

ФЕНОМЕНЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

УДК 316
ББК 60.5

О.П. Горьковая, А.В. Петров

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС И РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ СНИЖЕНИЯ КОМПАЕНС-РИСКОВ

Рассматриваются основные черты нового этапа развития социально ответственного бизнеса в современной России. Анализируются основные современные направления развития и реализации стратегий корпоративной социальной ответственности. Рассматриваются возможности снижения комплаенс-рисков посредством диверсификации деятельности компаний в сфере реализации стратегий корпоративной социальной ответственности и её увязки с необходимостью достижения целей устойчивого развития. Особое внимание обращается на развитие социального предпринимательства, реализации проектов в сфере корпоративного образования и общественного здоровья. Анализируются возможности и перспективы социального ответственного бизнеса.

Ключевые слова:

комплаенс-риски, корпоративная социальная ответственность, социальное предпринимательство, устойчивое развитие, экономическая социология, этический бизнес.

Горьковая О.П., Петров А.В. Социально ответственный бизнес и реализация целей устойчивого развития в России как возможность снижения комплаенс-рисков // Общество. Среда. Развитие. – 2019, № 1. – С. 32–37.

© Горьковая Ольга Павловна – учащаяся, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург; e-mail: petroval4@yandex.ru

© Петров Александр Викторович – доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет; исполнительный директор, Российско-Китайский Центр сравнительных социальных, экономических и политических исследований факультета социологии СПбГУ, Санкт-Петербург; e-mail: petroval4@yandex.ru

Важнейшим направлением развития социальной ответственности бизнеса в России в современных социально-экономических условиях становится выявление, анализ и снижение комплаенс-рисков, которые влияют на снижение прибыли в связи с возможным несоблюдением персоналом и менеджментом как существующего законодательства и уставов компаний, так и, что важно, международных и внутриорганизационных стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО), а также норм этического ведения бизнеса. Таким образом, одной из важнейших задач становится создание эффективных корпоративных систем комплаенс-контроля, минимизирующих совокупность рисков, связанных, в том числе, с нарушением корпоративных этических кодексов, норм организационной культуры и с негативной реакцией общества на деятельность компании и/или отдельных её представителей, разрушительным образом сказыва-

ющихся на деловой репутации компании. В современных условиях деловая репутация компании во многом определяется тем, насколько бизнес включен в решение социальных проблем.

В условиях рыночной экономики государство неспособно в одиночку решать социальные проблемы. В особенности те проблемы, которые непосредственно связаны с ведением бизнеса: различные, все обостряющиеся проблемы сохранения окружающей природной среды, неэффективное использование ресурсов, плохие условия труда и безработица, коррупция и многое другое. Именно поэтому бизнесу необходимо включаться в решение социальных проблем [1]. И он это делает при помощи реализации стратегий корпоративной социальной ответственности и нового способа ведения бизнеса – социального предпринимательства, истинной и главной целью которого является непосредственно смягчение или решение социальных про-

блем. К сожалению, социальное предпринимательство пока еще не имеет специальной организационно-правовой формы в России, но это не мешает ему развиваться и находить новые рыночные ниши.

С недавнего времени в России стало проводиться значительное количество форумов и конкурсов, где крупные компании представляют свои проекты в различных областях социальной ответственности бизнеса. Данные области включают в себя:

1. Ответственность перед персоналом, куда входят: условия труда и социальная защита, охрана труда и безопасность на рабочем месте, развитие человеческого потенциала и корпоративное обучение;

2. Взаимодействие с заинтересованными сторонами (поставщиками, потребителями, акционерами, государством и т.д.), развитие эффективных систем комплаенс-контроля;

3. Экологическая ответственность: предотвращение загрязнения природы, повышение ресурсоэффективности производств, защита и восстановление естественной окружающей среды;

4. Участие в жизни сообществ и их развитие, а точнее – инвестирование в образование и сферу искусства и культуры, решение различных проблем в городах присутствия (конкретных компаний и их филиалов), повышение качества и доступности медицинских услуг, адресная помощь отдельным социальным группам (сиротам, людям с ограниченными возможностями, пожилым людям, меньшинствам и коренным народам)*.

