

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК

**ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПО ОБЩЕСТВЕННЫМ НАУКАМ**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ
РОССИИ**

1 – 16

**СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
БИЗНЕСА КАК ФАКТОР
УСТОЙЧИВОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ**

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

**МОСКВА
2016**

УДК 332(470+571)

ББК 87.75

Э 40

Центр социальных научно-информационных исследований

Отдел экономики

Редакционная коллегия:

Н.А. Макашева – д-р экон. наук, председатель,
Г.В. Семеко – канд. экон. наук, зам. председателя,
В.С. Автономов – чл.-кор. РАН,
Н.И. Иванова – академик РАН,
Е.В. Виноградова – канд. экон. наук.

Редактор-составитель выпуска –

Г.В. Семеко

Э 40 **Экономические и социальные проблемы России:**
Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ.
исслед. Отд. экономики; Ред. кол.: Макашева Н.А., гл. ред.,
и др. – М., 2016. – **№ 1: Социальная ответственность
бизнеса как фактор устойчивого экономического раз-
вития** / Ред.-сост. вып. Семеко Г.В. – 150 с.

Анализируется понятие социальной ответственности бизнеса, рассматриваются подходы к оценке роли социально ответственного бизнеса в обеспечении устойчивого экономического развития. Исследуются принципы, механизмы реализации и компоненты корпоративной социальной ответственности, существующие в разных странах. Обсуждаются особенности и перспективы развития социально ответственного бизнеса в России.

Для научных работников, преподавателей вузов, представителей бизнеса.

The issue highlights the concept of socially responsible business, basic approaches to the role of the socially responsible business as the factor of the sustainable economic development. Principles, mechanism of action and components of corporate social responsibility in different countries are examined. National peculiarities and perspectives of socially responsible practices in Russia are under consideration.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

УДК 332(470+571)

ББК 87.75

ISSN 1998-1791

© ИНИОН РАН, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
<i>И.Ю. Жилина.</i> Теоретические основы социальной ответственности бизнеса: История, эволюция	12
<i>И.Ю. Жилина.</i> Страновые модели корпоративной социальной ответственности	32
<i>Г.В. Семеко.</i> Корпоративная социальная ответственность в финансовом секторе.....	63
<i>О.Н. Пряжникова.</i> Корпоративная социальная ответственность в условиях социальной и солидарной экономики	108
<i>Е.А. Пехтерева.</i> Социально ответственное предпринимательство в России	125

ВВЕДЕНИЕ

Концепция социальной ответственности бизнеса уже несколько десятилетий остается актуальной и обсуждается в научном и предпринимательском сообществах. За это время предпринимателями проделан огромный путь по осознанию своей ответственности перед обществом за решение социально-экономических проблем, сохранение окружающей среды, повышение качества жизни местных сообществ, соблюдение прав человека, противодействие коррупции и за ряд других жизненно важных вопросов. На сегодня не существует единого подхода к определению социальной ответственности бизнеса, но все представленные точки зрения едины в одном: речь идет об ответственности компаний за свою деятельность перед всеми людьми и организациями, с которыми они сталкиваются в процессе функционирования, и перед обществом в целом.

Социальная ответственность представляет собой философию, или образ отношений между предпринимательскими кругами и обществом, это добровольный вклад предпринимателей в развитие общества, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Все виды ответственности (экономическая, правовая, экологическая, филантропическая, этическая и т.д.) определяют имидж компаний и их позиции на рынке, а потому компании стремятся создать себе репутацию социально ответственных хозяйствующих субъектов.

В соответствии с утвердившимися в настоящее время представлениями основной задачей социально ответственного бизнеса является достижение устойчивого развития общества¹. Последнее

¹ В настоящем сборнике мы исходим из широкой концепции устойчивости, которая охватывает не только потребности защиты окружающей среды, но и широкий спектр экономических и социальных критериев, деловых операций и процессов и в целом роль бизнеса в развитии.

подразумевает необходимость согласования масштабов эксплуатации природных ресурсов, капиталовложений, технологического развития и институциональных изменений не только с нынешними, но и с будущими потребностями человечества. На практике это означает, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и общества.

В настоящее время социальная ответственность бизнеса имеет много других названий¹, при этом, как правило, речь идет об одной и той же концепции. Так, в конце XX в. стал широко использоваться термин **«корпоративная социальная ответственность»**. В целом большинство экспертов говорят о синонимичности обоих терминов (и мы присоединяемся к такой позиции), которые являются переводом с английского языка понятия **«corporate social responsibility»**. На практике представители бизнес-среды предпочитают использовать термин «корпоративная социальная ответственность», а академические круги, общественные организации и простые люди – «социальная ответственность бизнеса». В дальнейшем в сборнике вы встретите оба термина.

Поскольку социальная ответственность превратилась в действенный и рациональный инструмент стратегии компаний, то, пожалуй, корректней использовать понятие корпоративной социальной ответственности при анализе корпоративной практики, особенно учитывая то обстоятельство, что на уровне компаний концепция устойчивого развития фактически совпадает с концепцией корпоративной социальной ответственности.

Эволюция теории и практики социальной ответственности бизнеса происходит под влиянием многочисленных процессов в политической, экономической, социальной, экологической, научно-технической и других сферах. В последние годы основной вектор ее развития был задан процессом глобализации мировой экономики, проблемами в мировой энергетике и экологии, макроэкономическими диспропорциями в мировой торговле и т.д. Новый толчок к переосмыслению роли бизнеса в устойчивом развитии и его ответственности перед обществом дал глобальный финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. Его последствия, а также ухудшение экологической ситуации обусловили появление новых законодательных и нормативных актов на уровне отдельных государств и

¹ Корпоративная ответственность, социально ответственный бизнес, корпоративная гражданская позиция, ответственный бизнес и др.

на международном уровне, которые предусматривают более жесткие рамки контроля над финансовым сектором и более жесткие экологические стандарты.

Изменения бизнес-среды и новые императивы, стоящие в настоящее время перед обществом, диктуют соответствующую коррекцию теоретических основ и практики в области социальной ответственности. Она уже началась, и получены некоторые результаты, которые полезно изучить, чтобы выявить успешный опыт, достойный копирования, и риски, сопряженные с отсутствием у компаний четкой и последовательной социально ответственной стратегии. Представленные в сборнике обзоры посвящены некоторым, на наш взгляд, наиболее актуальным направлениям развития социально ответственного предпринимательства и связанным с ними проблемам.

Сборник открывает обзор *«Теоретические основы социальной ответственности бизнеса: История, эволюция»*. В нем представлены этапы развития концепции социально ответственного бизнеса (СОБ) – начиная от идей социалистов-утопистов до современных теорий. Основное внимание уделяется различиям в подходах сторонников разных научных школ. Отмечаются динамичное развитие концепции СОБ, а также ее смешанный характер. СОБ – это, как правило, достаточно условное, собирательное понятие, отражающее взгляды в области экономики, менеджмента, социологии, этики и т.д.

В обзоре представлены типологии эволюции концепции социально ответственного бизнеса, предлагаемые зарубежными и отечественными учеными. В процессе эволюции концепция СОБ прошла путь от набора нормативных установок до сложной теоретической системы, основанной на прагматизме. Эта эволюция была тесно связана с системными изменениями, происходящими в социально-экономической и геополитической сферах, кризисом современной модели капитализма и переходом к постиндустриальной модели, глобализацией и обострением глобальных проблем. Понятно, что на этом процесс эволюции концепции СОБ не закончится. Отношение к СОБ колеблется в зависимости от успехов бизнеса и состояния экономики. Поскольку концепция СОБ, по сути, определяет механизм взаимодействия общества, государства и бизнеса, в нашем непрерывно меняющемся мире неизбежно возникает потребность в формировании новых механизмов такого взаимодействия, что, соответственно, порождает очередной виток реконцептуализации СОБ.

Конкретные формы социально ответственного бизнеса в отдельных странах и регионах мира имеют свою специфику, обусловленную особенностями социокультурного развития, географическими и природно-климатическими условиями, сложившейся системой экономических отношений и гражданских институтов, степенью вовлеченности государства в социально-экономические процессы, традициями предпринимательства, религиозными нормами и многими другими внутренними и внешними факторами. Как отмечается в обзоре «*Страновые модели корпоративной социальной ответственности*»), в этом множестве национальных вариантов корпоративной социальной ответственности (КСО) выделяются устоявшиеся модели, продемонстрировавшие свою эффективность, а потому служащие своего рода образцом для стран, только начинающих осваивать принципы социально ответственного хозяйствования. Образцовыми считаются модели, сложившиеся в США и Канаде и в странах Западной Европы. Американская модель КСО характеризуется максимальной самостоятельностью корпораций в определении своего общественного вклада; здесь сами компании выступают инициаторами социально ответственной деятельности, государственное регулирование КСО минимально. Европейская модель в большей степени представляет собой систему мер государственного регулирования, где корпоративная деятельность регулируется нормами, стандартами и законами на трех уровнях: общенациональном, отраслевом и на уровне отдельного предприятия. В других регионах мира модели КСО в основном находятся в стадии формирования. Заимствуя западную концепцию КСО и опыт передовых в рассматриваемой сфере компаний, предприниматели этих стран адаптируют ее под свои культурные и религиозные традиции, что способствует успешному распространению социально ответственных практик.

Российская модель КСО характеризуется незрелостью, фрагментарностью, невысокой степенью прозрачности и неразвитостью практики отчетности, хотя есть и примеры достаточно успешной политики в области КСО. У большинства российских компаний отсутствует осмысленная долгосрочная стратегия КСО. При сохранении нынешнего положения дел практика КСО в России, вероятно, останется уделом небольшого числа представителей крупнейшего бизнеса. В этой связи эксперты настаивают на необходимости перехода к комплексному и системному участию институтов власти в развитии КСО. Однако такое участие не должно отождествляться с давлением на бизнес. Роль российских институтов власти может

заключаться лишь в повышении ценности КСО в глазах бизнеса и стейкхолдеров, а также в создании условий, стимулирующих компании к социально ответственной деятельности.

После глобального финансово-экономического кризиса в зоне повышенного внимания государства и общественности стран Запада находится финансовый сектор. Необходимость эффективного управления рисками заставляет финансовые учреждения более активно интегрировать принципы КСО в свою деятельность. В обзоре *«Корпоративная социальная ответственность в финансовом секторе»* показано, что развитие КСО в финансовом секторе имеет свои особенности, обусловленные как спецификой посреднического бизнеса, так и ролью этого сектора в экономике. При рассмотрении этих особенностей основное внимание уделяется влиянию на практику КСО экологического императива и энергетического перехода. Помимо традиционной для финансового сектора практики благотворительности, ответственного поведения по отношению к стейкхолдерам, в настоящее время на передний план выдвинулись такие направления КСО, как ответственное финансирование проектов и ответственные инвестиции, защита окружающей среды, поддержка мелких и средних предприятий и содействие солидарной и социальной экономике.

Расширение практики ответственного финансирования предполагает учет финансовыми учреждениями экологических и социальных факторов в процессе вложения средств. Одним из направлений ответственного финансирования являются инвестиции в социально и экологически значимые проекты, такие как строительство доступного жилья, повышение энергоэффективности, использование возобновляемых источников энергии и др. При инвестировании на рынке ценных бумаг финансовые институты учитывают также результативность эмитентов по широкому кругу вопросов, связанных с устойчивым развитием. При проектном финансировании финансовые учреждения принимают решение по результатам оценки влияния финансируемого проекта на состояние ОС, качество жизни местных сообществ, а в ряде случаев – глобальных последствий. Кроме того, реализация проекта, как правило, сопровождается мониторингом и оценкой его экологической безопасности и социальной приемлемости.

В этом обзоре анализируются и другие направления КСО в финансовом секторе, в частности инициативы финансовых учреждений по поддержке социально значимых предприятий и организаций, мелких и средних предпринимателей, не имеющих доступа

к традиционным банковским кредитным продуктам, и т.д. Представлены также материалы, характеризующие масштабы участия финансовых учреждений в международных инициативах (ООН, Международная организация труда, ОЭСР, Евросоюз и др.), направленных на поддержку усилий бизнеса в области социальной ответственности, и в инициативах независимых и неправительственных организаций.

В настоящее время проблемы КСО рассматриваются в основном применительно к крупному бизнесу, что в известной степени оправдано по крайней мере двумя причинами. Во-первых, именно крупные компании, международные корпорации и ТНК располагают достаточными ресурсами (в том числе финансовыми, кадровыми и т.д.) для осуществления социально ориентированных мероприятий в интересах стейкхолдеров и всего общества. Во-вторых, именно крупные компании (особенно работающие в реальном секторе) являются главными загрязнителями планеты, а потому на них лежит основная ответственность за состояние окружающей среды и обеспечение устойчивого развития.

Ограничивая анализ только крупными компаниями, исследователи КСО обычно незаслуженно не уделяют внимание экономическим субъектам меньшего размера, которые, кстати, составляют абсолютное большинство всех участников хозяйственной деятельности. Между тем в последние годы социально ответственный бизнес развивается и на уровне мелких и средних предприятий, где он, конечно, имеет свои особенности и продвигается с разной степенью успешности в отдельных секторах. Группу лидеров по опыту социально ответственного поведения, по мнению специалистов, составляют предприятия так называемой социальной и солидарной экономики (ССЭ). Как указывается в обзоре *«Корпоративная социальная ответственность в условиях социальной и солидарной экономики»*, этот сегмент экономики объединяет множество небольших по размеру структур, таких как общества взаимопомощи, кооперативы, фонды и общественные организации и ассоциации и т.д.

