
О РОЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (на материалах Республики Калмыкия)*

Э.И. Мангаева, В.С. Голденова

ФГБОУ ВПО «Калмыцкий государственный университет»
ул. Пушкина, 11, Элиста, Республика Калмыкия

В работе анализируется региональный опыт взаимодействия государства и бизнеса в реализации социальной ответственности, выделяются направления стимулирования социальной ответственности с учетом их адаптации к российским условиям. Выявляется отсутствие развитой системы социальной ответственности бизнеса на территории Республики Калмыкия на основе проведения анкетирования руководителей малого и среднего бизнеса, а также всех групп стейкхолдеров. Предлагаются направления совершенствования взаимодействия государства и бизнеса в реализации социальной ответственности на региональном уровне, такие как внедрение системы нефинансовой отчетности, налоговое стимулирование, разработка регионального и местного законодательства, касающегося социальной ответственности компаний.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, государственная политика стимулирования социально ответственного поведения бизнеса.

Во многих западных странах сформировалась сложная система взаимоотношений государства, бизнеса и общества. Что же касается нашей страны, то в настоящее время наблюдается некоторое углубление взаимодействия государства и бизнеса, результатом которого становится усиление социальной ответственности бизнеса (СОБ). Это находит отражение в осознании прямой зависимости между финансовыми результатами деятельности компании и реализацией социально ответственного поведения. Однако на сегодняшний день следует отметить немногочисленность российских компаний, реализующих принципы социальной ответственности бизнеса, что во многом связано с отсутствием системности государственной экономической политики, направленной на создание условий, активизирующих социальную деятельность компаний, консультирование компаний по вопросам реализации социальных инвестиций, координацию и контроль над их деятельностью в рамках социальной ответственности перед всеми группами стейкхолдеров. Актуальность выбранной темы определяет логику исследования: анализ опыта европейских стран позволит выявить перспективные направления сотрудничества государства и бизнеса в реализации СОБ, анализ современного состояния стимулирования социальной ответственности бизнеса на региональном уровне (Республика Калмыкия) покажет проблемные моменты взаимодействия государства и бизнеса в стимулировании СОБ, что позволит пред-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Исследование эффективности государственной поддержки бизнеса как фактора повышения инвестиционной привлекательности региона», проект № 14-12-08001.

ложить направления совершенствования государственной политики активизации социально ответственного поведения компаний.

Теоретическое обоснование социальной ответственности бизнеса, а также анализ развития социальной ответственности компаний в России наиболее полно раскрыты в работах таких авторов, как И. Беляева, М. Эскиндаров [2], А. Яровой [3].

Возможные направления стимулирования социальной ответственности бизнеса. В результате анализа европейского опыта построения модели социальной ответственности бизнеса, а также использования рекомендаций ООН и Всемирного банка можно предложить следующие основные направления совершенствования региональной государственной политики в области социальной ответственности бизнеса, применимые для регионов России. Представляется, что региональным органам власти следует более активно информировать общественность о роли социальной ответственности бизнеса в развитии общества и лучших практиках социально ответственного бизнеса, что является наиболее популярным направлением поддержки социально ответственных компаний. Региональные органы власти могут создать специальный информационный центр, призывать средства массовой информации к пропаганде социальной ответственности бизнеса, обсуждению проблем, информированию о лучших национальных и зарубежных практиках в области социально ответственного поведения.

На наш взгляд, необходимо стимулировать и поддерживать дополнительные добровольные инициативы бизнеса в области корпоративной социальной ответственности. В целях стимулирования и пропаганды этического поведения бизнеса в области социальной ответственности государство может выступить инициатором и принимать активное участие в разработке и внедрении отраслевых и корпоративных кодексов поведения, в которых закрепляются основные этические принципы ведения бизнеса. Например, можно присуждать специальные награды и премии за добровольный вклад бизнеса в развитие принципов социальной ответственности бизнеса, а также создать специальные структурные подразделения, которые бы оказывали не только информационную и консультационную, но и финансовую поддержку социальным инициативам предприятий.

Внедрение механизма социальных и эколейблов или эмблем — также действенный инструмент, который необходимо использовать как для информирования общественности, так и для поддержки социально-ответственных компаний. Как показывает практика зарубежных стран, чаще всего подобные лейблы разрабатываются и применяются предприятиями конкретной отрасли, например, пищевой или химической, а государство применяет поощрительные меры к предприятиям, прошедшим сертификацию.

