

Луговая Елена Сергеевна

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

В статье освещаются вопросы реализации социальной политики бизнес-компаний. Рассматривается зарубежный и отечественный опыт корпоративной организационной ответственности предприятий. Отражены сходства и отличия американской и европейской моделей корпоративной социальной ответственности. Представлена тема нефинансовой социальной отчетности предприятий.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2012/7/22.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (62). С. 74-77. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2012/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Список литературы

1. **Беляева Е. И.** Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 1992. 168 с.
2. **Кобозева И. М.** Лингвистическая семантика. М.: Едиториал УРСС, 2004. 352 с.
3. **Кубарева Е. Е., Кубарев Е. М.** Эксплицитные и имплицитные побудительные конструкции в английском языке (в сопоставлении с русским) // Сопоставительный лингвистический анализ: научные труды. Куйбышев, 1977. Т. 202. С. 69-80.
4. **London J.** The Sea Wolf [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/LONDON/london01_engl.txt (дата обращения: 12.04.2008).

УДК 316

Социологические науки

В статье освещаются вопросы реализации социальной политики бизнес-компаний. Рассматривается зарубежный и отечественный опыт корпоративной организационной ответственности предприятий. Отражены сходства и отличия американской и европейской моделей корпоративной социальной ответственности. Представлена тема нефинансовой социальной отчетности предприятий.

Ключевые слова и фразы: корпоративная социальная ответственность; социальная политика; социальный отчет.

Елена Сергеевна Луговая*Кафедра социологии управления**Российская академия народного хозяйства и государственной службы**при Президенте Российской Федерации (филиал) в г. Волгограде**lugovoff_2011@mail.ru***ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ[©]**

В современном деловом мире роль бизнес-сектора значительно переосмыслена и дополнена рядом функций. Если раньше главным показателем успешности, конкурентоспособности и эффективности деятельности компании являлась прибыль, то сейчас наряду с бизнес показателями на первый план выходят меры корпоративной ответственности и социальной политики, обеспечивающие стабильное развитие предприятия и общества. Руководство и собственники предприятий осознают, что вести бизнес-производство, обеспечивать эффективную работу компании невозможно изолированно от общества. В связи с этим, корпоративная социальная ответственность становится частью долгосрочной стратегии развития предприятия. Соответственно, российские компании, стремящиеся выйти на международный уровень, сотрудничать с зарубежными партнерами и завоевать репутацию стабильно развивающихся компаний, должны отвечать всем общепринятым стандартам, включая корпоративную социальную ответственность.

Можно говорить о двух формах корпоративной социальной ответственности. Открытая форма представляет собой деятельность предприятий, которые самостоятельно и на добровольной основе берут на себя ответственность за решение социальных вопросов. Скрытая форма реализуется посредством как официальных, так и неофициальных институтов страны, предписывающих бизнес-компаниям обязательное выполнение тех или иных мероприятий социального характера.

В мире выделяют несколько моделей корпоративной социальной ответственности, которые различаются по тем или иным параметрам в соответствии с конкретными социально-историческими и социально-экономическими условиями страны, в рамках которых формировались общественные институты и характер их взаимодействия. Социальная ответственность предпринимательства России и западных стран имеет ряд отличительных характеристик. Одной из особенностей деятельности иностранных компаний в области социальной политики является то, что за рубежом наибольшее распространение получила концепция корпоративной социальной ответственности.

Ю. В. Дворцов отмечает: «Социальная ответственность бизнеса по западным стандартам - это такое ведение бизнеса, которое соответствует этическим, законодательным нормам и общественным ожиданиям или даже превосходит их» [2, с. 55].

Американская модель характеризуется открытой формой корпоративной ответственности, так как социальная политика, проводимая корпорациями, базируется на добровольных началах и может выражаться в финансировании социальных программ, оказании спонсорской поддержки культурных и спортивных мероприятий, осуществлении благотворительной деятельности. Инициаторами корпоративной социальной ответственности выступают непосредственно сами организации при минимальном вмешательстве государства в частный сектор. В качестве поощрения социально ответственные компании приобретают налоговые

льготы. Репутация компании, во многом зависит от мероприятий в области социальной политики, которые реализует данное предприятие. К основным направлениям реализации социальной политики в рамках американской модели, которые, как правило, реализуются посредством корпоративных фондов, можно отнести следующие: создание новых рабочих мест, обеспечение высокого дохода и безопасных условий труда, спонсирование профессионального образования, система частного медицинского и пенсионного страхования.

В Докладе о социальных инвестициях в России отмечается: «Для США характерно минимальное вторжение государства в частный сектор. Несмотря на это Америка известна традициями систематического участия бизнеса и/или его представителей в финансировании самых разнообразных некоммерческих проектов» [3, с. 18].