Одними из наиболее известных площадок по обмену опытом в сфере КСО между компаниями являются форум People Investor при поддержке Ассоциации Менеджеров (проводится ежегодно с 2008 г.) и форумы и конкурсы Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). В феврале 2018 г. в рамках Недели российского бизнеса проводился социальный форум «Ответственное взаимодействие бизнеса и власти в целях устойчивого социального развития» [7]. Здесь РСПП представил участникам форума новый сборник корпоративных практик «Российский бизнес и цели устойчивого развития» [6]. Вообще, сборники корпоративных практик выпускаются РСПП с 2009 г., но новшеством данного сборника является включение в него целей устойчивого развития (ЦУР) ООН и распределение кейсов компаний в соответствии с ними [см. 8].

* Данное разделение на области КСО сделано исходя из международного стандарта ISO 26000:2010

Взяв за основу исследования информацию и данные сборника корпоративных практик «Российский бизнес и цели устойчивого развития» РСПП, а также другие информационные источники, можно провести анализ того, как российские компании внедряют в свои бизнес-стратегии цели устойчивого развития ООН, и какие именно цели в основном выбирает российский бизнес, чтобы достигнуть устойчивого развития компаний [6; см. также 2–4].

Прежде всего следует отметить, что цели устойчивого развития не используются вкуче, а разделяются российскими компаниями на экономические, социальные и экологические ЦУР.

Экономические ЦУР обычно связаны непосредственно с реальной деятельностью компаний (см. рис. 1). Из предложенных в сборнике 25 компаний большинство определило как базовые цели и задачи компании (нижняя (основная) ступень в пирамиде Керолла): достойную работу и экономический рост (8), развитие технологий и инновации (9), энергосбережение и энергоэффективность (7), развитие городов присутствия (11) и ответственное потребление (12). Но, по графику можно заметить, что некоторые компании используют такие ЦУР, как ликвидация голода (2), чистая вода и санитария (6) или здоровье и благополучие (3). Включение такого рода ЦУР в категорию экономических целей не является ошибочным. Это зависит от рода деятельности компании. Например, цель ликвидации голода (2) присуща компаниям, которые работают в сфере сельского хозяйства (АО «МХК «ЕвроХим»»), а цель здоровья и благополучия (3) – фармацевтическим компаниям и компаниям связанным с медициной и здравоохранением.

Социальные ЦУР, как правило, непосредственно не связаны с основной деятельностью компаний и реализуются посредством специально разрабатываемых стратегий корпоративной социальной ответственности (см. рис. 2). Наиболее важные проблемы, в решение которых активно включается российский бизнес, – это качественное образование (4), здоровье населения (в частности персонала компании) и качественное медицинское обслуживание (3), проблема безработицы и развитие персонала (8), различные проблемы в городах и районах присутствия (11). Некоторые компании включают в социальные ЦУР те цели, которые следует отнести к экологическим: энергосбережение и энергоэффективность (7) (ПАО «ММК», АО «БЭСК»), борьбу с изменением климата (13) (Аффи-

34 лированные компании «Филип Моррис Интернэшнл в России») и сохранение экосистем суши (15) (АФК «Филип Моррис Интернэшнл в России»).

Экологические ЦУР являются в современном мире наиболее важными и порой соотносятся с базовыми целями компаний (см. рис. 3). К тому же, выделить данную группу целей из общего числа довольно просто и проблемно, соотносящиеся с этими целями конкретны и понятны компаниям, что позволяет им активно включаться в решение этих проблем. Самыми важными экологическими проблемами, требующими решений, компании видят: изменение климата (13), сохранение биоразнообразия (15) и проблему чистой воды (6). Помимо прочего, некоторые компании относят к экологическим ЦУР проблемы в городах присутствия (11) и развитие технологий и инновации (9). Девятая цель порой напрямую связано с решением проблем экологии: совершенствование очистных сооружений, построение системы «ноль отходов», возможность вторичного использования ресурсов и т.д.

Выделив основные цели устойчивого развития, которые используют российские компании, стоит рассмотреть более подробно, каким же образом решаются некоторые социальные проблемы в рамках реализации стратегий КСО.