По нашему мнению, исследовательская и методическая поддержка будет способствовать широкомасштабному росту местного потенциала в области социальной ответственности бизнеса. Для этих целей во многих странах практикуется проведение семинаров и тренингов по социальной ответственности для государственных служащих, представителей бизнеса, членов профессиональных союзов, ассоциаций и объединений, которые в дальнейшем выступают в роли инициаторов продвижения принципов социальной ответственности через распространение

информации среди членов и клиентов своей организации. В учебные программы различных специальностей и направлений университетов и колледжей может быть введен новый предмет «Социальная ответственность бизнеса». С целью выявления наиболее эффективных инструментов стимулирования социально ответственного поведения, изучения успешных примеров внедрения социальной ответственности бизнеса на практике, изучения проблем социально ответственного поведения и т.д. государство и региональные органы власти должны активно поддерживать проведение исследований в данной области.

Представляется, что регионы должны вовлекать в вопросы социальной ответственности бизнеса и стейкхолдеров. Развитие данного направления региональной политики связано с содействием в организации диалога и партнерства между всеми заинтересованными сторонами (государство, бизнес-сообщество, профессиональные и общественные объединения и т.д.) для консолидации ресурсов и достижения более значимых результатов. Наиболее популярными мероприятиями могут быть «круглые столы», семинары, форумы, в процессе которых стейкхолдеры обмениваются информацией и практическим опытом, обсуждают проблемы и перспективы развития, оказывают содействие региональным властям в разработке более четкой и эффективной политики по стимулированию корпоративной социальной ответственности. Мнение стейкхолдеров должно обязательно учитываться при разработке законодательства по развитию социально ответственного поведения компаний.

Целесообразным является осуществление международного сотрудничества по вопросам социально ответственного поведения. Это связано с тем, что развитие социальной ответственности бизнеса является на сегодняшний день идеей, которая охватила большинство стран мира. Для объединения усилий и продвижения международных принципов социальной ответственности регионы должны всячески поддерживать инициативы международных организаций, в частности Инициативу ООН «Глобальный договор», подписывать конвенции, заключать договоры и соглашения, участвовать в международных форумах. Международные стандарты и ценности, закрепленные в документах (о соблюдении прав человека, защите окружающей среды, борьбе с коррупцией, важности продвижения инициативы социальной ответственности бизнеса, деятельности международных корпораций, трудовых отношениях, здравоохранении и т.д.), должны рекомендоваться региональными органами власти к применению и в национальных компаниях.

Регионы могут и должны объединить интересы и прозрачность деятельности социально ответственных компаний. Правительства многих стран содействуют объединению интересов мирового сообщества в области социальной ответственности бизнеса и развитию прозрачности. Для достижения результатов российское государство должно способствовать развитию системы международных стандартов управления, показателей отчетности, аудита социальной ответственности, стимулировать сертификацию продукции и предприятий по международным стандартам. Это обеспечит выход национальных компаний на мировые рынки и будет содействовать распространению системы международной социальной и экологической маркировки, для обеспечения равных прав торговли в разных странах.

Следует отметить, что в последние годы все большую популярность приобретает социально ответственное инвестирование, в основе которого при принятии инвестиционных решений лежит учет социальных и экологических последствий инвестиций. Социальные инвестиции предполагают также изучение и выделение в качестве объектов, приемлемых для инвестирования, компании, удовлетворяющие критериям социальной ответственности. Среди критериев следует выделить открытую и прозрачную деловую практику; этические ценности; уважение к своим сотрудникам, акционерам и потребителям; заботу об окружающей среде и т.д. Ценные бумаги социально ответственных компаний являются более привлекательным объектом для большинства инвесторов, в том числе пенсионных фондов.

В качестве инструмента экономической политики по стимулированию социальной ответственности бизнеса можно использовать методическую и информационную поддержку при подготовке нефинансовой отчетности компаний. Для получения достоверной информации о социальной ответственности зарубежные государства активно участвуют во внедрении системы оценки и отчетности по социальной ответственности бизнеса. При поддержке государства могут разрабатываться методические руководства по отчетности, создаваться специальные структурные подразделения по оказанию помощи в подготовке нефинансовых отчетов.