Подъем ССЭ наблюдается во всем мире, и на долю этого сектора приходится от 5 до 10% мирового ВВП. Например, во Франции был принят специальный закон о ССЭ (июль 2014 г.), предусматривающий особые меры по ее поддержке. Как показала практика, деятельность предприятий ССЭ в полной мере отвечает принципам социально ответственного бизнеса. Ценности и прин-

ципы ССЭ во многом совпадают с ценностями и принципами КСО, но не тождественны им.

Специфической чертой предприятий ССЭ является то, что они не ставят на первое место цель получения прибыли. Для них характерны автономия управления, демократическое и партисипативное участие работников в процессе управления, ставка на общий результат в интересах всего коллектива, приоритет людей и труда над капиталом при распределении богатства. Поскольку предприятия ССЭ «привязаны» к конкретной территории, интересы местного сообщества для них стоят на первом месте. В обзоре рассматриваются особенности реализации КСО в рамках ССЭ; при этом особое внимание уделяется тем сферам, где организациям ССЭ удастся лидировать в области социально ответственной деятельности благодаря эффективному использованию принципов КСО.

Развитие корпоративной социальной ответственности (КСО) в России идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока медленно и фактически не охватывает малый и средний бизнес, отмечается в обзоре *«Социально ответственное предпринимательство в России»*. Достаточно заметный процесс активизации в области КСО начался в России с 2003 г. после того, как на XIII съезде Российского союза промышленников и предпринимателей Президент РФ В.В. Путин призвал российский бизнес стать «социально ответственным». В основном этот процесс охватил крупный частный или смешанный по собственности с государством бизнес. Компании стали активно внедрять современные международные стандарты социально ориентированного и экологического менеджмента, развивать взаимодействие с заинтересованными сторонами, регулярно публиковать нефинансовые отчеты, иногда в форме отчетов устойчивого развития и т.д. Многие крупные российские компании принимают участие в решении широкого круга проблем на территориях своего присутствия. Их социальные программы, как правило, направлены на поддержку развития социальной инфраструктуры, улучшение социального климата и среды обитания. Российский малый и средний бизнес ограничивается, как правило, лишь благотворительностью местного масштаба, предъявляя ее как основную форму своей социальной ответственности.

О значении практики КСО для российских компаний говорят суммы их затрат на соответствующие мероприятия. По оценкам экспертов в России крупнейшие компании выделяют на эти цели (в форме социальных инвестиций и благотворительных взносов) около 2% от оборота. Эта цифра превышает соответствующий по-

казатель для мировых компаний-лидеров в области КСО: ежегодно они тратят в среднем от 0,5 до 1,5% от своего оборота¹.

В группе российских компаний, ориентированных на социально ответственный бизнес, сформировалась устойчивая группа лидеров, деятельность которых соответствует лучшим мировым образцам. Среди них особенно выделяется нефтедобывающая компания «ЛУКОЙЛ». В обзоре подробно рассматривается опыт этой компании.

К сожалению, в России пока не сложились благоприятные условия для развития КСО, что связано как с неблагоприятной для предпринимательства средой вообще, так и с отсутствием системы мер и правил по поддержке социально ответственного бизнеса. Этим в значительной мере объясняется и тот факт, что за последние десять лет список российских компаний-лидеров в области КСО, состоящий на сегодняшний день примерно из пятидесяти ведущих бизнес-структур, мало изменился, а уровень их социально-экологической ответственности и взаимодействия с обществом остался прежним.

Г.В. Семеко

¹ Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. – С. 8.

И.Ю. Жилина

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА:
ИСТОРИЯ, ЭВОЛЮЦИЯ**

Социальная ответственность бизнеса (СОБ) далеко не новое явление, она формировалась параллельно с развитием рыночной экономики в рамках института социального партнерства. Еще на начальном этапе индустриализации в XVIII в. некоторые частные, патерналистски ориентированные компании брали на себя ответственность за своих работников, руководствуясь при этом неписанным общественным договором (социальная защищенность в обмен на лояльность). Нередко социально ответственное поведение компании определялось религиозными и этическими убеждениями ее собственника, т.е. его индивидуальной ответственностью [Брэдгард Т., 2005, с. 50–51; Уочман П., Форстер М., 2005, с. 40; Rodić I., 2007, p. 10].

Зарождение концепции СОБ относится к началу XIX в., когда под влиянием набиравшего силу рабочего движения по инициативе промышленного среднего класса началось движение в защиту прав трудящихся. Одним из первых социальных реформаторов XIX в. был английский промышленник, социалист-утопист Р. Оуэн, который не только разработал план по улучшению условий жизни рабочих, но и пытался его осуществить на одной из прядильных фабрик Шотландии. Хотя практические начинания Р. Оуэна не увенчались успехом, его идеи о необходимости государственного регламентирования социальной ответственности предпринимателя, поддержанные рядом европейских бизнесменов, политиков и экономистов, создали предпосылки для формирования концепции СОБ. Однако в первой половине XIX в. участие бизнеса в общественной деятельности ограничивалось в основном благотворительностью, т.е.

добровольными мерами предпринимателей по улучшению жизни работников, носившими несистемный характер и зависевшими исключительно от инициативы предпринимателя [Песоцкий А.А., 2013, с. 46].

Идеи европейского социального реформизма XIX в. в определенной степени способствовали созданию в 1919 г. Международной организации труда (МОТ), в Уставе которой отмечается, что всеобщий и прочный мир может быть установлен только на основе социальной справедливости. Позднее они были уточнены в Филадельфийской декларации 1944 г. В наше время они сохраняют актуальность, являясь идеологическим фундаментом МОТ [Социальная ответственность бизнеса: Опыт России и Запада, 2004; Песоцкий А.А., 2013, с. 46].

Некоторые специалисты связывают распространение идеи корпоративной социальной ответственности (КСО)¹ в обществе и деловых кругах в конце XIX в. с трансформацией американского капитализма, выразившейся в переходе к массовому промышленному производству и «эпохе организаторов». Изменение статуса предприятия, основными характеристиками которого стали разделение собственности и управления, распыленность акционеров, профессионализация управления, было благодатной почвой для распространения идеи КСО [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 8]. «Большое предприятие» в большей степени, чем маленькая компания, воспринималось как институт, несущий ответственность не только перед акционерами, но и перед другими заинтересованными сторонами (в современной терминологии стейкхолдерами). Кроме того, профессионализация менеджмента привела к пересмотру роли и функций руководителя предприятия [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 9].

Понятие «социальная ответственность» часто ассоциируется с именем основателя корпорации «U.S. Steel» Э. Карнеги, предложившим концепцию капиталистической благотворительности, которую он изложил в книге «Евангелие процветания» (*The gospel of wealth*, 1900)². Он впервые сформулировал принципы, «обязательные для всякого уважающего себя капиталиста». По его мнению, богачи должны использовать свои деньги для улучшения благо-

¹ Термин «корпоративная социальная ответственность» (КСО) (*corporate social responsibility*, CSR) был введен в научный оборот гораздо позднее – в 1970-е годы.

² Carnegie A. *The gospel of wealth and other timely essays*. – N.Y., 1900.

состояния бедных людей через благотворительность и рассматривать себя не как хозяев, а как управляющих капиталом, который работает на благо общества [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

Тогда же некоторые из представителей крупного американского бизнеса публично заявили об обязанности корпораций использовать свои ресурсы на пользу обществу. Сам Э. Карнеги вложил 350 млн долл. в социальные программы и построил более 2 тыс. публичных библиотек. Д. Рокфеллер пожертвовал 550 млн долл. и основал благотворительный фонд (Фонд Рокфеллера), а в 1905 г. в США зародилось движение «Ротари» (Rotary) [Социальная ответственность бизнеса: Опыт России и Запада, 2004]. Вскоре ротари-клубы появились и в Европе¹.

Широкая дискуссия вокруг проблем КСО, отмеченная заметной религиозной окраской и духом попечительства, в которой приняли участие многие руководители предприятий, развернулась в США в 1920-е годы. Ее участники однозначно «проголосовали» за введение неявного контракта между компанией и обществом. В этот период компании методом проб и ошибок разрабатывали новые практики, которые привели к развитию коллективных переговоров, обмена информацией и связей с общественностью, а также меценатства и в целом филантропической деятельности [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 10–11].

В 1930-е годы в результате вызванного Великой депрессией роста недоверия общества к компаниям эти дискуссии приостановились. Однако именно тогда американский предприниматель, глава компании «Sears» Р.Э. Вуд (R.E. Wood), сторонник социально ответственного бизнеса, в одном из годовых отчетов компании указал на «широкие социальные обязательства, которые невозможно выразить математически, но можно считать, тем не менее, имеющими первостепенное значение», имея в виду сильное косвенное влияние общества на организацию, функционирующую в данном обществе. Р.Э. Вуд одним из первых среди руководителей крупных компаний признал «многослойность широкой публики»

¹ В настоящее время «Rotary International» – неправительственная некоммерческая организация деловых людей, добившихся успеха в своих областях, объединяющая более 1 млн бизнесменов в 163 странах. Ее основной целью является осуществление гуманитарных проектов, развитие высоких этических стандартов в профессиональной сфере и помощь в установлении мира и доброй воли на всей планете [Что такое ротари-клубы, 2002, с. 8].

(выделив, например, потребителей, местные общины, держателей акций и работников), обслуживаемой фирмой. Он также выступал за решение социальных проблем не столько с государственных, сколько с менеджерских позиций [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

В этот же период произошел своеобразный прорыв в деле внедрения КСО в странах с рыночной экономикой. Президент США Т. Рузвельт создал Администрацию восстановления национальной промышленности, которая должна была следить за подготовкой «кодексов честной конкуренции» и выполнением бизнес-структурами своих обязательств перед государством и обществом. Таким образом, впервые в истории капиталистических стран на законодательном уровне были закреплены механизмы взаимодействия государства, бизнеса и наемных работников, обеспечивающие согласованность их интересов [Песоцкий А.А., 2013, с. 47].

Восстановлению имиджа компаний в глазах американской общественности способствовали их вклад в победу во Второй мировой войне и сотрудничество с правительством. Многие руководители крупных компаний воспользовались этой благоприятной ситуацией для публичного подтверждения своей социальной ответственности. Понятие КСО, являющееся выразителем легитимации предприятий и капиталистической системы в целом, снова вышло на сцену [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 11].

Первой попыткой раскрыть содержание КСО была статья американского экономиста Дж.М. Кларка (J.M. Clark) «Изменение основ экономической ответственности» (1916)¹, в которой автор предлагал распространить ответственность предприятия на социальную сферу [Cadet I., 2014, p. 135]. Однако основополагающей работой в этой области специалисты единодушно признают книгу американского экономиста Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена» (1953)². Рассматривая три группы проблем – определение и проблематика концепции социальной ответственности, сравнение протестантского и управленческого подходов к социальной ответственности и операционализация социальной ответственности, Г. Боуэн приходит к выводу, что суть КСО состоит в «реализации политики, принятии решений либо следовании такой

¹ Clark J.M. The changing basis of economic responsibility // J. of political economy. – 1916. – Vol. 24, N 3. – P. 209–229.

² Bowen H.R. Social responsibility of the businessman. – N.Y.: Harper & Row, 1953.

линии поведения, которые желательны с позиций целей и ценностей общества» [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 14]. При этом, рассматривая взаимосвязь между функционированием экономической системы и социальным благосостоянием, между предприятием и обществом, Г. Боуэн однозначно выступает на стороне общества, ратуя не столько за прибыльность предприятия, сколько за максимизацию социального благосостояния [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 13]. Сформулированные Г. Боуэном положения, включающие в себя теологические, экономические и управленческие аспекты КСО, предвосхитили последующие исследования и определили рамки и направления дискуссии о природе и содержании КСО, положив начало системной разработке соответствующей концепции [Acquier A., Gond J.-P., 2007, p. 5; Канаева О.А., 2015, с. 93]. Уже в 1950–1960-е годы американские и канадские компании начали использовать социально ответственную стратегию в своей управленческой практике.

Основными особенностями становления концепции КСО являются огромное количество ее определений (практически любое авторское исследование содержит определение КСО), что непосредственно влияет на содержание концепции и ее интерпретацию.

Так, американские специалисты в области управления А. Мак-Вильямс и Д. Зигел (A. McWilliams, D. Siegel) (Университет штата Иллинойс в Чикаго) исходят из того, что КСО включает действия, способствующие распространению коллективного блага за рамками интересов предприятия и требований закона. По определению американского экономиста профессора А. Кэролла (A. Carroll) (Университет штата Джорджия) «социальная ответственность бизнеса включает как экономические, правовые, этические, так и иные произвольные (дискреционные) ожидания общества по отношению к компании в данный отрезок времени» [Rodić I., 2007, p. 13].

Организация «Канадский бизнес за социальную ответственность» (Canadian business for social responsibility, CBSR) определяет КСО как «обязательство предприятия действовать в условиях экономической и экологической устойчивости с учетом интересов заинтересованных сторон (инвесторов, клиентов, служащих деловых партнеров, местных сообществ и окружающей среды и общества в целом)». CBSR также уточняет, что КСО выходит за рамки волонтерства и благотворительности [Rodić I., 2007, p. 13].