Сам факт активной социальной политики США и Европы свидетельствует о том, что это приносит определенную выгоду для бизнес-компаний. Следует рассмотреть европейскую (континентальную) социальную модель в части реализации социальной политики. Европейская модель базируется на том, что социальная ответственность является значимой частью стратегии бизнес-компания и должна осуществляться на регулярной основе. Основным отличием от американской модели является государственное воздействие и регулирование деятельности предприятий, заключающееся в разработке соответствующих норм, стандартов и законов. В. Иванова, рассматривая европейскую модель ведения социальной политики, отмечает: «Основные усилия в рамках корпоративной социальной ответственности направлены на борьбу с безработицей посредством уменьшения текучести кадров, создания новых рабочих мест, осуществления региональных социальных бизнес-проектов» [4, с. 47].

Британская модель объединяет в себе основные характеристики как американской, так и европейской модели. Характеристикой британской модели социальной политики может выступать государственная поддержка бизнес-сектора, которая проявляется в виде софинансирования коммерческих проектов, предоставления льготного режима налогообложения. В свою очередь, предприятия проявляют инициативу в области корпоративной социальной ответственности.

Интересным с практической точки зрения представляется опыт корпоративной социальной ответственности западных компаний. Во многих государствах используется практика разработки коммерческих кодексов, в которых закрепляются положения, регулирующие деятельность компаний не только в части реализации предпринимательской деятельности, но и в части закрепления мер социальной ответственности. Такие кодексы есть у следующих стран: Польша, Турция, Венгрия. Ряд кодексов действует и в России, в частности «Кодекс чести банкира» «Кодекс чести членов российской гильдии риэлторов», «Кодекс профессиональной этики членов российского общества оценщиков». Многими структурами, организациями, предприятиями были приняты кодексы деловой этики, поведения и общения, регулирующие отношения в рамках конкретной сферы.

Отношения, возникающие между банковским сектором и клиентами, сотрудниками, партнерами, акционерами, органами государственной власти требуют нормативного регулирования. Кроме того, вопрос об установлении определенного уровня доверия в банковском секторе способствовал принятию и нормативно-закреплению основных положений в Кодексе этических принципов банковского дела, который был разработан Ассоциацией российских банков на основе норм деловой этики. Данный Кодекс имеет юридическую силу в отношении банковского сообщества, ассоциаций и объединений кредитных организаций, при этом акцентируется внимание на ответственности каждой кредитной организации. В Кодексе отражаются положения, закрепляющие права и обязанности кредитных организаций, специальные этические принципы и нормы банковского дела (по оказанию банковских услуг, информационному обеспечению, обеспечению конфиденциальности защищенности, рассмотрению жалоб и претензий), основания и порядок применения мер ответственности. Так, например, характерным является следующее положение, указанное в п. 3.3 Кодекса: «Кредитные организации при осуществлении своей деятельности считают себя обязанными строить отношения с деловыми партнерами на взаимном доверии, уважении и равноправии; не допускать необоснованной критики их деятельности; строго руководствоваться принципом соблюдения взятых на себя договорных и других обязательств, вытекающих из деловых отношений или обусловленных ими» [5].

О. Проходько считает: «Кодексы корпоративной этики, которые становятся все более популярными, создают, с одной стороны, буферную зону между жестким законодательным регулированием определенных секторов и полным беспределом, а с другой - подменяют соответствующие законодательные акты» [8, с. 36].

Относительно новое для России понятие социальной нефинансовой отчетности также отличает российское государство от западных компаний в части реализации социальной политики. Ведение социальной отчетности иностранными предприятиями расценивается как обязанность ежегодного предоставления сведений о реализации социальных программ. В России принято ведение социальной отчетности в тех организациях, которые проводят активную социальную политику. Остальные организации осуществляют ведение данной отчетности по своему усмотрению и вполне могут отказаться от такой практики.

Корпоративная социальная ответственность приобретает все большее значение, так как деятельность предприятия должна отвечать не только требованиям получения прибыли, но и обеспечению ряда социальных вопросов. В ходе реализации бизнес-деятельности, предприятие сотрудничает с различными субъектами, осуществление социальной политики, в отношении которых позволяет эффективно взаимодействовать с ними.

Бизнес-компания и банковский сектор в частности, имеют возможность проводить активную социальную политику, отвечать социальным интересам различных категорий заинтересованных сторон. В этом случае, компания усиливает свой статус как социально активной компании и приобретает ряд дополнительных

прав и обязанностей. Но сегодня очень важно, чтобы проводимая социальная политика была и ответственной, а не просто маркетинговым ходом.

