Александр ЯРОВОЙ

Социальная ответственность бизнеса в Евросоюзе. Опыт для России

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) бизнеса трактуется как добровольный вклад компаний в социальную, экономическую и экологическую сферы, напрямую связанный с основной деятельностью, а также выходящий за рамки определенного законом минимума [1]. Этот эффект проявляется в ограничении негативного и расширении позитивного воздействия бизнеса на сохранение и улучшение среды обитания граждан в самом широком смысле.

Однако в нашей стране массовое распространение КСО пока затруднено, еще не сложились все необходимые для этого условия. Вместе с тем, как показывает зарубежный опыт, уже в среднесрочной перспективе они могут быть сформированы усилиями органов государственной власти и местного самоуправления. Речь идет как о мерах правового характера, так и о дополнительных стимулирующих методах.

Среди политических факторов важнейшим для развития КСО является степень развитости и влияния гражданского общества. Его представители призваны активно формулировать запросы на этичное деловое поведение, выявлять социальные и экологические проблемы и призывать к их решению, взаимодействовать с разными группами интересов и т.д. – с целью повышения ответственности компаний. При этом институты гражданского общества могут влиять на бизнес как напрямую, так и опосредованно (но не менее действенно) через институты власти. Эффективность такого влияния во многом определяется политической культурой.

В свою очередь представители органов власти и политических партий в связи с возрастанием градуса дискуссии о КСО и выходом ее на первые полосы СМИ не только прислушиваются к проводникам идей корпоративной социальной ответственности, но также участвуют в активизации КСО, ведь от взаимодействия власти и бизнеса зависит и доверие к ним избирателей и, зачастую, легитимность общего политического курса.

По вышеописанной логике КСО распространяется в Европейском союзе. Тема КСО активно закрепляется в этических структурах политической системы, в политическом курсе ЕС и в политическом процессе, некоторые особенности которого очень условно можно представить следующим образом (**рис. 1**).

Подчеркнем, что в Европе тема КСО вошла в поле политики и в результате этого активно получает дальнейшее развитие благодаря таким особенностям европейской политической культуры, как высокий уровень участия, основанный на информированности и способности сформировать требования, плюрализме мнений, консенсусе в понимании базовых ценностей, конкуренции политических платформ и т.д. Европейская политическая культура не просто создает возможности, а побуждает к активному реагированию на глобальные и локальные проблемы устойчивого развития и КСО как вклада бизнеса в такое развитие.

Политическая культура в странах ЕС неоднородна, что определяет разный подход к легитимации КСО в политической жизни различных стран и скорость ее установления. Например, в Великобритании почти 800 организаций, в том числе государственных служб [2], готовят нефинансовые отчеты о практике КСО, есть министр по корпоративной социальной ответственности. Во Франции, где нефинансовые отчеты предусмотрены законодательно, эта скорость существенно выше, чем в таких странах, как, например, Венгрия или Португалия [3].

В этих условиях становится понятно, почему идеологическим локомотивом устойчивого развития зачастую выступают наднациональные органы ЕС, заинтересованные в равномерности процесса [4].

Бизнес находится под тройным давлением – представителей гражданского общества, ЕС и нацио-

Рисунок 1. Действующая схема вовлечения бизнеса в развитие КСО в странах ЕС.



Александр ЯРОВОЙ
– аспирант кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти Государственного университета – Высшей школы экономики

нальных правительств, которые стали его важнейшими стейкхолдерами*. Оно осуществляется практически всеми доступными средствами: от законодательного регулирования отдельных аспектов КСО до публичных обсуждений и дискуссий в СМИ.

Однако бизнес в форме лоббирования также имеет влияние и на институты ЕС, и на национальные правительства. Отраслевое лоббирование экономических интересов бизнеса создает условия для баланса между интересами общества и возможностями роста экономики. С точки зрения КСО это позволяет не скатываться в тотальное регулирование последней, осуществлять социальные функции в добровольной форме.

В России институты гражданского общества находятся в стадии формирования, поэтому они не оказывают должного влияния на развитие КСО ни напрямую, ни через органы власти, как в Евросоюзе. Двигателем распространения добровольной практики корпоративной социальной ответственности в России выступает сам бизнес. Однако стимулы и пределы такого развития названными причинами ограничены. Бизнесу попросту не выгодно принимать на себя дополнительные обязательства, в том числе финансовые, если это не находит должной оценки у стейкхолдеров. Есть ли выход из сложившейся ситуации, кто и какие меры должен предпринять для дальнейшего распространения КСО?