По определению министерства торговли и промышленности Великобритании (UK Department of trade and industry, DTI), КСО означает, что «...предприятия уделяют внимание тому, как улуч-

шить свое социальное влияние, влияние на местную экономику и влияние в области охраны окружающей среды (ОС), свое воздействие на общество и социальную сплоченность, права человека и правила охраны ОС, справедливость ведения торговли и возможные пути нарушения этой справедливости. Социальная ответственность бизнеса касается и крупных мультинациональных корпораций, и малых предприятий локального уровня» [Уочман П., Форстер М., 2005, с. 39–40].

Отмечая размытость, неоднозначность и многоуровневость понятия КСО, Т. Брэдгарт (Т. Bredgaard) (Ольборгский университет, Дания), например, предлагает классифицировать инициативы КСО в двух плоскостях: возникающие снизу (инициируемые предприятиями) либо сверху (инициируемые правительством) и дифференцируемые в зависимости от своей направленности; социетальная ответственность либо ответственность на уровне рынка труда. Типология, в основе которой лежит выявление инициатора или предмета социальной ответственности, позволяет сравнивать социальную ответственность бизнеса на различных рынках труда и при различных системах социального государства. Таким образом, Т. Брэдгарт выделяет четыре типа КСО (при этом их не следует считать взаимоисключающими) (табл. 1) [Брэдгарт Т., 2005, с. 51].

Таблица 1

Типология подходов к социальной ответственности бизнеса

Инициатор Акцент	Снизу вверх (инициатива бизнеса)	Сверху вниз (инициатива правительства)
Социетальная ответственность	(1) Социальная ответственность между бизнесом и обществом	(3) Социальная ответственность между правительством и бизнесом
Ответственность на уровне рынка труда	(2) Социальная ответственность в бизнесе	(4) Социальная ответственность между политикой занятости и бизнесом

Несмотря на расхождения в определениях КСО, в них всегда идет речь об учете воздействия бизнеса на социальное и природное окружение и о необходимости учитывать эти аспекты в стратегии предприятий и корпоративном управлении, а также в нефинансовых отчетах о деятельности [Carpron M., 2009, p. 1]. Кроме того, в определениях в той или иной степени отражена концепция

тройного итога (triple bottom line), в рамках которой понятие устойчивого развития переносится на уровень предприятия. Из этого следует, что при оценке деятельности предприятия должны учитываться его достижения по трем направлениям: социальному (социальные последствия деятельности предприятия для всех заинтересованных сторон); экологическому (совместимость деятельности предприятия с сохранением экосистем) и экономическому (получение прибыли) [Rodić I., 2007, p. 13].

Таким образом, социально ответственное предприятие – экономический агент, целью которого является не только получение прибыли, но и защита ОС и удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон, т.е. экономический агент принимает принцип устойчивого развития, под которым понимается «развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но которое не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [Доклад Всемирной комиссии..., 1987, с. 59].

Как в российской, так и в зарубежной научной литературе представлены различные подходы к эволюции концепции КСО. При этом авторы используют различные критерии для выделения этапов ее эволюции.

Чаще всего встречается классификация концепций КСО на основе критерия «цель деятельности предприятия».

1. *Теория корпоративного эгоизма (классический подход)*. Ее автор Нобелевский лауреат М. Фридмен в статье «Социальная ответственность бизнеса – делать деньги» (1970)¹ утверждал, что «существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры» [цит. по: Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф., 2006, с. 7]. По мнению М. Фридмена, «борьба с бедностью – функция не частного бизнеса. Это дело государства. Наше дело – зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего не должны никому, кроме Бога и совести». Он полагал, что менеджеры, ставящие перед собой иные цели помимо максимизации прибыли, пытаются подменять политических деятелей, не имея легитимного права и достаточной компетентности [Николаева О.Е., 2012, с. 197].

¹ Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // The New York Times Magazine. – 1970, Sept. 13.

Для М. Фридмена как экономического философа КСО означала угрозу социализма и социализации, доминирования государства над личной свободой и свободой предпринимательства и конкуренции. Он был прав как минимум в двух вещах. Первое: угроза социализации и чрезмерного усиления роли федерального правительства вполне реальна. Второе: КСО сегодня вызвана именно стремлением корпораций увеличить доход и приносить больше прибыли своим акционерам; пренебрежение КСО ведет к потере доверия потребителей, нападкам со стороны общественности и средств массовой информации, ухудшению отношений с местной и федеральной властью [Туркин С., 2012].

Хотя позиция М. Фридмена часто подвергалась жесткой критике, на протяжении 30 лет он хранил верность своим принципам и, подтверждая свое отношение к КСО, заявил в 2000 г., что «у бизнеса нет этики, она есть только у людей» [Rodić I., 2007, p. 17–18].

2. *Теория корпоративного альтруизма*, разработанная Комитетом по экономическому развитию США, появилась одновременно с публикацией статьи М. Фридмена. Ее основная идея – бизнес должен заботиться не только о росте прибыли, но и активно участвовать в решении общественных проблем, повышении качества жизни граждан и сообщества, а также сохранении окружающей среды. В рекомендациях Комитета подчеркивалось, что «корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни». Компании не могут самоустраняться от социальных проблем, так как они являются открытыми системами, активно участвуя в лоббировании законов и других государственных решений, спонсируя различные партии и иные общественные объединения [Гареева А.Р., 2014, с. 147]. Утверждалось, что для бизнеса выгоднее иметь в качестве служащих или покупателей людей, более образованных и живущих в лучших условиях, нежели бедных и невежественных. Поэтому бизнес должен взять на себя «справедливую долю ответственности» за социальное улучшение, чтобы интересы корпорации не оказались в опасности. В заявлении предпринята также попытка систематизировать обязанности бизнеса по девяти основным направлениям. Каждое из них охватывает определенную совокупность проблем, таких как образование, занятость и подготовка рабочей силы, гражданские права и равенство возможностей, благоустройство и развитие городов, уменьшение загрязнения ОС, сохранение природных ресурсов и отдых, культура и искусство, медицинская помощь, совершенствование деятельности правительства.

Появился также ряд промежуточных концепций. Менее радикальные экономисты, в целом поддерживавшие М. Фридмена, пытались найти место для КСО в рамках его теории. Так, американский экономист Д. Ули уверял, что концепция М. Фридмена вполне допускает КСО, но «с ограничением приоритета интересов акционеров», и предлагал руководству корпораций заключать с владельцами акций специальное соглашение о максимизации прибыли. Американские экономисты Т. Дональдсон (Т. Donaldson) и Н. Боуи (N. Bowie), сторонники неоклассического экономического либерализма, указывали, что корпорации должны быть прибыльными, уважая при этом определенные моральные устои и соблюдая права человека, т.е. следуя некоему социальному соглашению между бизнесом и обществом [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

3. *Теория просвещенного (разумного) эгоизма*, занимающая промежуточное положение между теориями корпоративного эгоизма и корпоративного альтруизма, отождествляет КСО со спонсорством и благотворительностью как разновидностями социального инвестирования. Ее квинтэссенцией является тезис о том, что текущее сокращение прибылей компаний за счет социально ориентированных затрат создает благоприятное для устойчивого развития бизнеса социальное окружение. Филантропические и спонсорские программы способствуют узаконенному снижению налогооблагаемой базы компании и дают хороший «эффект публичности» [Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф., 2006, с. 7; Гареева А.Р., 2014, с. 147].

Французский специалист в области корпоративного управления профессор М. Капрон выделяет также три концепции КСО, но в основе его классификации лежит мотивация компании к КСО [Capron M., 2009, p. 4; Capron M., Petit P., 2011].

1. *Этическая концепция*, проникнутая духом протестантизма и уходящая корнями в патернализм предприятия, появилась в США в 1950-е годы и до сих пор там широко распространена. Действия компании определяются этическими принципами ее руководителя и должны соответствовать библейским заповедям. Это означает, что, с одной стороны, компания должна ответственно управлять собственностью акционеров, а с другой – помогать обездоленным (принцип милосердия). КСО в этом случае носит исключительно добровольный характер в основном в форме филантропии и меценатства, а также возмещения ущерба потерпевшим от деятельности предприятия.

2. *Утилитаристская концепция* появилась также в США в 1970-е годы и получила широкое распространение в 1980–1990-е годы. Для ее сторонников приоритетными являются не моральные требования, а экономическая целесообразность. Социальное поведение предприятия должно способствовать его экономической результативности, иными словами, реализация социальных (социетальных) целей должна создавать ему конкурентное преимущество, т.е. социальные инвестиции в конечном итоге должны окупаться. По этой причине любое решение, касающееся социальной сферы, необходимо просчитывать под углом зрения «затраты – выгоды». Предприятия реализуют данную концепцию добровольно, иногда координируя свои действия с некоторыми заинтересованными сторонами (профсоюзами, неправительственными организациями). Эта концепция получила широкое распространение в Европе, и именно на нее опирается сейчас ЕС, продвигая внедрение КСО в практику предприятий.

3. *Концепция устойчивости* появилась в 1990-е годы в Западной Европе. В ее основе лежит идея о том, что существование предприятия зависит только от признания или непризнания его обществом. Вследствие этого предприятие должно вести себя социально ответственно, т.е. способствовать производству и сохранению общих благ. Предприятие должно брать на себя последствия рисков своей деятельности, принимать меры для предотвращения таких последствий и реинтернализовать издержки общества. Эта концепция предполагает интеграцию социальных и экологических целей в стратегию предприятия и его систему управления. Концепция устойчивости находится в процессе формирования.

На практике различия между описанными выше тремя концепциями выражены не очень четко, и практики КСО часто носят гибридный характер. Это, в частности, нашло отражение в определении КСО, предложенном Международной организацией по стандартизации (ISO)¹, которое содержит ключевые понятия всех трех концепций и отражает компромисс между заинтересованными

¹ Социальная ответственность – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и ОС через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях [Международный стандарт ISO 26000, 2010, п. 2.18].

сторонами (правительствами, предприятиями, профсоюзами, потребителями, неправительственными организациями и др.) более чем из 90 стран [Capron M., 2009, p. 5].

Некоторые специалисты рассматривают эволюцию КСО как переход от традиционной филантропии к корпоративному гражданству. Первый этап (1960-е – середина 1970-х годов) характеризовался расцветом традиционной филантропии. Компании старались максимально разделить деловую и социальную активность, делая основной упор на помощь незащищенным категориям населения (детям, инвалидам) или учреждениям культуры. Помощь выделялась в виде натуральных или денежных пожертвований на основании личных симпатий руководителя.

На втором этапе (середина 1970-х – начало 1980-х годов) стратегическая филантропия явилась ответом бизнеса на экономический кризис, давление общественности и власти в связи с нежеланием корпораций проявлять заботу о собственных сотрудниках и местных сообществах, а также пренебрежением вопросами экологии, стандартов качества и безопасности на рабочем месте. Вынужденные заниматься социальной активностью компании решили извлекать из нее максимум преимуществ.

Стратегическая филантропия бизнеса характеризуется готовностью отказаться от получения максимальной прибыли, фокусным подходом к решению социальных проблем (нацеленностью на решение самой проблемы, а не на борьбу с ее результатами). В основе данного подхода лежит желание бизнеса увязать решение социальных проблем со стратегическими целями компании.

В середине 1980-х годов на смену концепции стратегической филантропии пришла концепция корпоративного гражданства, в которой поведение современных корпораций сравнивается с поведением граждан, реализующих свою ответственность перед обществом. Ключевой элемент концепции – акцент на преимуществах от социально ответственного поведения для самого бизнеса. Термин «корпоративное гражданство» означает, что корпорации в своей повседневной деятельности приносят в общество дополнительные социальные ценности. Иными словами, обычно компании добавляют социальную стоимость в общество неосознанно. Если они идут на это сознательно, это и есть корпоративное гражданство.

По мнению одного из ведущих американских филантропов Д. Логана (1918–2011), корпоративное гражданство это «все воздействие бизнеса на общество». Бывший директор отдела корпоративного гражданства компании «British Petroleum» (BP) К. Марзден

считает, что «для бизнеса быть корпоративным гражданином означает соответствовать ожиданиям всех участников общественного процесса, т.е. акционеров, сотрудников, поставщиков, клиентов и местного сообщества, в котором ведется производственная деятельность, чтобы увеличить положительное и уменьшить отрицательное влияние на социальную и физическую среду, предоставляя конкурентоспособную прибыль для своих акционеров» [цит. по: Туркин С., 2012].

На местном уровне корпоративное гражданство проявляется в виде социальных инвестиций бизнеса, означающих совместную работу коммерческого, некоммерческого и государственного секторов для решения актуальных социально-экономических проблем местных сообществ. Компании не просто выделяют товары, деньги или своих сотрудников, но включают в партнерские программы все свои ресурсы [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

Основные этапы эволюции КСО от филантропии к корпоративному гражданству представлены в таблице 2 [Туркин С., 2012, с. 4].

Таблица 2

Основные этапы эволюции филантропии к корпоративному гражданству

	Первый этап	Второй этап	Третий этап
Цель	Филантропия	Стратегическая филантропия	Социальные инвестиции. Корпоративное гражданство
Мотивация	Альтруизм	Долгосрочный интерес	Долгосрочный интерес и бизнес-цели
Стратегия	Бессистемная	Систематическая	Взаимовыгодная
Управление	Администратор	Менеджер	Интегрированная система с подключением разных отделов
Инициатива	Пассивная	Ответ на внешние запросы	Проактивная, интегрированная в повседневную работу
Вклад	Деньги или натуральные пожертвования	Деньги или натуральные пожертвования	Все ресурсы компании плюс ресурсы партнеров (других бизнесов, власти, некоммерческих организаций)
Движущая сила	Симпатии руководителя	Учет интересов благополучателя	Учет интересов партнеров при главенстве бизнес-выгоды
Устойчивость	Отсутствует	Попытка добиться устойчивости в рамках проектов	Часть бизнес-менеджмента, устойчива как любой бизнес-проект

Основные различия корпоративного гражданства и благотворительности представлены в таблице 3 [Туркин С., 2012, с. 4].