Особенно широко нефинансовая отчетность должна практиковаться в тех отраслях промышленности, деятельность которых может причинить вред экологической ситуации, например, в химической или металлургической отраслях. Наряду с использованием международных систем сертификации региональные органы власти также могут разработать и продвигать национальные системы социальных и эко-лейблов и эмблем.

Проанализировав нефинансовые отчеты российских компаний, можно предложить следующую структуру отчета компании, практикующей реализацию принципов социальной ответственности бизнеса. Предполагаем, что именно подобная структура нефинансового отчета позволит наиболее точно оценить вклад компании в развитие общества.

Рекомендуемое содержание нефинансового отчета компании

1. Миссия и цели организации
2. Характеристика организации
3. Процедуры управления, обязательства и взаимодействия со стейкхолдерами
4. Подходы в области управления и показатели результативности
5. Структуры и процессы, связанные с управлением социальными и этическими вопросами
6. Структуры и процессы, связанные с управлением экологическими вопросами
7. Принятая методология (включая работу над составлением социальной отчетности)
8. Планы будущих циклов процесса
9. Информация о показателях организации в отношении ее миссии, ценностей, корпоративных стандартов и кодексов
10. Информация о данных, предложенных стейкхолдерами
11. Информация, отражающая общественные требования к организации

Выявление заинтересованных сторон (их потребностей, ожиданий, приоритетов, информационных запросов), а также разработка подходов к организации взаимодействия с ними является одним из ключевых этапов подготовки нефинансового отчета, от которого зависит его качество. Это необходимо, так как отчет должен быть адресован конкретной целевой аудитории, интересы которой и должны быть определяющими при разработке содержания отчета.

Анализ стейкхолдеров свидетельствует о серьезной работе, проведенной компаниями в этом направлении. Как правило, основными группами, которые компании считают существенными, являются сотрудники, представители властей, а также инвесторы и акционеры. В целом, это адекватное отражение направленности стратегий развития российских корпораций на современном этапе.

Несомненно, что по мере развития практики отчетности и расширения круга российских компаний, внедряющих подготовку отчетов в свои системы корпоративного управления все более актуальной становится задача обеспечения сопоставимости результатов действий различных организаций. Совершенствование системы показателей отчетности, формирование общепринятой методологии подготовки отчетов необходимы для достижения высокой убедительности корпоративных нефинансовых отчетов, проверяемых внешними аналитиками. Это важно как для отдельных компаний, демонстрирующих свою устойчивость и конкурентоспособность, так и для делового сообщества в целом, действительный и многообразный вклад которого в общественное развитие необходимо адекватно отражать и делать достоянием общества.

Отметим, что внедрение нефинансовой отчетности в корпоративную практику не является уделом только крупных компаний, об этом свидетельствует мировой опыт. Вслед за компаниями — лидерами бизнеса в этот процесс постепенно будет включаться все большее число компаний, для которых упрочение своих позиций на рынке становится осознанной и важной задачей. Любые компании, независимо от размера и вида деятельности, могут использовать апробированные в мировой практике подходы к составлению социальных отчетов, поэтапно реализуя универсальные принципы и методологию и опираясь на передовой отечественный опыт.

Качественный нефинансовый отчет содержит информацию, позволяющую оценить количество и качество нематериальных активов организации, ее возможности и потенциал, особенности управления и качество менеджмента. Инвесторы, партнеры, клиенты и собственный персонал могут получить из отчета сведения, которые наряду с информацией о финансовых результатах помогают им принять необходимые решения в отношении конкретной компании. Можно предположить, что в ответ на вызовы времени и общественные ожидания такой подход в принятии деловых решений будет становиться распространенным явлением.

Государство может использовать налоговые инструменты стимулирования социально ответственного поведения бизнеса, например, социальные расходы компаний, благотворительные пожертвования, целевые отчисления в некоммерческие организации, фонды в большинстве европейских стран не облагаются налогом на прибыль, что могло бы применить у себя на практике и наше государство.

Результаты анкетирования руководителей компаний, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Калмыкия, показали, что налоговые скидки являются существенным стимулом для реализации социально ответственного поведения бизнеса.