В первую очередь стоит отталкиваться от того, что КСО является фактором развития экономики. Это лучший признак открытости, прозрачности и уважения к базовым человеческим ценностям, условие, влияющее на репутацию, приток инвестиций и участие в разных международных проектах, в которых социально-ответственное поведение является нормой. Как показывает европейский опыт, существуют методы правового дополнительно стимулирующего характера для развития КСО органами власти и местного самоуправления без существенного подталкивания со стороны гражданского общества.

Наиболее удачно они используются во Франции, где развитие и регулирование данного процесса выделилось в отдельное направление работы национальных и местных властей. Спектр этих приемов, потенциально применимых и в нашей стране, включают в себя следующее.

1. Вовлечение первых лиц государства и высших органов власти в продвижение идей КСО.
2. Определение государственных и региональных приоритетов КСО.
3. Установление жестких законодательных рамок КСО.
4. Включение КСО как критерия при проведении государственных закупок.
5. Создание механизма социально-ответственного инвестирования.
6. Проведение специальных информационных кампаний.

Первые лица государства и высшие органы власти Франции активно вовлечены в продвижение идей КСО. В 2003 г. президент страны лично призывал компании, присоединившиеся к Глобальному договору ООН**, организовать координационную сеть для представления страны на международной арене, обмена опытом и распространения принципов КСО [5, с.35]. Внутри страны к ответственному деловому поведению не только призывают, но и отвечают за его распространение премьер-министр, Министерство экологии и устойчивого развития, Национальный совет по устойчивому развитию, Межведомственный делегат по устойчивому развитию и ряд других органов власти, в том числе на местах [6].

Вектор усилий различных органов власти определяет ясная программа действий. В соответствии с решением международного Саммита ООН, прошедшего в 2002 г. в Йоханнесбурге, во Франции развитие КСО определяется «Национальной стратегией в сфере устойчивого развития». Она была принята в 2003 г. правительством Франции на 5 лет и затем обновлена в 2006 г. [5, с.35] Стратегия задает два направления развития КСО. Первое – добровольное формирование обязательств крупного бизнеса в сфере социального через работу с отраслевыми объединениями работодателей. Речь идет о формировании обязательств по улучшению показателей выбросов углекислого газа, безопасности условий труда, управления энергией и потреблением воды, управления отходами и доступом к инновациям. Акцент также делается на том, как корпорации воздействуют на сектор малого и среднего бизнеса, заказчиков и молодых специалистов.

Второе направление развития КСО – внедрение принципов ответственного поведения в малом и среднем бизнесе. Оно производится частичным предоставлением малому бизнесу государственных субсидий для интеграции принципов устойчивого развития, адаптацией к малому бизнесу стандарта ISO 14005, организацией местными властями консультаций и информационных кампаний и т.д. Данная стратегия вместе с другими программами, раскрывающими ее положения на практике, очерчивает круг основополагающих социальных, экономических и экологических вопросов и дает бизнесу понимание тех задач, на решении которых следует сосредоточиваться.

Однако помимо общих, идейных мер, направленных на постепенное расширение числа социально-ответственных компаний и установление взаимовыгодного диалога,

* Стейкхолдер – человек (или организация), испытывающий влияние компании и одновременно оказывающий влияние на нее.

** Осуществление идеи Глобального договора было начато в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке 26 июля 2000 г. Глобальный договор продвигает концепцию ответственного корпоративного гражданства. Сегодня его приняли 7006 организаций, в том числе компании всех регионов мира, международные организации трудящихся и гражданского общества.

для Франции характерны и активные меры правового толка. Так, правительством принят Закон «О новом экономическом регулировании» (2001 г.). Это первый законодательный акт в ЕС в области корпоративного управления, определяющий обязательную отчетность по КСО.

Согласно этому закону компании должны включать в отчетность подробную информацию о социально-трудовых отношениях вплоть до реальных рабочих часов сотрудников с полным и неполным рабочим днем [7, с.35]. Детально регламентирована отчетность компаний и в области охраны окружающей среды. Закон также предусматривает, что они должны подробно описывать свое социальное партнерство, т.е. взаимоотношения (как для французских, так и для и любых иностранных дочерних предприятий) с учебными заведениями, ассоциациями по защите окружающей среды, ассоциациями потребителей и населением, проживающим вблизи производств компании. Кроме того, необходим отчет о том, каким образом обеспечивается соблюдение положений основополагающих конвенций Международной организации труда в самой компании, у ее субподрядчиков и дочерних фирм [7, с.36].

