансовых целей организации; кодексы поведения и существующие политики в отношении экономической, экологической и социальной эффективности; механизмы влияния акционеров на деятельность совета директоров; подход к выявлению и отбору основных стейкхолдеров, процедуры работы с ними и использование полученной информации; следование международным, национальным или отраслевым кодексам поведения и стандартам; отношения с поставщиками; отношения с инвесторами.
Экологические показатели	Общее использование сырья; прямое и косвенное использование энергии; биоразнообразие; выбросы, стоки и отходы, экологические показатели деятельности организации и её поставщиков; экологическое воздействие продукции и услуг; штрафы и взыскания за несоблюдение экологических норм и стандартов; экологическое воздействие транспорта.
Социальные показатели	Практика найма, удержания и увольнения персонала, показатели движения персонала; отношения между руководством и персоналом; социальный пакет работников; охрана здоровья и безопасность труда; обучение и профессиональная подготовка; многообразие и равные возможности.
Права человека	Отсутствие дискриминации; свобода ассоциаций и коллективный договор; принудительный труд; дисциплинарная практика; практика подачи и рассмотрения жалоб; практика обеспечения безопасности на производстве.
Ответственность за продукцию	Здоровье и безопасность потребителей; контроль в области распространяемой информации; контроль продукции; маркировка товара; процедуры отзыва продукции и реагирования на рекламации, жалобы; процедуры соблюдения стандартов.
Общество	Местное сообщество: существующая политика, процедуры и программы; борьба с коррупцией; конкуренция и ценовая политика; благотворительность, спонсорство, волонтерство; социальное предпринимательство, социальный маркетинг; реализация принципов социально ответственного бизнеса – проекты в поддержку спорта, культуры, науки, различных социальных групп; взаимодействие с учреждениями образования; деятельность в поддержку здорового образа жизни; деятельность в области сохранения историко-культурного наследия; процедуры соблюдения добровольных кодексов рекламной практики; социальная реклама.

Информация о проводимой и размещенной в открытом доступе политике корпоративной социальной ответственности лидеров белорусского бизнеса приведена в таблице 2.

Таблица 2 – Политика корпоративной социальной ответственности лидеров белорусского бизнеса, размещенная в открытом доступе

Организации	Наличие миссии организации	Этический кодекс	Политика устойчивого развития	Социальный отчет в открытом доступе
ОАО БМЗ	+	+	+	–
ОАО «Беларуськалий»	+	–	–	–
ОАО «Нафтан»	+	–	–	–
ОАО МПЗ	+	–	–	–
ОАО МАЗ	+	–	–	–
ПО «Белоруснефть»	+	+	–	–
ОАО «Белшина»	+	–	–	–
ОАО «Гомельтранснефть Дружба»	+	–	–	–
ОАО «ГродноАзот»	+	–	–	–
ОАО «Гомсельмаш»	+	–	+	–
ОАО МТЗ	+	–	–	–
ОАО «Холдинг Белкоммунмаш»	+	–	–	–
ЗАО «Атлант»	+	–	+	–
ОАО «Аливария»	+	+	+	+
СП «Санта Бремор» ООО	+	–	+	–
СОАО «Коммунарка»	+	–	+	–
СП ОАО «Спартак»	+	–	+	–
ОАО «Савушкин продукт»	+	–	+	+
ОАО «Бабушкина крынка»	+	–	–	–

Окончание таблицы 2

УП «Кока-Кола Бевриджиз»	+	+	+	+
Холдинг ОАО «АСБ Беларусбанк»	+	–	+	+
СООО «Мобильные ТелеСистемы»	+	+	–	+
УП «Велком»	+	–	–	–

Источник: официальные сайты организаций по состоянию на 03.06.2019.

Не менее важной задачей является публичное признание результатов деятельности организации в сфере КСО. В этой связи представляется актуальным для отечественных организаций присоединение к Сети Глобального договора, что повлечет изменения в деловой стратегии, культуре и повседневной деятельности в соответствии с этическими принципами социальной ответственности. По истечении года организация представляет для широкого обсуждения отчет о прогрессе в достижении десяти принципов и о деятельности в реализации ЦУР.

Подтверждением социально-ответственного рыночного поведения может являться участие в профессиональном конкурсе в сфере маркетинга и брендинга «Бренд года» в номинации «Социально ответственный бренд», включающей следующие категории:

- активная социальная позиция, оцениваемая по проведению акций в поддержку культуры, науки, социальных групп и проектов, вовлечению общества в решение социальных проблем;
- лучший работодатель;
- государственно-частное партнерство;
- работа с локальными сообществами;
- корпоративная устойчивость;
- социальное предпринимательство [3].

Среди мировых лидеров в сфере репутационного менеджмента, базирующегося на корпоративной социальной ответственности, следует отметить консалтинговую компанию *Reputation Institute*, которая ведет рейтинг компаний мира с наилучшей репутацией *Global RepTrak* [12].

Литература

1. Business for Social Responsibility™ [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.bsr.org>. – Date of access : 01.06.2019.
2. Глобальные лидеры в области КСО 2018 года [Электронный ресурс] / Reputation Capital Group. – Режим доступа : <https://reputationcapital.blog/2018/10/nazvany-globalnye-lidery-v-oblasti-kso-2018-goda>. – Дата доступа : 01.06.2019.
3. Профессиональный конкурс «Бренд года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://brendgoda.by>. – Дата доступа : 24.05.2019.
4. EUR-Lex [Electronic resource] / Access to European Union law. – Mode of access : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content>. – Date of access : 01.06.2019.
5. Симхович, В.А. Социальная ответственность современного белорусского бизнеса / В.А. Симхович, Е.А. Данилова, С.П. Романова. – Мн., 2012. – 125 с.
6. Глобальный договор [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://un.by/ru/undp/gcompact/res>. – Дата доступа : 01.06.2019.
7. Global Reporting Initiative [Electronic resource]. – Mode of access : <http://globalreporting.org>. – Date of access : 24.05.2019.
8. AccountAbility's AA1000 [Электронный ресурс] // Стандарты AccountAbility's AA1000. – Режим доступа : <https://www.accountability.org/standards>. – Дата доступа : 24.05.2019.
9. SA 8000 [Электронный ресурс] // Стандарты SA 8000. – Режим доступа : <http://www.sa-intl.org>. – Дата доступа : 24.05.2019.
10. United Nations Global Compact [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.unglobalcompact.org>. – Date of access : 02.06.2019.
11. Sustainable Development Goals [Electronic resource]. – Mode of access : <https://unstats.un.org>. – Date of access : 24.05.2019.
12. Global RepTrak® 100 [Electronic resource] / Reputation Institute. – Mode of access : <https://www.reputationinstitute.com/global-retrak-100>. – Date of access : 27.06.2019.