Общей тенденцией, как для российских, так и для западных компаний является усиление роли сотрудника как личности и его возможности повлиять на развитие компании. Это проявляется в медицинском и пенсионном обеспечении сотрудника, то есть заботе о его здоровье и социальной защищенности; предоставлении возможности подавать инновационные предложения, оказывая влияние на ход развития компании.

Если рассматривать в качестве примера опыт зарубежных компаний, то к основным направлениям, связанным с реализацией социальной политики следует относить - помощь в приобретении жилья, медицинское обслуживание и пенсионное обеспечение.

К российским предприятиям, активно внедряющим принципы корпоративной социальной ответственности можно отнести, прежде всего, нефтегазовые и металлургические компании: ОАО «ЛУКОЙЛ», ГМК «Норильский никель», ФК «УРАЛСИБ», ОАО «Северсталь», компания РУСАЛ. В большей степени к реализации мер социальной ответственности тяготеют крупные компании, нацеленные на долгосрочную деятельность и продолжительные взаимоотношения со своими сотрудниками, акционерами и бизнес партнерами.

Крупные российские компании стремятся выйти на международный уровень организации бизнеса. Так, например, компания «Лукойл» соблюдает международные стандарты экологической сертификации, компания «ВиммБильДанн» получила международный сертификат соответствия. Выходя на международный уровень ведения бизнеса, все более очевидным становится необходимость соблюдения норм корпоративной социальной ответственности.

Компания «Макдоналдс», например, принимает активное участие в благотворительной деятельности. Ежегодно выделяет день, когда все средства от продажи некоторых продуктов питания передаются на развитие проекта «Дома вдали от дома» - «Семейных комнат» в больницах России, чтобы дети, проходящие длительное лечение, могли не разлучаться со своими родителями. Данная организация принимает активное участие в кампании по вторичной переработке сырья. Кроме того, компания проводит сбор пожертвований, позволяя каждому посетителю ресторанов «Макдоналдс» помочь детям-инвалидам. Все собранные средства ежемесячно перечисляются на счет Благотворительного фонда «Дом Роналда Макдоналда». Макдоналдс в России поддерживает разработку и внедрение политики, способствующей повышению уровня физической активности. Макдоналдс в России через спонсирование спортивных программ и кампаний по развитию массового спорта поддерживает спорт на местном уровне» [6].

Другой пример - компания «Данон», производящая молочную продукцию, также принимает участие в реализации социальной политики, основными направлениями которой является поддержка спортивных мероприятий и реализация экологической политики. Задачи компании, обозначенные в экологической политике, звучат следующим образом: «сокращение потребления всех видов энергии и воды на заводах и в офисах; модернизация очистных сооружений; уменьшение веса упаковки; использование более экологически чистых материалов; переработка отходов; локализация поставщиков сырья и материалов; оптимизация использования транспорта и логистических схем доставки готовой продукции» [9].

Одним из основополагающих принципов деятельности авиакомпании «Аэрофлот - Российские авиалинии» является реализация программ социальной ответственности. К основным направлениям данных программ относятся благотворительная деятельность и экологическая политика. Как и ряд крупных западных предприятий, российские компании разрабатывают свои стандарты ответственности в области экологии. Для достижения целей экологической политики авиакомпания «Аэрофлот» решает следующие задачи: сокращает энергоёмкости операционной деятельности путем внедрения ресурсосберегающих процессов и технологий; оптимизирует маршрутную сеть и применяет новые технологии пилотирования, способствующие снижению шума и выбросов загрязняющих веществ от двигателей воздушных судов в атмосферу; внедряет передовые и совершенствует существующие технологии и материалы, обеспечивающие наиболее экологически безопасное техническое обслуживание воздушных судов; управляет отходами с целью минимизации их воздействия на окружающую среду с акцентом на вторичную переработку сырья («рециклинг») как наиболее эффективный метод утилизации отходов; приводит производственные объекты и операционную деятельность в соответствие с самыми высокими международными стандартами в области защиты окружающей среды [1].

Следует отметить, что в настоящее время, существует достаточно большое количество организаций, предлагающих сходную по своим характеристикам продукцию. Причем качество этих продуктов и услуг отвечает высоким мировым стандартам. При этом удержать конкурентные позиции достаточно сложно и зачастую это удается тем компаниям, которые проводят более глубокую политику, касающуюся не только качества предлагаемой продукции, но и мер корпоративной социальной ответственности.

