

Модель корпоративного гражданства в России: перспективы развития.

Нерослова Анна Алексеевна

Студент

Пермский государственный университет им. А.М. Горького,

Философско-социологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: anna-neroslova@mail.ru

Корпоративное гражданство (КГ) – это стратегия бизнеса по взаимодействию с обществом в целях обеспечения эффективного и устойчивого развития и формирования собственной репутации как ответственного «корпоративного гражданина», полноправного участника такого развития [6].

Компании, практикующие модель КГ, разрабатывают и реализуют социально-ответственные программы в экономической, экологической и социальной сферах, активно взаимодействуют с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) – сотрудниками, поставщиками, потребителями, властью, некоммерческими организациями.

Понятие «корпоративное гражданство» появилось в 80-е годы в американской литературе по корпоративному управлению. В 90-е годы оно получает широкое распространение не только в рамках теории, но и практики по всему миру. Передовыми странами по реализации концепции КГ являются США и страны ЕС.

В России понятие «корпоративное гражданство» начало использоваться совсем недавно. Уровень развития КГ по сравнению с западными странами остается низким.

Можно выделить 5 основных показателей, которые характеризуют развитие практик КГ в нашей стране:

1. Степень государственного регулирования КСО;
2. Институционализация КСО;
3. Развитость таких направлений КСО как филантропия, спонсорство, волонтерство;
4. Практика нефинансовой отчетности, ее соответствие международным стандартам;
5. Сформированное общественное мнение относительно КСО и КГ.

На сегодняшний день государственное регулирование КСО сосредоточено на вопросах формирования общего законодательного поля ведения бизнеса, связанного с налогообложением, защитой собственности и т.д. По-прежнему уместно говорить о такой форме воздействия государства на бизнес как патернализм. Так, согласно исследованию Ассоциации менеджеров России, 80% опрошенных представителей бизнеса считают, что именно давление властей служит главным стимулом социальной ответственности [7].

Тем не менее, наметились первые шаги государства по развитию КСО.

В конце 2005 года был создан Технический комитет по стандартизации № 471 «Социальная ответственность». Цель комитета – разработать национальные стандарты в области КСО, привести к единому знаменателю терминологию и принципы, регламентировать обмен информацией и др.

Кроме того государство осознало необходимость поддержки и поощрения социально-ответственных предприятий. В 2006 году была учреждена Почетная Премия «За социальную ответственность бизнеса». Проведение премии направлено на выделение и

поощрение социально-ответственных компаний, формирование института социально-ответственного бизнеса в России.

Параллельно идет процесс институционализации принципов КСО. Он заключается в разработке и внедрении документов, которые будут регламентировать реализацию корпоративной ответственности в РФ.

Так, в начале 2005 года Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) опубликовал «Социальную хартию российского бизнеса». В документе общественная миссия коммерческого сектора сформулирована как достижение «устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека» [1].

Торгово-промышленная палата РФ предложила свой стандарт «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Методические рекомендации». Данный документ был подготовлен с учетом базовых принципов AA1000 и GRI [2].

В настоящее время российские компании начали активно внедрять систему нефинансовой отчетности – социальной, экологической, отчетности в области устойчивого развития.

Пионером в области корпоративной социальной отчетности была компания «Бритиш Американ Тобакко Россия», которая опубликовала свой первый социальный отчет в 2003 году. В 2007 году таких компаний стало уже более 50. Среди них можно выделить таких лидеров российского бизнеса как ЛУКОЙЛ, Норильский никель, РУСАЛ, ФК «Уралсиб», РАО «ЕЭС России», Татнефть и др.

По состоянию на 31 ноября 2012 года, согласно реестру нефинансовых отчетов РСПП, нефинансовую отчетность опубликовали 122 российские компании. Наибольшее число отчетов было предоставлено энергетической (34 компании), финансовой (16 компаний) и нефтяной (15 компаний) отраслями [4].

Наиболее распространенными направлениями КСО для российского бизнес-сообщества является благотворительность.

По данным «Форума Доноров», объем выделенных компаниями благотворительных денег в 2011 году составил 12 млрд рублей.

Тем не менее, достаточно однообразным является выбор социальных сфер для благотворительной поддержки. Согласно проведенному Ассоциацией менеджеров исследованию, в 70% случаев руководители компаний ориентируются на социальные сферы, вызывающие наибольший резонанс в общественном сознании – дети, пенсионеры, ветераны и малоимущие, спорт [5].

Также можно отметить низкий уровень активности НКО в привлечении бизнеса к благотворительности. Лишь 5% компаний-благотворителей оказывают благотворительную помощь на основании запросов от НКО. Главной причиной сложившейся ситуации является низкий уровень доверия к НКО со стороны предпринимателей.

Взаимоотношения общества и бизнеса в нашей стране складываются непросто. Более половины жителей нашей страны считают российский бизнес социально безответственным.

Кроме того ожидания населения расходятся действиями российских бизнесменов.

Предпочтительными направлениями КСО бизнеса россияне называют создание новых рабочих мест (65%), предоставление дополнительного «социального пакета» своим работникам (33%), участие в строительстве городских социальных объектов (24%), благоустройстве городов, поселков (19%) [3].

Из всего вышеперечисленного следует вывод, что российская модель КГ находится на раннем этапе своего становления. Для успешного развития концепции КГ необходимо тесное сотрудничество компаний с властью и гражданским обществом.

Литература

1. Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом. Казань, 2008. С. 53.
2. Корпоративная социальная ответственность: <http://www.csrjournal.com/1372-komu-i-v-chem-predlagaet-otchityvatsja-standart.html>
3. Международный экономический форум: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/2049.htm>
4. Российский союз промышленников и предпринимателей: <http://рспп.рф/simplepage/157>
5. Управление персоналом: <http://hrm.by/upravlenie-personalom/analiticheskiy-otchet-po-rezultatam-issledovaniya-assotsiatsii-menedzherov-sotsialnaya-rol-biznesa-v.html>
6. Центр гуманитарных технологий: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/615>
7. Центр гуманитарных технологий: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2010/2596>

Слова благодарности

Выражаю огромную благодарность организаторам данной конференции. Это реальная возможность для молодых специалистов показать себя, а также повысить свой образовательный уровень.