Из предыдущего анализа следует, что большинство российских компаний включает в социальные ЦУР и активно старает-

ся решать проблему качества образования. Это особенно важно в связи с необходимостью включения отечественного бизнеса в глобальные процессы развития систем непрерывного обучения (в том числе, корпоративного) [5]. Теперь практически все крупнейшие компании России и ТНК развивают сотрудничество с ведущими российскими вузами и учреждениями среднего специального образования в своей отрасли, организуют производственную и преддипломную студенческую практику, предлагают целевые программы обучения. Некоторые компании проводят конкурсы на получение образовательных грантов («Сахалин Энерджи») и именных стипендий (ОК «РУСАЛ»). «Лукойл» активно практикует создание кафедр в РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина и Астраханском государственном техническом университете. АО «МХК «ЕвроХим» проводит межрегиональные студенческие чемпионаты по решению инженерных кейсов в рамках программы E-Generation, целью которой является поддержка инженерного образования и популяризации химии. В будущем эта программа призвана не только обеспечить компанию новыми кадрами, но и сформировать новое поколение инженеров в агрохимическом секторе.

Помимо сотрудничества с университетами, российские компании начинают воспитывать своих будущих специалистов со школьной скамьи. К примеру, «Газпром нефть» проводит ежегодный интеллектуальный турнир «Умножая таланты»,