Таблица 3

**Основные различия корпоративного гражданства
и благотворительности**

Благотворительность	Корпоративное гражданство
Эмоциональна	Рациональна
Не связана с интересами бизнеса	Работает на бизнес-цели
Может быть скрытой	Прозрачно для общества
Необязательна	Часть бизнес-деятельности
Решения принимаются на основе личных симпатий	Выбор благополучателя определяется бизнес-интересами
Интересы заинтересованных сторон не учитываются	Учтены интересы всех заинтересованных сторон
Отвечает один сотрудник, часто по совместительству	Проекты разрабатываются и реализуются с привлечением большинства отделов
Направлена на видимый эффект, а не на долгосрочные цели	Нацелено на долгосрочный эффект, на решение проблемы
Ограничена сферой благотворительности	Рассматривает социальные вопросы в комплексе
Ограничивается денежными или материальными пожертвованиями	Использует весь набор форм социально-связанной деятельности, ресурсы всех отделов

Многие авторы подчеркивают эволюционный и динамичный характер концепции КСО, которая объединяет различные элементы и уровни предприятия, отмечают, что ценности и ожидания меняются со временем и обстоятельствами, как изменяются и сами обстоятельства. При этом они одновременно указывают, что, поскольку для КСО характерно «смешение концепций и практик» [Pesqueux Y., 2009, p. 3], она скорее представляет собой «ускользающее и с трудом поддающееся измерению явление», «большую идею», основанную на моральной позиции, и, следовательно, относительна [Cadet I., 2014, p. 135; Mansour F.M.-B., 2011, p. 3].

С этой точки зрения большой интерес представляет попытка Е.Ю. Благова в рамках анализа эволюции КСО систематизировать разнообразные созданные за прошедшие годы концепции, ассоциируемые с социальной ответственностью предприятий (собственно «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная социальная восприимчивость», «корпоративная социальная деятельность», «менеджмент заинтересованных сторон», «корпоративное

гражданство», «корпоративная устойчивость», «социально ответственное инвестирование», «тройная отчетность» и др.).

Е.Ю. Благов выделяет два этапа эволюции концепции КСО. Первый этап – становление концепции (середина 1950-х – середина 1990-х годов) разделен на подэтапы, не имеющие четких границ, поскольку развитие отдельных концептуальных подходов не прекращалось полностью, а постепенно приобретало новое качество. Именно в рамках выделенных подэтапов появились научные труды, определившие их сущность и содержательное наполнение.

Второй этап – развитие концепции КСО на собственной основе (с начала 1990-х годов до настоящего времени). Первый и второй этапы различаются между собой основными релевантными концепциями, отражающими их сущность, типологией и господствующей методологией (табл. 4) [Благов Е.Ю., 2011, с. 33–34].

Таблица 4¹

Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности: основные этапы и релевантные концепции

Этапы Характеристики	Этап I			Этап II		
	Становление концепции (середина 1950-х – середина 1990-х годов)			Развитие концепции на собственной основе (середина 1990-х годов – н/время)		
Сущность этапа	Формирование парадигмы «принципы – процессы – результаты»			Развитие содержательного многообразия на основе сформированной парадигмы		
Подэтапы эволюции	Середина 1950-х – конец 1970-х годов	Середина 1970-х – конец 1980-х годов	Конец 1970-х – середина 1990-х годов	Середина 1980-х – н/время	Середина 1990-х – н/время	Конец 1990-х – н/время
Основные концепции, ассоциируемые с КСО и определяющие сущность подэтапа	Корпоративная социальная ответственность (CSR-1)	Корпоративная социальная восприимчивость (CSR-2)	Корпоративная социальная деятельность (CSP)	Концепция заинтересованных сторон (stakeholder concept)	Корпоративное гражданство (corporate citizenship)	Корпоративная устойчивость (corporate sustainability)
				Интеграция КСО в теории стратегического управления		
Типология концепций (методология)	Нормативная	Позитивная	Нормативная и позитивная	Нормативная и позитивная/прагматизм	Нормативная и позитивная/прагматизм	Нормативная и позитивная/прагматизм

¹ Таблица воспроизведена не полностью. В ней не представлены основные авторы рассматриваемых концепций.

Сущностью первого этапа является поиск парадигмы, которая позволяет создать модель постановки и решения проблем взаимодействия бизнеса и общества. Такой парадигмой стала парадигма «принципы – процессы – результаты». В ходе первого подэтапа (середина 1950-х – конец 1970-х годов) концепция КСО зародилась как нормативная концепция, описывающая моральные принципы бизнеса (corporate social responsibility, CSR-1). Она развивалась на основе признания общественного договора и, соответственно, «внешней» природы источников КСО, а также морально-агентской позиции, признающей примат «внутренних» источников КСО (авторы – Н. Bowen, Т. Levitt, М. Friedman, К. Davis, А. Carroll, J. Ladd, Р. French, J. Danley, К. Goodpaster и др.)

На втором подэтапе (середина 1970-х – конец 1980-х годов) нормативная концепция КСО была дополнена концепцией корпоративной социальной восприимчивости (corporate social responsiveness, CSR-2), относящейся к области позитивной науки. Под CSR-2 чаще всего подразумевается способность компании воспринимать общественное воздействие и реализовать его в управленческих процессах (основные авторы – R. Ackerman, R. Bauer, W. Frederick, S.P. Sethi).

На третьем подэтапе (конец 1970-х – середина 1990-х годов) принципы КСО, процессы CSR-2 и соответствующие этим процессам результаты были сведены воедино в рамках синтетической концепции корпоративной социальной деятельности (corporate social performance, CSP) (авторы – А. Carroll, S. Wartick, Р. Cochran, D. Wood, D. Swanson). Именно концепция CSP, объединившая в себе нормативную и позитивную составляющие, сформировала парадигму «принципы – процессы – результаты», ставшую основой дальнейших исследований.

Логика «принципы – процессы – результаты» позволила не только объединить исследования, традиционно относящиеся к разным научным дисциплинам, но и способствовала развитию отдельных положений концепции CSP или появлению новых трактовок принципов, процессов и результатов с учетом изменяющихся реалий.

Появление новых концепций при продолжении использования и развитии созданных ранее привело к двойственной трактовке самого термина КСО. С одной стороны, КСО продолжает оставаться самостоятельной исходной концепцией, описывающей моральные принципы взаимодействия фирмы с обществом (CSR-1), с другой – под КСО все чаще подразумевают «зонтичную» кон-

цепцию¹, покрывающую все ее производные, возникшие в процессе рассматриваемой эволюции. При этом альтернативные концепции преимущественно основываются на методологии прагматизма, во многом снимающей противоречие между нормативным и позитивным подходами. Соответственно, сущностью второго этапа эволюции концепции КСО является развитие содержательного многообразия на основе сформировавшейся парадигмы при постепенном переходе от позитивизма к прагматизму. Поскольку важнейшие альтернативные концепции (заинтересованных сторон, корпоративного гражданства и корпоративной устойчивости) развивались параллельно, во многом дополняя друг друга, Е.Ю. Благов посчитал некорректным выделять подэтапы второго этапа.

Альтернативные концепции внесли серьезный вклад в общую эволюцию концепции КСО. Так, концепция заинтересованных сторон (*stakeholder concept*) позволила персонифицировать и конкретизировать элементы корпоративной социальной деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон (стейкхолдеров), и детализировать как нормативное обоснование соответствующей деятельности (R. Freeman, T. Donaldson, L. Preston, W. Evan), так и исследования позитивного характера (T. Jones, M. Jensen, S. Brenner, P. Cochran и др.).

Концепции корпоративного гражданства (*corporate citizenship*) (D. Wood, D. Longsdon, S. Waddock, D. Matten) и корпоративной устойчивости (*corporate sustainability*) (J. Elkington, T. Dyllick, K. Hockerts) во многом изменили как направление, так и содержание исследований, непосредственно увязав их с достижением компаниями устойчивых конкурентных преимуществ.

Концепция корпоративной устойчивости, интерпретирующая макроконцепцию устойчивого развития на микроуровне, позволила не только конкретизировать принципы КСО, но и ввести понятие

¹ По мнению сторонников «зонтичного» подхода, современное состояние теории КСО позволяет рассматривать «концепцию КСО» не в качестве теории (концепции) как таковой, а, скорее, как отражение большого массива исследований в области экономики, менеджмента, социологии, этики, как достаточно условное, собирательное понятие. Однако, отмечает О.А. Канаева, наиболее обоснованной является точка зрения, согласно которой в процессе эволюции взглядов на феномен КСО эта концепция не утратила своей актуальности, самостоятельности и идентичности, хотя ее базовые положения претерпели определенную трансформацию под влиянием многочисленных концепций (альтернативных тем). Они обогатили ее содержание, конкретизировали некоторые аспекты и сделали ее практически применимой [Канаева О.А., 2015, с. 97].

тройного итога, включающего в себя экономическое, социальное и экологическое измерения, в теорию и практику ведения бизнеса. Разработка концепций корпоративного гражданства и корпоративной устойчивости позволила приблизить исследования к практическим потребностям бизнеса [Благов Е.Ю., 2011, с. 31–35].

Кроме того, с середины 1990-х годов развитие альтернативных концепций, основанных на методологии прагматизма, способствовало взаимопроникновению теорий стратегического менеджмента и КСО и формированию стратегического подхода к КСО, который предполагает трактовку КСО как структурного элемента стратегии компании и системообразующего элемента корпоративного управления, ориентацию корпоративной стратегии на удовлетворение запросов стейкхолдеров и устойчивое развитие. Наиболее последовательно особенности стратегического подхода к КСО были раскрыты в работах М. Портера и М. Креймера [Канаева О.А., 2015, с. 101].

Результатом реализации этого подхода на практике становится производство общих (разделяемых всеми) ценностей (creating shared value) и корпоративная устойчивость: компания получает определенный экономический эффект, стейкхолдеры – удовлетворение своих запросов, общество – решение экономических, социальных и экологических проблем [Канаева О.А., 2015, с. 102].

* * *

Таким образом, в процессе шестидесятилетней эволюции концепция КСО, развитие которой всегда находилось на стыке нескольких дисциплин, прошла путь от нормативной концепции, описывающей моральные принципы бизнеса, до сложной концептуальной системы, основанной на прагматизме. В то же время в рамках развернувшейся дискуссии о будущем капитализма и принципах постиндустриальной экономической модели все чаще высказывается мысль о необходимости формирования системы взаимной социальной ответственности хозяйствующих субъектов, что предполагает повышение СОБ и роли компаний как социального института.

В перспективе, учитывая системные изменения, происходящие в социально-экономической и геополитической сферах, вызванные сменой технологических укладов, кризисом современной модели капитализма и переходом к его постиндустриальной модели, глобализацией и обострением глобальных проблем, становится

неизбежным переосмысление сложившихся подходов к пониманию роли бизнеса в современном обществе и его социальной ответственности. В этих условиях одним из возможных направлений эволюции института КСО может стать формирование системы взаимной социальной ответственности хозяйствующих субъектов, обеспечивающей переход КСО от микроэкономического к макроэкономическому уровню. Но на этом процесс эволюции КСО не закончится. Как отмечает О.А. Канаева, «о конце истории КСО можно будет говорить тогда, когда принципы социальной ответственности будут встроены во все бизнес-процессы по всей цепочке создания стоимости» [Канаева О.А., 2015, с. 106–107]. По нашему мнению, с этим трудно не согласиться. Учитывая, что концепция КСО, по сути, определяет механизм взаимодействия общества, государства и бизнеса, в нашем непрерывно меняющемся мире неизбежно возникнет потребность в формировании новых механизмов такого взаимодействия, что, соответственно, приведет к очередной реконцептуализации КСО.