Помимо предоставления налоговых льгот государство может участвовать в финансировании социально значимых проектов бизнеса через предоставление субсидий, льготных кредитов. Важнейшей неналоговой преференцией для социально ответственного бизнеса является учет социальной ответственности при отборе предприятий на выполнение государственных заказов. Следовательно, необходимо специальное законодательство, регламентирующее социальную ответственность бизнеса. Например, в ряде европейских стран создано специальное законодательство по социальной ответственности, которое учитывает вышеперечисленные инструменты стимулирования и регулирования социальной ответственности предприятий.

В случае с социальной ответственностью бизнеса субъектом выступает фирма в лице руководителя как распорядителя ресурсов. Объектами выступают работники, потребители, поставщики, население определенной территории. Следует отметить, что внешние стимулы свидетельствуют о том, что ответственные поступки бизнеса зависят от этических норм общества, и совершаются согласно внутренней потребности. Однако не учесть здесь элемент рационального поведения нельзя, так как бизнес заинтересован в увеличении прибыли и росте объемов производства. В качестве внутренних стимулов можно выделить высокий уровень самосознания, гражданский долг и, конечно, стратегический интерес, например получение преимуществ перед конкурентами за счет отдачи от социальных инвестиций. Влияние внешних стимулов усиливается в случае, если планы бизнеса носят долгосрочный характер. Антистимулы могут вводиться в действие через средства массовой информации, которые формируют негативный образ бизнеса или образ «дойной коровы». Решения в пользу соответствующих социальных расходов могут приниматься бизнесом под давлением государства, рынка и общественного мнения. Само понятие ответственности подразумевает зрелость и самостоятельность в принятии решений. С одной стороны, традиционное социально ответственное поведение имеет целью производство социального капитала, с другой — подразумевает создание рыночного актива в виде репутации. Конфигурация соглашений лежит в рыночном, гражданском мире и мире общественного мнения.

Социальная ответственность бизнеса на региональном уровне (на материалах Республики Калмыкия). Результаты анкетирования руководителей компаний, функционирующих на территории Республики Калмыкия, показали, что только 20% опрошенных реализуют социально ответственное поведение, при этом все опрошенные считают, что региональные органы власти должны всячески содействовать при реализации социальных проектов. При социальном инвестировании основной акцент компаниями делается на такие группы стейкхолдеров как персонал и клиенты. В настоящее время ни один из опрошенных руководителей компаний Республики Калмыкия не получает поддержки при реализации социально ответственного поведения от региональных органов власти,

но в то же время последние не создают препятствий при социальном инвестировании. Вместе с тем все опрошенные сошлись во мнении, что если бы региональные органы власти поддерживали социальные инициативы бизнеса, то компании более активно участвовали бы в социальном инвестировании и это позволило бы существенно улучшить результаты их финансово-экономической деятельности. Данные анкетирования позволяют говорить о необходимости консолидации усилий компаний и региональных властей для улучшения социально-экономического климата в Республике Калмыкия.

Результаты анкетирования таких стейкхолдеров компаний, как персонал, потребители, средства массовой информации, инвесторы и региональные и местные органы власти, показали следующее. Ни одна из групп стейкхолдеров не рассматривает компании Республики Калмыкия как социально ответственные. При этом каждая из групп вкладывает свое понимание в характеристики социально ответственной компании. Например, персонал больше заинтересован в своевременной выплате заработной платы, социальных программах для сотрудников (обеспечение санаторно-курортным лечением, повышение квалификации и др.) и в создании безопасных и комфортных условий труда. Потребители хотели бы видеть в лице компаний производителей качественной продукции или услуг по приемлемым ценам. Региональные средства массовой информации считают, что основной задачей любого бизнеса является получение прибыли, и объясняют это тем, что если компании будут иметь больший лимит финансовых ресурсов, то объем рекламы в СМИ будет увеличиваться и, соответственно, будет увеличиваться их доходность. Интересы инвесторов примерно совпадают с интересами средств массовой информации, т.е. чем прибыльней компания, тем она более привлекательна для потенциальных инвесторов, при этом они хотели бы, чтобы компании соблюдали законодательство и непричастность к любым формам коррупции.