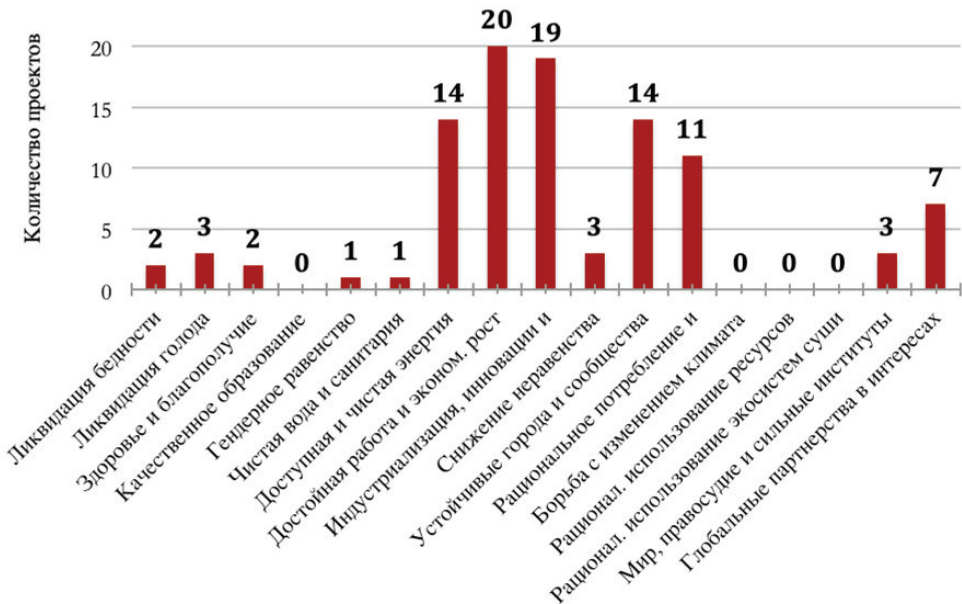


Рис. 1. Экономические цели устойчивого развития

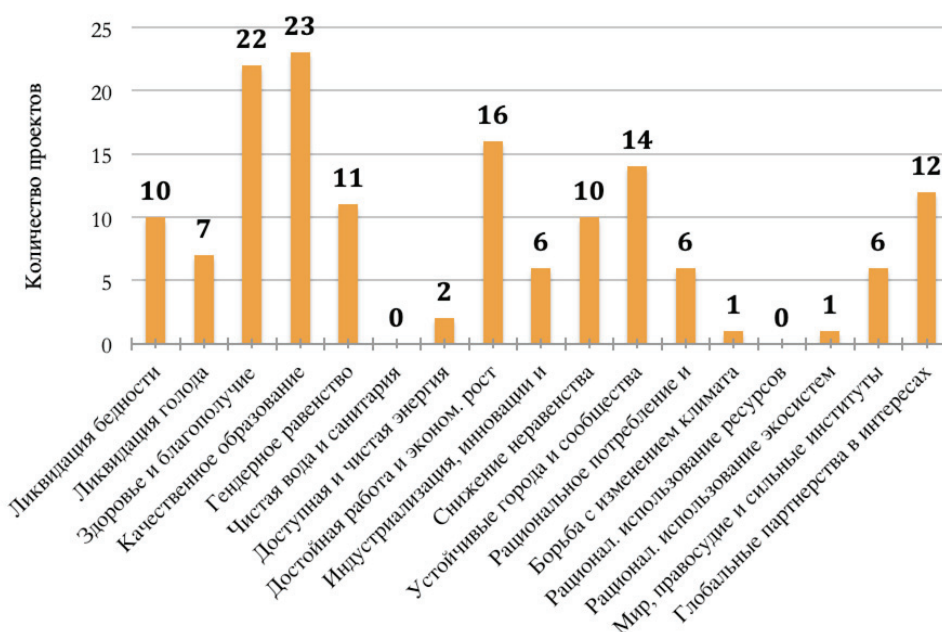


Рис. 2. Социальные цели устойчивого развития

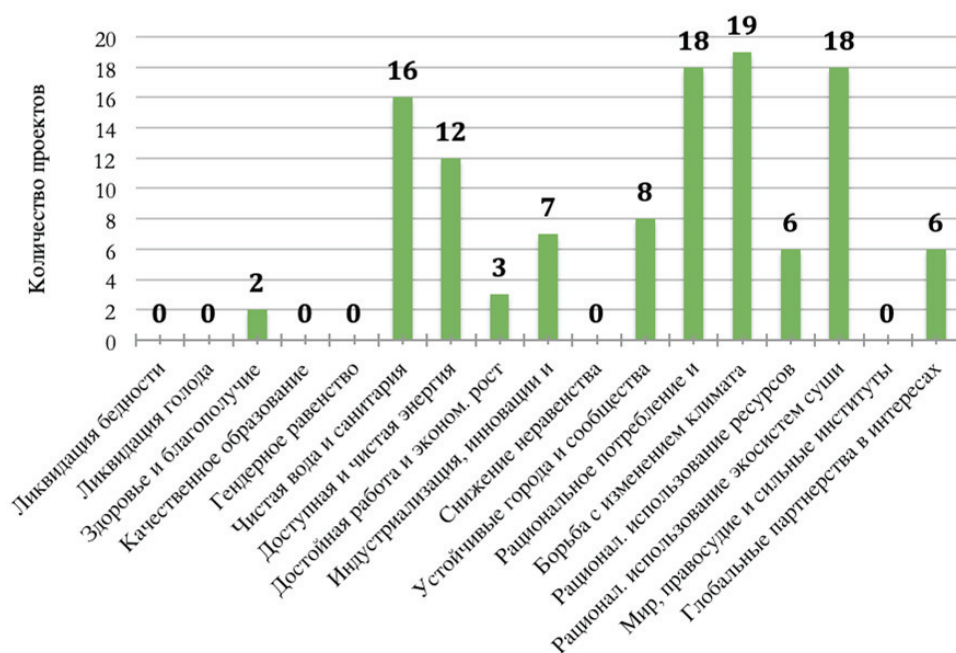


Рис. 3. Экологические цели устойчивого развития

который направлен на популяризацию инженерно-технических специальностей. А проект «Математическая прогрессия», который реализуется совместно с Санкт-Петербургским государственным университетом, направлен на привлечение внимания школьников и студентов к фундаментальной науке и на ее поддержку. Внешэкономбанк в 2017 г. начал реализацию

проекта «Департамент тинейджеров Внешэкономбанка». Проект осуществляется на базе Центра блокчейн-компетенций ВЭБа и нацелен на формирование у подростков практических навыков создания новых высокотехнологичных продуктов. ПАО «Энел Россия» реализует программы по повышению эффективности образовательного процесса (модернизация учебно-

го оборудования и применение новых технологий). EN+ GROUP совместно с Фондом Олега Дерипаски «Вольное дело» реализует программу «Школа нового поколения». Создаются центры детского научного и инженерного творчества при поддержке АО «МХК «ЕвроХим» и Фонда Андрея Мельниченко. Также АО «МХК «ЕвроХим» активно работает с учителями химии из малых городов. Для них проводятся различные семинары в рамках международного форума. Большинство компаний проводят дни профориентации школьников и адаптации молодежи (АО «Каменскволокно», ПАО «ММК»). ОАО «РЖД» готовит будущих инженерно-технических специалистов при помощи дополнительного образования и кружковой деятельности в рамках программы «Детские железные дороги».