Список литературы

1. Благов Е.Ю. Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности // История управленческой мысли и бизнеса: Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента. XII Международная конференция; Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет, 28–30 июня 2011 г.: Материалы конференции / Под ред. В.И. Маршева. – М.: МАКС-ПРЕСС, 2011. – С. 30–36.
2. Брэдгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий // Социальная политика: Экспертиза, рекомендации, обзоры (Электронный журнал). – М., 2005. – № 2. – С. 50–70. – Режим доступа: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_bredgaard.pdf
3. Гареева А.Р. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития компании // Инновационная экономика: Материалы междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 147–150. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/130/6324/>
4. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития. – ООН, 1987. – 412 с.
5. Канаева О.А. 60 лет дискуссии о корпоративной социальной ответственности: Основные направления и результаты // OIKONOMOS: Journal of social market economy. – Вильнюс, 2015. – № 2(3). – С. 92–110. – Режим доступа: <http://>

oikonomos-journal.org/public/uploads/files/OIKONOMOS%20Journal%20of%20Social %20Market%20Economy%202%20%283%29,%202015.pdf

6. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М., 2006. – 195 с.
7. Международный стандарт ISO 26000 Руководство по социальной ответственности, 2010. – 140 с. – Режим доступа: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf
8. Николаева О.Е. Диалектика развития концепции корпоративной социальной ответственности // Культура народов Причерноморья. Симферополь, 2012. – № 232. – С. 196–198. – Режим доступа: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/46435/55-Nikolaev%D0%B0.pdf?sequence=1>
9. Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А. Корпоративная социальная ответственность: Вопросы теории и практики. – М.: Академия Естествознания, 2011. – 437 с. – Режим доступа: <http://www.monographies.ru/139>
10. Песоцкий А.А. Эволюция подходов к корпоративной социальной ответственности // Экономические науки. – СПб., 2013. – № 9 (106). – С. 46–48.
11. Социальная ответственность бизнеса: Опыт России и Запада. – М., 2004. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2004/06/21/social/>
12. Туркин С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным (Электронное издание). – М.: ООО «Альпина Паблишер», 2012. – Режим доступа: http://thelib.ru/books/sergey_turkin/kak_vygodno_byt_dobrym_sdelayte_svoy_biznes_socialno_otvetstvennym-read.html
13. Уочман П., Форстер М. Социальная ответственность бизнеса // SPERO. Социальная политика: Экспертиза, рекомендации, обзоры (Электронный журнал). – М., 2005. – № 2. – С. 39–49. – Режим доступа: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_CSRoverview.pdf
14. Что такое ротари-клубы // Коммерсантъ. – М., 2002. – № 210. – С. 8.
15. Acquier A., Gond J.-P. Aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise: À la (re)découverte d'un ouvrage fondateur, Social Responsibilities of the Businessman d'Howard Bowen // Finance contrôle stratégie. – 2007. – Vol. 10, N 2. – P. 5–35. – Mode of access: <http://leg.u-bourgogne.fr/rev/102035.pdf>
16. Cadet I. Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), responsabilité éthiques et utopies, les fondements normatifs de la RSE, étude de la place du droit dans les organisations. – P.: CNAM, 2014. – 538 p. – Mode of access: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01142683/document>
17. Capron M. La responsabilité sociale d'entreprise // L'encyclopédie du développement durable. – P., 2009. – N 99. – 5 p. – Mode of access: http://encyclopedie-dd.org/IMG/pdf_N_99_Capron.pdf
18. Capron M., Petit P. Responsabilité sociale des entreprises et diversité des capitalismes // Rev. de la regulation (Электронный журнал). – 2011. – N 9. – Mode of access: <https://regulation.revues.org/9142>

19. Mansour F.M.-B. La Responsabilité sociale de l'entreprise: Définitions, théories et concepts. Thèse de la faculté de gestion et de management. – Beyrouth: Université Saint-Joseph de Beyrouth, 2011. – 26 p. – Mode of access: <http://www.fgm.usj.edu.lb/pdf/a112011.pdf>
20. Pesqueux Y. La responsabilité sociale de l'entreprise ou l'épuisement d'un thème de gestion. 2009. – 15 p. – Mode of access: <http://www.esc-pau.fr/documents/aderse/La%20responsabilit%C3%A9%20sociale%20de%20l%E2%80%99entreprise%20ou%20l%E2%80%99%C3%A9puisement%20d%E2%80%99un%20th%C3%A8me%20de%20gestion.pdf>
21. Rodić I. Responsabilité sociale des entreprises – le développement d'un cadre européen. – Genève: Institut européen de l'Université de Genève, 2007. – 102 p. – Mode of access: <https://www.unige.ch/gsi/files/4014/0351/6367/RodicRSE.pdf>

И.Ю. Жилина

СТРАНОВЫЕ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Исторические особенности поведения хозяйствующих субъектов складываются под воздействием не только географических и природно-климатических условий, но и культурных традиций и нравственных норм (отношения к собственности, бедности, богатству, труду), изначально формирующихся под воздействием тех или иных религий. Именно поэтому восприятие КСО варьируется во времени и пространстве и зависит от институциональной системы, степени вовлеченности государства в социально-экономические процессы и традиционной модели управления, что позволяет говорить о социокультурной специфике моделей КСО [Батаева Б.С., 2010; Capron M., Petit P., 2011].

Принципиальное различие моделей КСО определяется степенью жесткости их регулирования. С этой точки зрения различаются два подхода: первый подразумевает самостоятельность бизнеса в определении своего вклада в развитие общества, второй – выработку государством и обществом обязательных к исполнению или декларативных требований к бизнесу. В зависимости от сложившейся практики форма КСО считается «открытой» или «скрытой» [Цуциева О.Т., Гобозова А.З., 2013; Шлихтер А.А., 2010, с. 22; Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011]. Однако во всех странах независимо от формы КСО действуют разработанные государством правовые нормы, призванные стимулировать социально ответственное поведение компаний.

Сравнительные характеристики моделей КСО в национальных культурах представлены в таблице 1 [Цуциева О.Т., Гобозова А.З., 2013].

Таблица 1

Сравнительные характеристики моделей КСО в национальных культурах

Модели КСО	Американо-канадская	Европейская	Японско-китайская	Исламская
<i>Форма КСО</i>	Открытая	Скрытая	Скрытая	Скрытая
1	2	3	4	5
<i>Экономическая ответственность</i>	Направленность на соответствие передовым принципам корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя	Законодательно установленные рамки поведения в сфере трудовых отношений (35-часовая рабочая неделя, МРОТ, регулирование сверхурочной работы, правила производства и тестирования медицинских препаратов)	Активное участие государства в корпоративном стратегическом планировании	Направленность на соответствие принципам социально-экономической справедливости ислама, заложенным в Коране и сунне
<i>Юридическая ответственность</i>	Невысокий уровень законодательно закрепленных правил поведения корпораций	Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса	Эффективная правовая основа для КСО и корпоративного поведения (Устав корпоративного поведения)	Приоритет религиозного фактора и статуса компании. Организации могут существовать только до тех пор, пока определенное общество признает их легитимность
<i>Этическая ответственность</i>	Тенденции преобладания поддержки местного сообщества	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты	Формирование правильного восприятия бытия, общества и окружающего мира. Стремление к прогрессу цивилизации в целом	Приоритет состояния человеческих отношений в экономической жизни, содействие целям процветания исламского общества в целом
<i>Благотворительность (филантропия)</i>	Спонсирование искусства, культуры и университетского образования	Высокое налоговое бремя и, соответственно, ответственность государства за финансирование культуры, образования и т.п.	Защита окружающей среды. Образование и культура. Развитие технического потенциала. Поддержка сообществ	Пропаганда ислама, религиозно-просветительской и благотворительной деятельности

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5
<i>Основные заинтересованные стороны (стейкхолдеры) по степени важности</i>	Персонал, некоммерческие организации (НКО), сообщество	Персонал, потребители, сообщество, акционеры	Персонал, акционеры, сообщество. Деление стейкхолдеров на внутренних (персонал, акционеры) и внешних (сообщество, потребители). Приоритет отдается внутренним стейкхолдерам	Общество, компании
<i>Стимулирующие / движущие силы КСО</i>	Сами корпорации, НКО и сообщество	Сами корпорации, НКО и сообщество, государство	Государство, сообщество, сами корпорации	Нормы Корана, государство, сами корпорации
<i>Роль неправительственных / некоммерческих организаций</i>	Являются глобальным ресурсом для компаний, которые стремятся сохранить коммерческий успех путем проявления уважения к этическим ценностям, людям, обществу и окружающей среде, например, US business for social responsibility (BSR) и Canadian business for social responsibility (CBSR)	Оказывают большое влияние на общественное мнение и давление на бизнес	НКО не оказывают давления на бизнес	Недостаточно развиты. Продвигают как современные, так и традиционные формы КСО, например, CSR Asia, CSR Malaysia, The Dubai centre for corporate values, CSR Development center (Иран), CSR Association of Turkey
<i>Тенденции социальной отчетности (СО)</i>	СО инициируется самим бизнесом. Стандарты хорошо адаптированы и широко применяются. СО ориентирована на большинство стейкхолдеров	Иницируется самим бизнесом. Стандарты хорошо адаптированы и широко применяются. Ориентирована на большинство стейкхолдеров	Иницируется как самим бизнесом, так и государством. Имеет три основных направления: защита окружающей среды (устойчивое развитие), корпоративная филантропия, ответственность по отношению к клиенту и защита прав человека	На стадии развития ввиду экономической отсталости большей части стран

Стоит отметить, что представленная классификация дает самое общее представление о различных моделях КСО. Страновые модели имеют свои особенности, которые, естественно, невозможно выделить в рамках такой классификации.

Американо-канадская модель

Родоначальниками КСО, а также законодателями «моды» в этой области считаются американские компании. Американская модель КСО имеет высокую степень открытости, что объясняется спецификой американского предпринимательства, опирающегося на принцип максимальной свободы хозяйствующих субъектов и саморегулирования многих сфер общественной жизни [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

В США регулирующие органы минимально вторгаются в предпринимательскую деятельность (кроме периодов острых экономических кризисов)¹. Интеграция КСО в корпоративную стратегию носит добровольный характер, что не исключает предъявление компаниям юридических требований со стороны властей².

Государство не принуждает, а поощряет компании к реализации принципов КСО, закрепляя на законодательном уровне определенные налоговые льготы (в частности, по налогу на прибыль предоставляется вычет суммы благотворительных взносов из налогооблагаемой базы). Кроме того, стимулом к инвестированию в социальные некоммерческие проекты для компаний служат менее жесткие требования, предъявляемые им судебными органами в случае каких-либо нарушений законодательства. Такие стимулы существенно снижают риски компаний, связанные с расходами на благотворительную деятельность и социальное инвестирование как внутри США, так и в странах приема. В целом в США частная и корпоративная благотворительность развита очень широко: в настоящее время ею охвачено 98% крупнейших американских компаний. США лидируют и по объему частной и корпоративной благотворительности (в процентах от ВВП). Она распространяется на сферы искусства и культуры, а также университетское образование [Шлихтер А.А., 2010, с. 23].

¹ Примером такого вторжения является «Новый курс» Рузвельта.

² В частности, постепенно ужесточаются стандарты экологической безопасности, особенно на уровне штатов [Шлихтер А.А., 2010, с. 23].

В США существуют многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды. Основными являются фонды пенсионного обеспечения работников (корпоративные пенсионные планы); фонды выплат дополнительных пособий по безработице (кроме государственных), пособий (пенсий) по инвалидности и по болезни, связанной с временной потерей трудоспособности. При этом под социальными инвестициями понимаются материальные, технологические, управленческие, финансовые и другие ресурсы компаний, направляемые на реализацию социальных программ с учетом интересов основных внутренних и внешних стейкхолдеров. Предполагается, что в стратегическом плане компании получают от таких инвестиций определенный экономический и социальный результаты [Симонова Л.М., Анисеева О.П., Бердина Л.А., 2013, с. 28].

Несмотря на неоднозначное отношение американских компаний к КСО (с одной стороны, в общественных вызовах и разнообразных требованиях стейкхолдеров к бизнесу топ-менеджмент компаний видит риски и трудности для своей деятельности, с другой – источник «нескончаемых возможностей»), американский бизнес постепенно осознавал значение КСО для своего устойчивого развития часто под воздействием последствий различных техногенных аварий¹ [Шлихтер А.А., 2010, с. 26].

К концу XX в. большинство крупных компаний США разработали собственную модель КСО. Некоторые ее элементы, включенные в контракты с поставщиками, были юридически закреплены в качестве минимальных стандартов. Обязательной стала маркировка и сертификация продукции, включаемой в контракты по всей цепочке поставок. Как показывает проведенное в начале XXI в. исследование 246 американских корпораций, их кодексы этического поведения сильно различаются как по содержанию, так и по степени детализации, хотя и основываются на принципах, разработанных ООН, МОТ, ОЭСР, правительствами, социально-ответ-

¹ В 1989 г. из-за аварии танкера и разлива нефти у берегов Аляски компания «Еххон» понесла потери в размере 1 млрд долл. После компания ужесточила правила перевозки нефти. Утечка ядовитого газа на заводе американской компании «Union Carbide» в 1994 г., которая привела к гибели 22 тыс. жителей индийского города Бхопал, в конечном итоге вынудила руководство компании пересмотреть свою стратегию, поскольку объем ее продаж упал с 9,9 млрд долл. (за год до аварии) до 4,8 млрд долл. через восемь лет после нее. Впоследствии предприятия компании начали осуществлять добровольные инициативы в рамках стратегии КСО [Шлихтер А.А., 2010, с. 27].

ственными инвесторами, другими заинтересованными сторонами [Шлихтер А.А., 2010, с. 27].

В целом американская модель КСО, изначально базирующаяся на этических предпочтениях индивидов (благотворительность), является классическим образцом открытой формы КСО, в рамках которой государство, перекладывая решение ряда социальных проблем на бизнес, вынуждено делать ему определенные уступки. Однако в последнее время эта модель претерпевает определенные изменения в связи с более активным вмешательством государства в социальные процессы. Так в 2002 г. в США под воздействием скандалов в крупнейших американских компаниях («Enron» и «WorldCom») был принят закон Сарбейнса – Оксли, который значительно ужесточил требования к финансовой отчетности компаний, а также обязал компании, акции которых котируются на бирже, включать в отчетность отдельные нефинансовые показатели. Предполагалось, что в дальнейшем это выльется в полноценную систему нефинансовой отчетности компаний. Однако попытки расширения нефинансовой отчетности столкнулись со значительными трудностями [Шлихтер А.А., 2010, с. 24–25].