Данный закон, бесспорно, является новаторским. На практике определение законодательством того, что следует сообщать в отчете, приводит к выработке индивидуальных подходов в самих компаниях и способствует развитию КСО. Вместе с тем закон не определяет конкретные показатели, не требует каких-либо проверок необходимой информации, а также пока не предусматривает санкций за невыполнение требований к отчетности.

Еще один метод повышения ответственности бизнеса связан с включением КСО в качестве критерия при проведении государственных закупок. В марте 2007 года французское правительство приняло документ [5, с.38], регламентирующий деятельность государственных организаций, осуществляющих закупки товаров и услуг и предусматривающий для них технические и правовые руководства, специальные тренинги и сеть обмена опытом. Эти учреждения не вмешиваются во внутренние дела компаний, но влияют, предъявляя требования социального и экологического характера. Например, условием заключения контракта может стать включение в него таких условий, как наем безработных или невостребованных рынком специалистов.

Другой важный метод направлен на стимулирование социально-ответственного инвестирования: при принятии решения о поддержке какого-либо проекта учитываются все аспекты влияния организации на общество. Социально-безответственным компаниям помощь не предполагается вовсе. С целью ускорения применения социально-ответственного инвестирования банками, страховыми компаниями и управляющими фондами во Франции принят специальный закон, организующий работу Резервного пенсионного фонда и учитывающий актуальные социальные, экологические и этические вопросы. Сделано это для того, чтобы часть средств из фонда обязательно инвестировалась согласно принципам социальной ответственности. В результате во Франции в 2003-2005 гг. объем социально-ответственных вложений возрос с 3,5 млрд евро до 8,8 млрд [5, с.37].

В качестве последнего эффективного метода развития КСО стоит назвать различные информационные проекты. Например, в марте 2004 г. правительством Франции была предложена «Эмблема равенства» [5, с.37], ставшая итогом работы с социальными партнерами и не являющаяся схемой сертификации, как ISO. Эмблема дает возможность компаниям публично продемонстрировать, что они придерживаются принципов равенства и многообразия, в т.ч. по полу, в отношении сотрудников, заказчиков и акционеров. Право на использование эмблемы выдает специальный независимый международный орган по сертификации AFAQ-AFNOR после консультаций с комитетом. Интересно, что этот орган выглядит как трехсторонняя комиссия: в него входят по пять представителей правительства, организаций работодателей и организаций, объединяющих работников. Эмблема выдается на основании трех критериев – продвижение равенства и многообразия в профессиональной сфере, политика управления персоналом, учет семейной жизни сотрудника. Знак «присуждается» на три года, и сегодня им обладают 19 компаний.

Важно отметить, что перечисленные методы повышения КСО в перспективе применимы и в России. Однако поспешно перенимать европейский опыт не стоит. В первую очередь необходимо сосредоточиться на разъяснении широкому кругу предпринимателей смысла и ценностей КСО. И начинать как можно скорее, ведь экономический кризис ясно показал, что достаточно ответственным российский бизнес пока не является.

Важно формировать условия, при которых добровольный вклад компаний стал бы восприниматься не как искупление каких-то проступков, а как важная, действенная и необходимая для общества деятельность. Очевидно, что регулярное обращение к теме КСО и ее публичная поддержка федеральными и региональными политиками и государственными служащими существенно будут содействовать ее распространению и закреплению в бизнес-сообществе. Развить дискуссию поможет также разработка и продвижение ориентиров по КСО на уровне субъектов РФ, основанная на региональной специфике. Эти ориентиры могут быть сведены в самостоятельные стратегические программы, позволяющие, наконец, местному бизнесу определиться с направлениями социальных инвестиций.

Для разъяснения предпринимателям смысла и ценностей КСО по-

могут и разнообразные пропагандистские кампании, раскрывающие потребность общества в социально-ответственном поведении бизнеса. Наиболее эффективными видятся проекты, воздействующие на предпринимателей опосредованно – через формирование мнения у граждан и ключевых стейкхолдеров.