Интересна позиция региональных и местных властей, которые ждут от бизнеса реализации социально ответственного поведения, но при этом не оказывают никакой поддержки социальным инициативам компаний. В то же время региональный уровень государственной поддержки социально ответственного поведения компаний является наиболее близким к бизнесу, и именно региональные органы власти могли бы создавать условия, при которых бизнесу стало бы выгодно вести себя социально ответственно.

На основе результатов анкетирования было проведено исследование уровня социальной ответственности корпораций Республики Калмыкия. По отношению к таким группам стейкхолдеров, как потребители и клиенты, взаимодействие социально ответственных компаний можно признать эффективным вследствие наличия обратной связи от стейкхолдеров, которые признают, что компания действительно по отношению к ним реализует социально ответственное поведение.

Переход региональных и местных органов власти Республики Калмыкия к политике содействия социальной ответственности бизнеса, учитывающей рос-

сийские институциональные особенности, осуществленный сегодня, позволит создать необходимые условия для развития социально ответственного поведения малых и средних компаний в пяти-, десятилетней перспективе. Но если переход к политике стимулирования осуществлен не будет, то разрыв в сфере социальной ответственности малых и средних компаний по сравнению с крупными, очевидно, будет увеличиваться. А этот разрыв государству невыгоден, так как социальная ответственность бизнеса является фактором улучшения репутации российского бизнеса за рубежом, условием для социальной стабильности и социального капитала, устойчивого экономического роста и решения экологических проблем, а также составляющая имиджа страны, так как ее реализация свидетельствует о прозрачности процессов взаимодействия бизнеса, государства и общества. В качестве мер по стимулированию социальной ответственности можно предложить следующие: информирование общественности о роли социальной ответственности бизнеса в развитии общества и лучших практиках на территории Республики Калмыкия; стимулирование и поддержка региональными и местными органами власти дополнительных добровольных инициатив бизнеса в области социальной ответственности бизнеса; исследовательская и методическая поддержка, осуществляемая научными и образовательными учреждениями Республики Калмыкия; вовлечение в вопросы корпоративной социальной ответственности стейкхолдеров; стимулирование роста уровня прозрачности деятельности компаний; внедрение системы оценки и отчетности по социальной ответственности бизнеса; применение налоговых и инвестиционных инструментов стимулирования СОБ; разработка регионального и местного законодательства, касающегося социальной ответственности компаний.

В целом, несмотря на отсутствие региональной государственной политики по реализации принципов социальной ответственности бизнеса ряд компаний в Республике Калмыкия, все же реализует социально ответственное поведение в своей деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Доклад о социальных инвестициях в России — 2008 // Интеграция КСО в корпоративную стратегию. — М., 2008.
- [2] Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: Монография / Под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2008.
- [3] *Яровой А.И.* Влияние институтов власти на развитие корпоративной социальной ответственности в России и Европейском Союзе // Бизнес. Общество. Власть. — 2010. — № 3.

LITERATURA

- [1] *Doklad o sotsialneh investitsiyah v Rossii—2008 // Integratsiya KSO v korporativnuyu strategiyu.* М., 2008.
- [2] *Korporativnaya sothialnaya otvetstvennost: upravlencheskiy aspekt: monografiya / Pod obsh. red. I.Yu. Belyaevoy, M.A. Eskindarova.* — М.: KNORUS, 2008.
- [3] *Yarovoy A.I. Vliyanie institutov vlasti na razvitie korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti v Rossii i Evropeyskom Soyuze // Biznes. Obshestvo. Vlast.* — 2010. — № 3.

**ON THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AT THE REGIONAL LEVEL
(on the Materials of the Republic of Kalmykia)**

E.I. Mantaeva, V.S. Goldenova

Kalmyk State University
Pushkin str., 11, Elista, Republic of Kalmykia

The paper analyzes the regional experience of interaction between government and business in the implementation of social responsibility, allocated areas to stimulate social responsibility with regard to their adaptation to Russian conditions. Revealed the absence of a developed system of social responsibility of business in the territory of the Republic of Kalmykia on the basis of a survey of heads of small and medium-sized businesses, as well as all groups of stakeholders. Offers ways of improving cooperation between the state and business in the implementation of social responsibility at the regional level, such as the introduction of non-financial reporting, tax incentives, the development of regional and local legislation relating to corporate social responsibility.

Key words: social responsibility of business, government policies to stimulate socially responsible business conduct.