Несмотря на схожесть с американской, канадская модель КСО имеет некоторые особенности. В Канаде многие организации сотрудничают с Национальным институтом качества, внедряющим канадский стандарт КСО, который регулирует трудовую деятельность с помощью так называемой «модели совершенства качества и здорового рабочего места». В Канаде регулярно проводятся месячники здорового рабочего места. Критериями соответствия деятельности компании нормам КСО являются разработанные канадскими специалистами показатели, которые должны иметь положительную тенденцию в течение 3–5 лет.

В целом схема совершенствования канадской модели КСО выглядит следующим образом: инициирование социально ответственных действий компанией – передача информации в Национальный институт качества – обобщение и доработка передового опыта – передача опыта широкому кругу компаний. Таким образом, государственный институт не только обобщает и распространяет опыт корпораций в области КСО, но и углубляет и расширяет его [Балдина Ю.А., 2015, с. 4; Никитина Л.М., 2011, с. 181]. В процессе формирования системы КСО основное внимание уделяется заботе о здоровье сотрудников, физическом и духовном самочувствии потребителей и поддержанию взаимовыгодных отношений

со всеми стейкхолдерами [Симонова Л.М., Аникеева О.П., Бердина Л.А., 2013, с. 30].

Поскольку управление социальными и экологическими рисками приобретает все большее значение для успешной деятельности канадских предприятий за границей, канадское правительство принимает меры по продвижению практики КСО не только внутри страны, но и за рубежом. Оно также всячески стимулирует соблюдение законов и международных норм, сотрудничество с правительствами и местными сообществами предприятий за рубежом, оказывает финансовую поддержку проектам продвижения КСО. Только за последние пять лет Канада финансировала 250 инициатив в области КСО в мире [Soutien du MAECD., 2014].

Европейская модель

На европейском континенте практика КСО начала распространяться лишь в 1990-е годы под воздействием деградации общества всеобщего благосостояния, расширения процесса глобализации, а также многочисленных выступлений организаций гражданского общества в защиту прав человека, социальных прав граждан, окружающей среды, общественного здоровья [Charhon P. La responsabilité sociale de l'entreprise: Origines., 2011, p. 5]. В настоящее время в ЕС действует трехуровневая система регулирования КСО: наднациональный, национальный и местный уровни.

На уровне ЕС обсуждение проблем КСО началось в 1995 г. после создания при поддержке Европейской комиссии (ЕК) Европейского движения предпринимателей за социальную консолидацию (The European business network for corporate social responsibility, EBNSC)¹. Цель EBNSC состояла в обсуждении проблем КСО и обмене опытом в области внедрения лучших корпоративных практик [Rodić I., 2007, p. 44]. С этого времени КСО остается постоянным объектом внимания институтов ЕС.

Перечислим только важнейшие инициативы ЕС в области продвижения КСО [подробнее см.: Кузнецова Н.В., Маслова Е.В., 2013, с. 28–30]. В марте 2000 г. на саммите ЕС в Лиссабоне Европейский совет впервые публично обратился к предпринимателям с призывом развивать социальную ответственность, внедряя успешные практики, касающиеся непрерывного профессионального образования, организации труда, обеспечения равенства возможностей,

¹ В настоящее время – CSR-Europe.

социальной интеграции и устойчивого развития. В обращении также отмечалось, что расширение социальной ответственности бизнеса является важным элементом экономических и социальных реформ, фактором повышения конкурентоспособности европейских компаний [Кузнецова Н.В., Маслова Е.В., 2013, с. 29; Rodić I., 2007, p. 46].

В 2001 г. ЕК опубликовала Зеленую книгу по КСО [Promoting..., 2001, p. 4]. В ней дается определение КСО как концепции, при помощи которой предприятия на добровольной основе интегрируют социальные и экологические обязательства в свою деятельность и отношения с заинтересованными сторонами, а также устанавливаются цели, идеи и принципы КСО [Rodić I., 2007, p. 12].

Зеленая книга строится на холистическом подходе к КСО, предполагающем активное партнерство всех заинтересованных сторон и включающем два измерения этого явления – внутреннее (управление человеческими ресурсами, здоровье и безопасность на рабочем месте, адаптация к изменениям, связанным с реструктуризацией предприятия, управление последствиями влияния на окружающую среду и природные ресурсы) и внешнее (местные сообщества, коммерческие партнеры, поставщики и потребители, права человека, экологические проблемы в мировом масштабе) [Rodić I., 2007, p. 47–48].

Уже через год в очередном сообщении ЕК «Социальная ответственность предприятий: Вклад предприятий в устойчивое развитие» уточняются принципы, определяющие взаимосвязь между КСО и устойчивым развитием, а также основные направления стратегии ЕС в области КСО [Communication de la Commission concernant la responsabilité sociale des entreprises: Une contribution des entreprises au développement durable, 2002]. Кроме того, ЕК предложила организовать многосторонний европейский форум по КСО с участием предприятий, профсоюзов и НПО для продвижения инноваций, развития конвергенции и транспарентности существующей практики и инструментов КСО.

В 2006 г. в сообщении ЕК «Претворение в жизнь партнерства для роста и занятости: Превращение Европы в полюс совершенства в области социальной ответственности предприятий» констатируется, что европейский бизнес достиг определенных успехов в области КСО, что является существенным вкладом в устойчивое развитие, укрепление инновационного потенциала и конкурентоспособности Европы [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen.

Mise en oeuvre du partenariat pour la croissance, 2006]. В то же время ЕК призвала профсоюзы, потребителей, инвесторов, НКО и других стейкхолдеров к продолжению активного диалога по проблемам КСО и поощрению лучших корпоративных практик.

В 2011 г. ЕК представила обновленную в соответствии со стратегией ЕС «Европа-2000» четырехлетнюю стратегию КСО (2011–2014), цель которой состоит в создании условий, благоприятных для устойчивого роста, ответственного поведения предприятий и создания рабочих мест в средне- и долгосрочной перспективе [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des regions: Responsabilité sociale..., 2011].

Подводя итоги развития КСО с 2006 г., ЕК в этом документе отмечает, что усилия по формированию коммунитарной политики в сфере КСО обеспечили значительный прогресс в этой области. Тем не менее далеко не все предприятия включили нормы КСО в свою стратегию; некоторые (хотя их и немного) не соблюдают права человека и трудовое законодательство. Не все страны-члены ЕС разработали национальные стратегии КСО¹.

ЕК также предлагает новое определение КСО, в котором подчеркивается, что «предприятия несут ответственность за то воздействие, которое они оказывают на общество» [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des regions: Responsabilité sociale..., 2011, р. 6–7]. Таким образом, согласно новому определению КСО, предприятие должно в своей деятельности учитывать социальные, экологические, этические составляющие, права человека и потребителей, что означает расширение ответственности бизнеса до социального уровня.

¹ В 2014 г. национальные стратегии в области КСО действовали в Бельгии, Болгарии, Кипре, Чешской Республике, Германии, Дании, Эстонии, Финляндии, Франции, Италии, Литве, Нидерландах, Польше, Швеции и Великобритании. Готовы к принятию такой стратегии Австрия, Ирландия, Венгрия, Мальта и Испания; в процессе подготовки национальной стратегии в области КСО находятся: Хорватия, Греция, Латвия, Португалия, Румыния, Словения и Словакия. Не имеет и не разрабатывает данную стратегию Люксембург [Williamson N., Stampe-Knipfel A., Weber T., 2014, р. 14]. В числе приоритетных направлений национальных стратегий стран ЕС были названы работа с ответственными поставщиками, социально-ответственное инвестирование, антикоррупционные практики, защита окружающей среды [Пономарева Н.В., 2014, с. 1].

ЕК также выделяет факторы, способствующие дальнейшему внедрению стратегии КСО: баланс интересов и учет мнений всех заинтересованных сторон; конкретизация ожиданий от внедрения новых практик; наличие системы поощрения компаний, стремящихся к социально ответственному ведению бизнеса; повышение внимания к вопросам прав человека.

Кроме того, ЕК впервые признала, что для большинства малых и средних предприятий КСО будет оставаться «неформальной и скорее интуитивной», в то время как для крупных предприятий она должна стать одним из стратегических направлений развития [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions: Responsabilité sociale..., 2011, p. 8].

В стратегии ЕС на 2011–2014 гг. подчеркивается, что ответственность за внедрение КСО должны нести сами предприятия, а государственное администрирование в этой сфере призвано играть вспомогательную роль, в частности обеспечивать прозрачность деятельности компаний и подотчетность корпораций, создавать стимулы для ее внедрения.

Особо подчеркивается в рассматриваемом документе необходимость сближения европейской и мировой концепций КСО. ЕК обязуется руководствоваться в своей политике принципами и нормами КСО, разработанными международными организациями, в частности, Руководящими принципами ОЭСР для многонациональных предприятий¹; принципами Глобального договора ООН, определяющими обязанности деловых кругов в области прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и противодействия коррупции²; стандартом ISO 26000³ и рядом других документов [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions: Responsabilité sociale..., 2011, p. 16].

В рамках новой стратегии была разработана программа действий на 2011–2014 гг., предусматривающая, в частности, повы-

¹ См.: [Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий. Рекомендации по ответственному ведению бизнеса в контексте глобализации, 2011].

² См.: [Корпоративное гражданство в мировой экономике. Глобальный договор, 2009, с. 6].

³ Стоит отметить, что модернизированное определение КСО, принятое ЕК, по сути совпадает с определением ISO.

шение прозрачности деятельности компаний, применяющих практики КСО¹; распространение передового опыта и формирование отраслевых платформ для предприятий и заинтересованных сторон; совершенствование и мониторинг уровня доверия к бизнесу; мотивацию компаний к КСО с помощью инвестиций и участия в государственных закупках; создание или обновление государствами-членами национальных программ продвижения КСО; сближение европейских и мировой концепции КСО [Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions: Responsabilité sociale..., 2011, p. 10–16].

Таким образом, единая коммуитарная стратегия развития КСО была разработана всего за 15 лет практически с нуля, что «объясняется стремлением наднациональных органов ЕС обеспечить равномерное развитие и укрепление Союза, единство практических мер по распространению принципов КСО» [Корпоративная социальная ответственность: От европейского..., 2012, с. 12]. При этом европейский подход к КСО в отличие от американского, направленного на устранение последствий экономической деятельности компаний, в большей степени ориентирован на предотвращение рисков. КСО в Европе определяется не столько этикой, сколько политикой. Для европейской модели также характерны пристальное внимание государства к социальным проектам бизнеса, инициативность бизнеса в области социальных проектов, активное участие государства в развитии КСО. Однако необходимо отметить постепенное изменение европейской модели КСО в сторону открытой модели [Взаимодействие государства и бизнеса..., 2012].

Наиболее законодательно проработанными в Европе являются два направления КСО – социальная сфера и сфера защиты окружающей среды. На национальном уровне во многих странах континентальной Европы законодательно закреплены обязательное медицинское страхование, система охраны здоровья работников, право на бесплатное образование, пенсионное обеспечение, природоохранная деятельность предприятий [Никитина Л.М., 2011, с. 181; Симонова Л.М., Аникеева О.П., Бердина Л.А., 2013, с. 29]. По сравнению с другими странами мира в ЕС действуют довольно жесткие трудовые и социальные нормы КСО, обеспечивающие более

¹ В соответствии с новой формулировкой понятия КСО в 2014 г. в ЕС было принято постановление об обязательном раскрытии нефинансовой отчетности компаниями с численностью более 500 сотрудников [Пономарева Н.В., 2014, с. 1].

высокий, чем в других странах уровень защиты трудящихся и других групп населения, затрагиваемых деятельностью предприятий [Rodić I., 2007, p. 43]. Большое внимание также уделяется правилам взаимодействия с местными сообществами, соблюдению прав потребителей, ответственному корпоративному управлению и, в последнее время, развитию малого и среднего бизнеса.

Следует также отметить, что благодаря активной позиции ЕК, предпринимающей очень серьезные усилия в области распространения КСО в европейских странах, Европа (а не США) становится лидером как по масштабам применения, так и по эффективности применения политики в области КСО. В настоящее время в мире из 22 тыс. корпоративных нефинансовых отчетов более половины приходится на отчеты компаний ЕС. Кроме того, именно европейские компании представляют более половины организаций, подписавших Глобальный договор ООН. Более чем из 3 тыс. некоммерческих компаний, предоставляющих консультации по вопросам КСО, 37% работают в ЕС [Остроухова В.А., 2012, с. 15].

Несмотря на все усилия коммунитарных органов, направленные на унификацию норм КСО в рамках ЕС, национальные особенности моделей КСО в Европе сохраняются. При этом отнесение какой-либо страны к той или иной группе зависит от выбранных критериев классификации. Так, представители французской школы регуляции М. Капрон и П. Пети объясняют различия национальных моделей КСО углублением дифференциации институционального устройства разных (даже развитых) стран в процессе перехода от фордизма к постфордизму. В зависимости от сложившейся социальной системы инноваций и производства (*systeme social d'innovation et de production*, SSIP) они выделяют пять типов капитализма: рыночный (преобладание рыночного регулирования), социал-демократический (развитое государственное регулирование на национальном и местном уровнях); центральноевропейский государственный (развитое государственное регулирование на национальном уровне и длительная интеграция в европейское пространство); средиземноморский (развитое государственное регулирование при сохранении приверженности семейным и местным ценностям) и мезо-корпоративный. Этим пяти типам капитализма соответствуют пять типов моделей КСО. Сразу оговоримся, что к пятому типу относятся страны (в частности, Япония и Южная Корея), в которых деятельность крупных компаний оказывает структурирующее воздействие на национальные системы SSIP.