Должное информационное воздействие могут оказывать и конкурсы. У нас они есть, но их недостаточно, их влияние на общественный интерес к данной теме минимально. Необходима их поддержка видными политическими и культурными деятелями, а также учреждение новых проектов. Это могут быть конкурсы, продвигающие лучший опыт делового поведения и культуры предпринимательства, взаимодействия крупного и малого бизнеса, экологической ответственности, поддержки материнства, равноправия и т.д. В них могли бы участвовать не только корпоративные структуры, но и государственные учреждения, и некоммерческие организации. Это поднимет тему КСО на новый уровень и станет для бизнеса дополнительной мотивацией к внесению ожидаемого обществом вклада в социальную, экономическую и экологическую сферы.

Литература

1. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
2. Глобальная библиотека нефинансовых отчетов www. corporateregister. com
3. Официальная страница Европейской комиссии, посвященная особенностям национальных политик в странах ЕС в сфере КСО. http://ec.europa.eu /employment_social/emplweb/csr-matrix/csr_matrix_en.cfm
4. «Баррозу нащупал чувствительные места депутатов». Телеканал EuroNews, Программа «Европа» от 03.09.2009. http://ru.euronews.net /2009/09/03/ reactions-to-barroso-persuasion/
5. European Commission. Corporate Social Responsibility – National public policies in the European Union. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007. http://ec.europa.eu/employment_ social /publications/2008/ ke8107130_en.pdf
6. National sustainable development strategies: experience of France. Christian Brodhag, Sophie Talire. Natural Resources Forum 30, 2006. http:// www. norden.org/baeredygtig_udvikling/sk/ nsds%20brodhag.pdf
7. Corporate Social Responsibility Handbook. Tony Hoskins. ICSA Publishing Ltd, 2007.

Методы управления. Что читать

Попов Л.Л. Административное право России: учебник: рекомендовано УМО... / Попов Лев Леонидович, Мигачев Юрий Иванович, Тихомиров Сергей Валентинович; отв. ред. Л.Л. Попов; Московская государственная юридическая академия. - Издание 2-е, переработанное и дополненное. - М.: Проспект, 2009. - 745 с.	Учебник подготовлен на базе действующего законодательства с учетом осуществляемой в стране административной реформы, связанной с реорганизацией системы и структуры федеральных органов исполнительной власти и государственной службы. В соответствии с государственным образовательным стандартом и программой учебного курса административного права проанализированы: предмет и метод административного права; административно-правовые отношения; вопросы государственного управления и исполнительной власти; административно-правовой статус граждан и организаций; правовое положение Правительства Российской Федерации и органов исполнительной власти; государственная служба; ответственность за совершение административных правонарушений; административный процесс. Освещаются вопросы организации управления в экономической, социально-культурной и административно-политической сферах.
Рой О.М. Система государственного и муниципального управления: учебное пособие: рекомендовано УМО по образованию... / Рой Олег Михайлович. - 3-е издание. - М.; СПб. [и др.]: Питер, 2009. - 367 с.	В третьем издании учебного пособия учтены изменения в законодательной и нормативной базе, которые являются весьма незначительными. Это внесение поправок в ряд федеральных законов, касающихся расширения и перераспределения полномочий между различными уровнями государственной и муниципальной власти; реорганизации межбюджетных взаимоотношений; изменения, касающиеся статуса глав муниципальных образований и депутатов представительных органов власти; актуализация большого пакета правительственных постановлений, направленных на внедрение административных регламентов в деятельность исполнительных органов государственной власти.
Чиркин В.Е. Система государственного и муниципального управления: учебник: допущено Советом УМО вузов России... / Чиркин Вениамин Евгеньевич. - 4-е издание, пересмотренное. - М.: Норма, 2009. - 431 с.	Впервые в учебной специальной литературе государственное и муниципальное управление проанализировано как чрезвычайно сложное, но целостное системное явление, рассмотрена историческая ретроспектива отношений государственной власти, ее субъектов с органами и субъектами местного управления и самоуправления, эволюция государственной управленческой мысли, основных научных школ и концепций местного самоуправления, его место в системе государственно-управляющего воздействия. В пособии раскрыты методология организации и модификации современной трехуровневой публичной власти, обоснована модель качественного состояния и взаимодействия государственного и муниципального управления на основе реализации начатых политико-правовых и административных реформ, вступающего в силу Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».