Немаловажной социальной проблемой также является сохранение здоровья населения и качество предоставляемых медицинских услуг. В этой сфере тоже активно работают российские компании, и у большинства из них есть свои корпоративные инновационные медицинские центры и клиники, куда могут обращаться сотрудники не только с профессиональными заболеваниями, но и с любыми другими заболеваниями (например, в ОК «РУСАЛ» действует сеть корпоративных клиник «РУСАЛ – Медицинский центр» в регионах присутствия; в клиниках реализуется корпоративная программа «Здоровое сердце» по профилактике сердечно-сосудистых заболеваний). Сотрудникам также предоставляются санаторные услуги и отдых, которые оплачиваются компанией (АО «Каменскволокно», ОАО «РЖД»). Табачная компания «Филип Моррис Интернэшнл» реализует программу добровольного медицинского страхования «Важное преимущество», которая предусматривает получение медицинской помощи за рубежом в случае критических заболеваний. В «Металлоинвест» действует корпоративная социальная программа «Женское здоровье», нацеленная на выявление онкологических заболеваний у женщин и последующую помощь. Многие программы нацелены на инвестирование в медицинские учреждения и центры, работающие с людьми с ограниченными возможностями, внедрение новых медицинских технологий и методов лечения, на популяризацию здорового образа жизни и ранней диагностики опасных заболеваний, обучение врачей и распространение лучших медицинских практик (ПАО «Энел Россия», ПАО АФК «Система»). Помимо прочего, АФК «Система» создало R&D-центр «Биннофарм» (разработка «удобных» препа-

ратов с улучшенными свойствами) и «Медицинскую академию» для повышения уровня знаний врачей-терапевтов и пульмонологов. Некоторые компании налаживают сотрудничество с заинтересованными сторонами и стараются решать социальные проблемы совместными усилиями. Так, АО «СУЭК» осуществляет проекты в сфере здравоохранения совместно с Управлением делами Президента РФ.

Сейчас многими компаниями создаются программы в области КСО, с помощью которых решаются несколько социальных проблем сразу. Например, «Лукойл» в проекте «Красный чум» решает одновременно две проблемы: повышение качества и доступности медицинских услуг и поддержка малых народов. Цель данного проекта – доступность медицинской помощи для коренных жителей Севера и населения отдаленных сельских поселений. Помимо предоставления медицинских услуг, специалисты проекта обучают коренных жителей навыкам оказания первой помощи и выдают аптечки.

Стоит сказать и о взаимодействии крупнейших компаний России с малым и средним бизнесом, в частности с социальными предпринимателями. Основной деятельностью социальных предпринимателей является смягчение или решение различных острых социальных проблем. Прибыль таких организаций от предоставления услуг или реализации товаров невелика и часто не покрывает расходы на основную деятельность, тем самым социальным предпринимателям приходится постоянно искать инвесторов в лице государства и бизнеса. Российские компании в последние годы начали активно инвестировать в и развивать социальное предпринимательство (т.к. это укладывается в рамки их деятельности в области реализации стратегий корпоративной социальной ответственности). Например, «Газпром нефть» сотрудничает с БФ «Рауль» и реализует проект «Вместе открываем мир» по социализации выпускников детских домов. Дети и взрослые с особенностями развития в рамках проекта обучаются необходимым социальным навыкам, которые помогут им вести самостоятельную жизнь. Проект «Добро своими руками» по поддержке людей с расстройством аутистического спектра инициирован совместно с Центром «Антон тут рядом». АФК «Филип Моррис Интернэшнл в России» реализует совместно с Фондом «Со-единение» программу по поддержке и социальной интеграции людей с одновременным нарушением слуха и зрения.