По этой классификации для Великобритании характерна рыночная модель КСО, для Швеции, Финляндии, Дании и Норвегии – социал-демократическая; для Франции, Нидерландов, Бельгии и Германии – центральноевропейская государственная; для Испании, Италии, Греции и Португалии – средиземноморская.

При этом французские авторы убеждены, что «новые» члены ЕС со временем войдут в одну из указанных четырех групп [Carron M., Petit P., 2011]. В этом плане показателен пример Польши. Становление КСО в Польше началось с ограничения роли и вмешательства государства в функционирование отдельных рынков. В настоящее время государство не занимается установлением обязательных жестких рамок или минимальных требований к КСО, а лишь задает направление развития, обучает и заинтересовывает бизнес в проявлении инициативы и добровольном применении принципов КСО, в частности путем организации различных конкурсов, предоставления социально ответственным компаниям определенных налоговых и иных льгот. Немаловажную роль в развитии практики КСО сыграл переход к рыночным отношениям, в частности необходимость создания конкурентоспособного бизнеса, а также деятельность неправительственных организаций [Корпоративная социальная ответственность: От европейского..., 2012, с. 20–26]. Если опираться на предложенные М. Капроном и П. Пети критерии, то польскую модель КСО можно считать рыночной. Однако процесс формирования модели КСО в Польше продолжается, и ситуация может измениться.

В научной литературе предлагаются и другие классификации национальных европейских моделей КСО. В качестве примера можно привести классификацию Н.В. Кузнецовой и Е.И. Масловой (табл. 2) [Кузнецова Н.В., Маслова Е.И., 2013, с. 31].

Представляется, что, распределяя страны по выделенным моделям КСО, авторы руководствовались классификацией социальной политики. В результате из их схемы «выпадают» такие значимые страны, как Франция, Нидерланды и Бельгия. Таким образом, классификация М. Капрона и П. Пети более адекватно отражает сложившуюся ситуацию. В то же время стоит отметить, что в остальном две представленные классификации практически совпадают: рыночная с англосаксонской; социал-демократическая со скандинавской; средиземноморская с южноевропейской.

Основные модели КСО в странах Европейского союза

Модели	Скандинавская модель	Южноевропейская модель
Страны	Дания, Швеция и Финляндия	Италия, Испания, Греция и Португалия
	Социальная защита – законное право гражданина. Широкий охват различных социальных рисков и жизненных ситуаций, которые требуют поддержки общества. Высокий уровень налогов. Государство берет на себя функции перераспределения социальных благ в пользу наиболее уязвимых категорий населения	Данную модель можно определить как развивающуюся, переходную, а потому не имеющую четкой организации. Социальная защищенность имеет относительно низкий уровень, а задача социальной защиты рассматривается часто как забота родственников и семьи. Социальная политика носит преимущественно пассивный характер и ориентирована на компенсацию потерь в доходах отдельных категорий граждан
Модели	Континентальная (бисмарковская) модель	Англосаксонская модель (модель Бевеиджа)
	Германия	Великобритания, Ирландия
	Действует жесткая связь между уровнем социальной защиты и длительностью профессиональной деятельности. В основе модели лежит принцип актуарной справедливости, когда величина страховых выплат определяется в первую очередь величиной страховых взносов. Услуги социального страхования финансируются главным образом за счет взносов работодателей и застрахованных. Сегодня значительное развитие системы социальной помощи (строящейся на принципе вспомоществования, а не страхования) приводит к модификации этой модели и увеличению доли бюджетного финансирования социальной сферы	Активное участие государства в развитии КСО проявляется в таких формах, как создание государственно-частных партнерств в образовательном секторе, поддержка инициатив в области КСО через софинансирование проектов, предоставление налоговых льгот, продвижение инициатив по приведению национальных стандартов в соответствие с международными. При премьер-министре создана должность министра по КСО. Ярко выражена инициативность самого бизнеса в создании проектов в области КСО. Модель базируется на всеобщности (универсальности) системы социальной защиты, которая распространяется на всех нуждающихся в материальной помощи граждан. основополагающий принцип данной модели – распределительная справедливость, в данном случае речь идет не о профессиональной, а о национальной солидарности

Для континентальной Европы в целом характерно установление государством достаточно жестких юридических норм, обязывающих компании неукоснительно следовать принципам социальной ответственности. Соответствующие законы приняты в Великобритании, Швеции, Голландии, Франции и других странах.

Японо-китайская модель

В странах Азии распространение концепции КСО началось сравнительно недавно. В основном заимствованные азиатскими компаниями у Запада концепции КСО здесь трансформируются под воздействием местной культуры [Иванова В.А. Корпоративная социальная..., 2010, с. 9]. В силу культурного многообразия и разного уровня экономического развития стран региона выделить единую для всех азиатских стран модель КСО не представляется возможным, особенно с учетом того, что практически во всех странах региона (кроме Японии) национальные модели КСО только формируются. Однако все азиатские модели КСО ориентированы не столько на получение прибыли и повышение эффективности, сколько на социальную общность, коллективные способности и достижения, место человека в коллективе. По мнению некоторых исследователей, менеджмент будущего связан с объединением западного акцента на успех и восточного – на внутреннюю гармонию [Цуциева О.Т., Гобозова А.З., 2013].

Практика КСО развивается во многих странах региона. Так, во Вьетнаме внедрение принципов КСО в деловую среду осуществляется на основе сотрудничества Торговой палаты Вьетнама и Программы развития ООН. В то же время инициативы правительств Пакистана, Филиппин, Таиланда, Индонезии в сфере КСО рассматриваются деловыми кругами этих стран лишь как отчисление денег на социальные нужды или введение нового социального налога [Иванова В.А. Корпоративная социальная..., 2010, с. 9].

Японская модель КСО. Наиболее развитой и динамичной азиатской моделью КСО является японская. Компании Японии импортировали концепцию КСО в начале 2000-х годов из стран Запада, рассматривая ее как необходимое условие выхода на международные рынки. Но японская модель КСО формировалась не на пустом месте и отмечена некоторыми чисто национальными чертами.

В соответствии с японской традицией, восходящей к доиндустриальной эпохе Эдо (1603–1868) и к периоду японского капитализма эпохи Мейдзи (1868–1912), когда в процессе хозяйственной деятельности складывалась этика торгово-предпринимательского сословия, центром внимания японских предприятий являются отношения со всеми партнерами (стейкхолдерами), которые способствуют процветанию предприятия и должны разделять его плоды. В частности, для привлечения и удержания клиентов японские компании стремились к установлению с ними стабильных и долго-

срочных отношений. В ходу у японских торговцев, придававших большое значение репутации своего товара и своего заведения, была поговорка «хлопочи не о прибыли, а о добром имени» [Иванова В.А., 2010, с. 10]. Об особом отношении к потребителю свидетельствует тот факт, что в Японии никогда не применялся принцип «качество на риске покупателя» (*caveat emptor*), освобождающий производителя от части ответственности за качество продукта [Rolland-Piègue E., 2011, p. 35].

Долгое время в Японии критерием успеха и показателем эффективности компании считалась доля контролируемого рынка, а не прибыль (хотя в последнее время подход несколько изменился). В настоящее время многие японские компании видят возможность своего роста не в доминировании на рынке, а в завоевании потребительской лояльности и рассматривают КСО как инструмент стратегии, ориентированной на нужды общества. Например, японская компания по предоставлению финансовых услуг «Aiful Corporation» формулирует свою миссию следующим образом: «Наша миссия – каждый день завоевывать благосклонность общества. Мы стремимся к богатству и процветанию наших клиентов, поставщиков, акционеров и сотрудников» [Иванова В.А., 2010, с. 10].

Первые японские промышленные конгломераты взяли на вооружение принципы, отражающие ценности их основателей, в основном вышедших из касты самураев, которые ставили государственные интересы выше частных. Наряду с этим на японских предприятиях до сих пор существует сформировавшаяся еще в доиндустриальный период традиция передачи трудовых навыков путем наблюдения за опытными работниками и копирования их действий, которая в сочетании с традиционными ценностями (скромность, честность, усердие и соблюдение деловой этики) облегчает внедрение КСО в корпорации.

В целом японские предприятия уделяют много внимания взаимодействию с местными сообществами, а также экологической КСО. Япония даже считается мировым лидером в вопросах экологической ответственности.

Социальная составляющая японской модели КСО имеет как сильные, так и слабые стороны. Благодаря сохранению системы пожизненного найма сильной стороной японской модели являются стабильная занятость, непрерывное производственное обучение, благоприятный социальный климат, стремление работников к повышению производительности, небольшой разрыв в зарплате между рядовыми сотрудниками и руководством компании. Компания по-

могает работникам в приобретении жилья, выделяет финансовую помощь при рождении детей и их обучении, выплачивает щедрые выходные пособия и корпоративные пенсии [Иванова В.А., 2010, с. 10; Rolland-Piègue E., 2011, p. 36].

К ее слабым сторонам относят конформизм, отсутствие креативности, преобладание групповых интересов над правами индивида, дискриминацию женщин на производстве. Некоторые эксперты считают, что неоплачиваемые сверхурочные часы являются принудительным трудом и нарушают фундаментальные права трудящихся [Rolland-Piègue E., 2011, p. 35]¹. Поскольку и руководители, и работники воспринимают предприятие как некую «производственную семью», в отчетности по КСО включаются лишь сведения об общей политике в области человеческих ресурсов, а более конкретные данные считаются конфиденциальными [Rolland-Piègue E., 2011, p. 36].

В Японии, как и в большинстве других азиатских стран, принципы КСО применяются компаниями на сугубо добровольной основе. Роль государства в лице министерства экономики, торговли и промышленности сводится к организации многосторонних форумов с привлечением стейкхолдеров, участию Японии в разработке международных правил и стимулированию их распространения при минимизации издержек адаптации.

Китайская модель КСО. В экономику Китая институт КСО был привнесен транснациональными корпорациями в начале 1990-х годов², но первоначально эта практика была весьма скептически встречена как предпринимателями, так и многими экономистами, полагавшими, что речь идет о типично западном понятии, которое может лишить страну права выбора собственного пути к экономическому процветанию. Однако рост неравенства, крупные экологические и техногенные аварии, широкое освещение в СМИ случаев коррупции и другие проблемы инициировали дискуссии о роли и влиянии

¹ Следует отметить, что в проникнутой духом коллективизма Азии в меньшей степени распространены такие понятия, как «борьба за равенство людей», «неприемлемость дискриминации» и пр. [Иванова В.А., 2010, с. 9].

² С 1950-х годов в Китае действовала собственная система социальной ориентации предприятий – «даньвэй», в рамках которой все социальные вопросы (обеспечение жильем, поддержка малообеспеченных и многодетных семей, социальное страхование, социальное обеспечение и т.д.) решались централизованно через представителя партии. Позже система «даньвэй» прекратила свое существование, однако некоторые ее элементы сохранились на госпредприятиях до сих пор [Иванова В.А. Корпоративная социальная..., 2010, с. 10].

как национальных, так и транснациональных предприятий. В результате новое поколение китайских предпринимателей познакомилось с опытом социально ответственного ведения бизнеса, при этом возможность его использования до сих пор вызывает в предпринимательской среде определенные сомнения [La responsabilité sociale des entreprises en Chine, 2013].

Вступление Китая в ВТО в 2001 г. сделало необходимой адаптацию китайских компаний к западной корпоративной культуре и стандартам ведения бизнеса, что предполагало и внедрение КСО. После провозглашения Председателем КНР Ху Цзиньтао в 2005 г. доктрины «гармоничного общества», согласно которой социальные и экологические проблемы рассматриваются в качестве фундаментальных приоритетов деятельности государства, практика КСО получила дополнительный импульс. Некоторые компании начали по собственной инициативе выходить за рамки своих основных экономических функций и принимать идеологию социальной ответственности и устойчивого развития.

В целом отношение китайских предпринимателей к КСО зависит от экономических и политических условий и определяется позицией государства и значимостью отдельных направлений государственной политики [La responsabilité sociale des entreprises en Chine, 2013]. Большинство китайских фирм пока находится в стадии предварительного ознакомления с концепциями КСО или полностью их игнорирует [Жашкеев Т.Б., 2015, с. 4]. Инициативы в области КСО часто ограничиваются разовыми благотворительными проектами или пиар-акциями. Корпоративная нефинансовая отчетность, как и спланированная и четкая КСО-стратегия, в основном имеются у предприятий, полностью или частично принадлежащих государству, а также у китайских компаний, вышедших на глобальный уровень (например, «Alibaba Group»), однако информация в них часто предоставляется лишь на китайском языке [Иванова В.А., 2010, с. 10].

Специфическими мотивами для внедрения КСО частными китайскими компаниями являются: соответствие культурным традициям и деловым обычаям Китая, которые базируются на сочетании императивов этичности и прибыльности; объективная необходимость интеграции в глобальные цепочки создания стоимости и соблюдения норм ВТО; соответствие идеям доктрины «гармоничного общества». Поэтому институт КСО имеет мощную политическую поддержку, а власти активно способствуют его внед-

рению как на государственных, так и на частных предприятиях [Жашкеев Т.Б., 2015, с. 4].