К основным направлениям социальной политики нефтяной компании «Лукойл» относят: политику управления персоналом, благотворительную и социальную и профсоюзную деятельность, спорт, пенсионное обеспечение сотрудников, молодежную политику, работу по охране окружающей среды. «Компанией «Лукойл» в 2002 году был разработан «Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ», в котором закреплены положения, регулирующие вопросы предоставления корпоративных социальных гарантий работникам и неработающим пенсионерам, развитие монопроизводственных населенных пунктов, природоохранной деятельности, развития науки, образования, технологий и инноваций, сохранения национально-культурной самобытности, поддержки культуры и спорта, Содействия социальным группам и общественным объединениям, нуждающимся в поддержке, благотворительной деятельности Компании и работников» [7].

Существует точка зрения, согласно которой создание и функционирование ряда бизнес-корпораций, таких как нефтяные и авиакомпания, предприятия по продаже табачной и алкогольной продукции, заведомо воспринимаются обществом как негативные сферы деятельности как минимум в области экологии и здоровья населения. В этой связи, вышеперечисленные организации начинают реализовывать социальные программы, носящие активный и даже агрессивный характер, переламывая тем самым настрой общества и зарабатывая дополнительные репутационные и имиджевые баллы. Таким образом, реальными мотивами реализации социальной политики становится не столько добровольное волеизъявление собственников и руководителей компании, сколько необходимость формирования положительно настроенной общественности. С другой стороны, участие в реализации социальных программ, может заинтересовать вновь создаваемые компании с целью привлечения внимания общественности и быстрой наработки клиентской базы.

Характеристика корпоративной социальной ответственности и ее направленность зависит от многих факторов: культура, менталитет, традиции, законодательное регулирование деятельности бизнес-компаний определенной страны. Однако необходимость реализации социальной политики со стороны бизнес-компаний сегодня признана во всем мире. К сфере деятельности многих бизнес-компаний частично или полностью относится предоставление социальных услуг, например, оказание финансовых услуг населению (различные виды банковского кредитования: потребительский, ипотечный, на покупку автомобиля); пенсионное обеспечение (негосударственные пенсионные фонды), транспортные услуги и услуги связи, жилищно-коммунальные услуги, страхование жизни, здоровья и имущества.

Все большее количество компаний становится активными субъектами социальной политики, которая выстраивается с учетом социальных интересов своих сотрудников и клиентов. Важно отметить, что реализация социальной политики компании осуществляется на добровольной основе. При этом, социально ответственные компании приобретают ряд преимуществ для себя: улучшение имиджевых характеристик, повышение эффективности работы своих сотрудников, что косвенно влияет на увеличение финансовых показателей.

Зачастую социальную политику компаний ассоциируют исключительно с благотворительной деятельностью. Однако, к социальной политике, в данном случае, следует относить также профессиональное развитие сотрудников, реализацию корпоративных социальных программ, связанных с охраной здоровья, медицинским и пенсионным обеспечением. Социальная политика может рассматриваться как элемент организационной культуры компании, в которой сами сотрудники являются активными ее участниками. С другой стороны, общество также требует поддержки от успешно развивающихся компаний. Одной из основных проблем в этой области является отсутствие четкого закрепления системы социальной ответственности, вследствие этого ряд компаний совершенно исключают социальную активность.

Многие российские компании, в сравнении с западными, относительно недавно приступили к реализации социальной политики. Тем не менее, уже сделаны первые успешные шаги в этом направлении. Примером тому является самостоятельное закрепление положения о социальной ответственности во внутренних нормативно-правовых актах компании, внедрение практики ведения социальной отчетности. Таким образом, можно проследить тенденцию в изменении общей политики многих бизнес-компаний. Если раньше основное направление деятельности бизнес-компаний касалось стратегий, связанных с финансовыми показателями, то сегодня важные позиции при определении стратегии компании стали занимать направления социальной политики и корпоративной социальной ответственности.

Список литературы

1. **Аэрофлот - российские авиалинии. Политика компании** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aeroflot.ru/cms/about/policy>
2. **Дворцов Ю. В.** Усиление социальной ответственности бизнеса в России // Российский внешнеэкономический вестник. 2010. № 3. С. 54-58.
3. **Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год** / под общ. ред. С. Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. С. 18-27.
4. **Иванова В.** Особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в России и за рубежом // Человек и труд. 2009. № 10. С. 46-50.
5. **Кодекс этических принципов банковского дела** [Электронный ресурс]. URL: http://www.bankhimik.ru/Raskr/Other-files/Etic_Kodeks.pdf
6. **Макдональдс в России** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mcdonalds.ru>
7. **ОАО «Лукойл»** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lukoil.ru/>
8. **Приходько О.** Социальная ответственность бизнеса, или Как работа на общество работает на имидж // Бизнес и общество. 2008. № 1-2. С. 36-38.
9. **Danone в России. Экологическая политика** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.danone.ru/rus/responsibility/ecology.wbp>