В АО «ОМК» действует программа поддержки социального предпринимательства «Начни свое дело» в регионах присутствия. В рамках программы проходит обучение социальных предпринимателей. По окончании обучения проводится конкурс проектов и четырем победителям предоставляется один миллион рублей на открытие своего дела. Развитием социального предпринимательства также занимаются ПАО «Северсталь» и ОК «РУСАЛ».

Компанией «Лукойл» по инициативе В.Ю. Алекперова в 2007 г. создан Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», целью которого является развитие социального предпринимательства в России. В 2014 г. появился проект «Больше, чем покупка!». Он предполагает взаимодействие социальных предпринимателей с ПАО «Лукойл». В рамках проекта, продукция, которая производится социальными предпринимателями, может реализовываться через магазины сети АЗС «Лукойл» по всей России на льготных условиях, включая бесплатную аренду торговых стоек. Это способствует финансовой устойчивости социальных предпринимателей и возможности развивать свой бизнес (потому что данные организации по многим причинам не могут конкурировать с обычными предпринимателями на рынке в реализации одинаковых типов товаров). Помимо прочего, данный проект вовлекает в решение социальных проблем и покупателей. Покупая качественный товар, сделанный людьми с ограниченными возможностями или с информацией о том,

что он может помочь тем, кто оказался в трудной жизненной ситуации, люди могут, таким образом, помогать решать актуальные социальные проблемы.

Итак, одной из важнейших особенностей нового этапа становления этического бизнеса в России является существенная диверсификация деятельности компаний в сфере КСО и её увязка с необходимостью достижения целей устойчивого развития (провозглашаемых и пропагандируемых ООН). Реализация ориентированных на широкую диверсификацию стратегий КСО позволяет не только (совместно со всеми заинтересованными сторонами) подключиться к решению нескольких социальных проблем, но и существенным образом влияет на формирование позитивной репутации компании, как одного из главных конкурентных преимуществ в современных условиях, создавая тем самым условия для снижения комплаенс-рисков. Кроме того, еще одной важной особенностью современного этапа развития этического бизнеса становится существенное увеличение популярности поддержки социального предпринимательства со стороны отечественных бизнес-структур. Это позволяет компаниям в рамках реализации стратегий и политики КСО более глубоко погружаться в решение конкретных социальных проблем и значительно повысить эффективность предпринимаемых мер и политики КСО. Третьим важным аспектом является существенное повышение устойчивости на рынке именно тех компаний, которые делают ставку на диверсификацию деятельности в сфере КСО.

Список литературы:

- [1] Виноградов Д.А., Петров А.В. Социальная ответственность российского бизнеса в период современного глобального экономического кризиса: проблемы и тенденции // Общество. Среда. Развитие. – 2012, № 3. – С. 64–67.
- [2] Всероссийский конкурс РСПП «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность – 2017». – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://nrb-rspp.ru/konkursy/item/709-lideri-biznesa.html> (04.03.2018)
- [3] Круглый стол «Качество и стандарты социальной отчетности компаний. Восприятие бизнеса обществом, инвесторами, государством в современных условиях». – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://nrb-rspp.ru/calendar/item/659-tek.html> (03.03.2018)
- [4] Международная база по рейтингам устойчивого развития. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://ratesustainability.org/hub/index.php/search> (08.03.2018)
- [5] Петров А. В. Организационная культура и развитие системы непрерывного обучения в современных компаниях // Общество. Среда. Развитие. – 2014, № 3. – С. 72–76.
- [6] Российский бизнес и Цели устойчивого развития. Сборник корпоративных практик / Е.Н. Феоктисова, Г.А. Копылова, М.Н. Озерянская, М.В. Москвина, Н.И. Хофманн, Д.Р. Пуртова – М.: РСПП, 2018. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://media.rspp.ru/document/1/b/2/b24091d44c9660fcf3a9fdad6551b88f.pdf> (04.03.2018)
- [7] Социальный форум «Ответственное взаимодействие бизнеса и власти в целях устойчивого социального развития». – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://nrb-rspp.ru/news/item/757-soc.html> (03.03.2018)
- [8] Цели в области устойчивого развития: ЦУР ООН. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (28.02.2018)