В 2005 г. в закон, регулирующий права компаний в Китае, впервые были включены положения, касающиеся КСО. В 2006 г. правительство КНР опубликовало Рекомендации по составлению отчетности по КСО в Китае, призывая компании внедрять социально ответственную стратегию для улучшения бренда, репутации и конкурентоспособности китайских товаров. В 2007–2008 гг. был принят ряд документов, регулирующих КСО, в частности было установлено требование об обязательной экологической отчетности. Разработкой политики и законодательства в области КСО занимается министерство торговли, которое рассматривает КСО как основной фактор трансформации модели экономического роста. Большое влияние на концепцию развития КСО и ее содержание оказывает международное сотрудничество в этой области [La responsabilité sociale des entreprises en Chine, 2013].

Китайское государство также разрабатывает законодательную базу для создания систем социального обеспечения огромных масс населения; охраны окружающей среды; обеспечения транспарентности процесса принятия компаниями управленческих, финансовых, коммерческих и контрактных решений; формирования энерго- и ресурсосберегающей экономики; стимулирования обучения практикам КСО [La responsabilité sociale des entreprises en Chine, 2013]. Однако система пенсионного и медицинского страхования в Китае пока развита слабо. Она не в состоянии предоставить большинству граждан страховку на случай болезни, выплату пенсий и пособий. В связи с этим китайское государство полагает, что компании должны взять на себя ответственность по социальному обеспечению и финансированию благотворительных программ. Таким образом, не исключена возможность восстановления системы «даньвэй» на предприятиях; при этом ответственность за социальное обеспечение работников перейдет в ведение руководства и менеджмента компании [Иванова В.А., 2010, с. 10].

В целом специфика китайской модели КСО заключается в превалярующей роли государства, которое стремится продвигать социально ответственную деятельность предприятий в сфере защиты окружающей среды и социальной сфере в связи с усилением социальных рисков и тяжелейшей экологической ситуацией в стране.

Сингапурская модель КСО. Существенное влияние на формирование сингапурской модели КСО оказало сосредоточение большого числа ТНК на территории государства. Она развивается до-

вольно высокими темпами, заимствуя опыт зарубежных компаний, прежде всего из Великобритании и США, чему во многом способствует отсутствие языкового барьера.

В Сингапуре, как и в Великобритании и США, хорошо развиты механизмы корпоративного управления и контроля. В 2005 г. министерство финансов Сингапура приняло Кодекс корпоративного управления, содержащий набор рекомендаций по корпоративному управлению для сингапурских компаний, во многом опирающийся на Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий.

Вопросы КСО в Сингапуре являются предметом трехстороннего сотрудничества между правительством, бизнесом и профсоюзами. На официальном сайте неприбыльной организации «Global Compact Network Singapore»¹ (далее «The Compact»), главная миссия которой состоит в продвижении практики КСО в стране, говорится, что КСО актуальна и для мелких и средних предприятий: для ведения социально ответственного бизнеса таким предприятиям «не обязательно вновь изобретать колесо, а достаточно лишь продолжать уже существующую практику ведения бизнеса, максимизируя ее эффективность и внедряя в общую стратегию развития компании» [Иванова В.А., 2010, с. 11].

Участниками «The Compact» являются ведущие ТНК, такие как «Shell», «Standard Chartered», «Credit Suisse», а также крупные сингапурские компании, в том числе «Singapore Airlines» и «Singapore Telecommunications», активно внедряющие механизмы КСО. Так, «Singapore Airlines» оказывает спонсорскую поддержку искусству, образованию и спорту, участвует в программах по развитию здравоохранения и представляет отчет о своих инициативах в области охраны окружающей среды. Вопросы экологии являются приоритетными и для сингапурского сельскохозяйственного холдинга «Wilmar International Ltd», занимающегося в основном производством пальмового масла. Компания уделяет большое внимание вопросам сохранения биоразнообразия, ответственного земледелия, экономии воды и сокращения вредных выбросов. Однако ни «Singapore Airlines», ни «Wilmar International Ltd» не предоставляют нефинансовую отчетность, соответствующую международным стандартам.

¹ См. сайт организации: Global Compact Network Singapore. – Mode of access: <http://www.csrsingapore.org/c/>

Можно предположить, что в условиях углубления глобализации и усиления влияния ТНК концепция КСО в азиатских странах будет развиваться в направлении международных стандартов в области социально ответственного бизнеса [Иванова В.А., 2010, с. 11].

Исламская модель

Несмотря на усиление в последние годы внимания предпринимателей исламских стран к проблемам КСО, внедрение принципов социально ответственного бизнеса в деловую практику здесь происходит медленно. При этом надо иметь в виду, что исламский подход к КСО опирается на Коран и отраженный в нем опыт осмысления взаимодействия людей друг с другом и с природой. С практической точки зрения вечные и абсолютные моральные и этические принципы, проистекающие из божественных откровений, могут стать для предприятий той путеводной нитью, которая поможет включить КСО в исламскую деловую практику¹ [Hadj Slimane Kh., 2014–2015, p. 13].

В целом исламская этическая философия основывается на пяти постулатах: единство (основано на концепции таухида, или единобожия), равновесие (пересекается с концепцией справедливости), свобода воли (считается, что человеку дана свобода воли в управлении своей жизнью в качестве наместника Бога на Земле), обязанности (ответственность перед Богом за свои действия) и добродетельность. Согласно этим постулатам Бог есть создатель, обладатель и источник всего мироздания. Он доверил человеку право использовать ресурсы, и человек несет перед ним за это ответственность. Таким образом, человек получает ресурсы в своего рода «траст» и за это обязан, в свою очередь, полностью повино-

¹ Исламская экономическая система строится на партнерстве, т.е. участии в прибыли и убытках. Ее функционирование обеспечивается с помощью таких доктринальных положений, как обязательство выплаты с дохода и имущества своего рода социального налога (закят), «очищающего душу от скупости» [Hadj Slimane Kh., 2014–2015, p. 14], создания благотворительных фондов (вакф), подаяния и благотворительности (саадака), беспроцентного займа (кард аль хасан), запрета взимания и выплаты банковских процентов (рибы). На механизме партнерства построено большинство инструментов исламских банков; партнерство также является распространенной организационно-правовой формой предпринимательской деятельности исламских стран [Батаева Б.С., 2010].

ваться воле Бога и следовать шариату¹ во всех аспектах жизни, в том числе экономических, а также бережно относиться к окружающей среде.

Главными в исламской экономической системе являются нравственные принципы экономических отношений, которые должны содействовать процветанию исламского общества в целом. Ответственность в этом контексте означает ответственность компании перед обществом за укрепление социально-экономической справедливости в рамках ее возможностей. В то же время концепция КСО в исламских, так же как и в неисламских странах, опирается на социальный контракт, помогая согласовать цели компании с целями общества. Следовательно, с точки зрения исламских учений концепции КСО и устойчивого развития соответствуют принципам социально-экономической справедливости ислама, заложенным в Коране и сунне [Батаева Б.С., 2010].

В рамках исламского подхода КСО представляет собой моральные и религиозные инициативы, основанные на убеждении, что, независимо от финансовых итогов деятельности компании, она не должна нарушать нравственные законы. Соблюдение законов шариата в бизнесе означает, что целью предпринимателя является не только максимизация прибыли, но и достижение конечного счастья в этой и будущей жизни, признание своей социальной и моральной ответственности за благополучие других людей (потребителей, работников, акционеров и местных жителей).

Для выявления отношения ислама к концепции КСО О.Т. Цуциева и А.З. Гобозова рассматривают КСО как континуум, состоящий из пяти уровней: безответственный, минималистский, апатичный, тактический и таква²-ориентированный (табл. 3). Каждый уровень предполагает оценку степени социальной ответственности компаний [Цуциева О.Т., Гобозова А.З., 2013].

¹ Шариат – комплекс предписаний, закрепленных, прежде всего, Кораном и сунной, которые определяют убеждения, формируют нравственные ценности и религиозную совесть мусульман, а также выступают источником конкретных норм, регулирующих их поведение [Ислам..., 1991, с. 292].

² Таква (богобоязненность, благочестие) – богоосознание, т.е. состояние, в котором тот, кто уверовал в Аллаха, начинает понимать, что все его поступки, мысли и слова открыты взору Аллаха. Утвердившись в таква, верующий обретает важную цель: угождать Всевидящему, Всезнающему Аллаху, от которого невозможно скрыть даже самые тайные, невысказанные мысли. Осознание Бога ведет человека к более глубокому пониманию дара жизни и к желанию распорядиться этим даром как можно лучше [Исламская энциклопедия].

Континуум корпоративной социальной ответственности в исламской модели

Уровень	Описание
Уровень 1. Безответственный	Компании этого уровня в своей деятельности не считаются с моральными установками и не соблюдают законы. Такие действия включают в себя мошенничество, искажение бухгалтерской отчетности, ложную рекламу, сброс токсичных отходов в жилых районах, нарушение прав сотрудников (здоровье, безопасность, оплата труда и т.д.)
Уровень 2. Минималистский	Компании соблюдают основные требования законодательства, т.е. выполняют свои обязанности и «играют по правилам». Они руководствуются своими уставами и не занимаются теми видами деятельности, которые считаются альтруистическими или благотворительными. Основной целью таких компаний является максимизация прибыли или увеличение богатства акционеров
Уровень 3. Апатичный	Компании на этом уровне работают в пределах закона, но в то же время стремятся к реализации обязательной этической ответственности. Их участие в других видах социально ответственной деятельности (альтруизм и филантропия), как правило, минимально. Такое поведение можно определить как апатичное или безразличное в том смысле, что фирмы не прилагают усилий к внедрению КСО
Уровень 4. Тактический	Компании этой категории выполняют свои социальные обязательства, в том числе занимаются благотворительностью, и оценивают свои действия с точки зрения получения преимуществ в долгосрочной перспективе. Улучшение репутации компаний в конечном итоге обеспечит им долгосрочную прибыль. Этот уровень сопоставим с западным пониманием КСО
Уровень 5. Таква-ориентированный	Компании этого уровня убеждены в необходимости социальной ответственности независимо от финансовых последствий ответственного поведения. Это убеждение закреплено в исламском мировоззрении, основанном на шариате. Ответственность компаний перед обществом является проявлением таква-парадигмы, что также отражает их понимание исламских принципов, таких как наместничество или попечительство и справедливость. Это суть исламской модели КСО

По нашему мнению, авторам следовало бы дать более подробный комментарий к представленному континууму. Во-первых, не совсем понятно включение в континуум уровня безответствен-

ности, поскольку безответственное поведение компании не предполагает наличие в ее деятельности каких бы то ни было элементов КСО. Такое поведение осуждается как на Западе, так и в исламских странах. Во-вторых, авторы отмечают, что разница между исламским и западным подходами к КСО лежит в пределах от второго (минималистского) до пятого (таква-ориентированного) уровня, но не показывают конкретных различий между подходами. Возможно, речь идет о том, что второй, третий и четвертый уровни континуума, соответствующие разным степеням внедрения КСО в практику западных компаний, отсутствуют в исламских странах, а пятый уровень, отражающий суть исламской модели КСО, отсутствует, естественно, в западных странах. Однако трудно поверить в то, что все компании исламских стран уже достигли уровня таква-ориентированности. Очевидно, что в исламском мире действуют и компании второго-четвертого уровней.

Тем не менее на практике деятельность исламских компаний в целом внешне схожа с функционированием бизнес-организаций из других стран мира. Основное отличие заключается в соблюдении исламскими компаниями запрета на ведение некоторых видов деятельности (таких как игорный бизнес, производство, переработка и продажа свинины, производство и продажа алкоголя, деятельность в области порноиндустрии и пр.). Глобальные компании из исламских стран, как и их международные конкуренты, следуют принципам КСО.

Восемь из десяти первых мест в рейтинге крупнейших компаний исламского мира занимают нефтегазовые компании. Все они являются государственными, что вполне закономерно, так как, согласно исламским законам, недра и полезные ископаемые принадлежат умме, т.е. всему сообществу верующих, а значит, всему государству.

Часть компаний, входящих в рейтинг, поддерживает раздел по КСО на первых страницах сайтов. В годовых отчетах корпораций «Kuwait Petroleum» и «Saudi Basic Industries» имеются разделы по КСО, а компания «Koc Holding A.S.» публикует специальный отчет на эту тему.

Компания «Savola group» специально подчеркивает, что она рассматривает КСО сквозь призму ценностей ислама. В частности, на сайте компании приводится одно из изречений пророка Мухаммеда: «Не уверует никто из вас [искренне] до тех пор, пока не будет желать брату своему того же, чего желает самому себе» (хадис под номером 13 из сорока хадисов Имама Мухьи-д-дин Абу

Закарийя бин Шариф ан-Навави). И далее говорится: «Наша искренняя вера в этот хадис наряду с нашими хорошими намерениями даст нам благословение Аллаха, которое обеспечит успех нашей корпоративной социальной ответственности». В то же время глобальный бизнес мусульманских стран перенимает международные правила игры и усваивает соответствующие ценности и стандарты поведения, тогда как компании малого и среднего бизнеса, как правило, ориентируются на традиционные ценности страны происхождения.

Исламские банки, по мнению ученых из мусульманских стран, проявляют социальную ответственность уже по роду своей деятельности, поскольку используют соответствующие шариату инструменты [Батаева Б.С., 2010].

Российская модель КСО

Социальная ответственность бизнеса в современной России традиционно складывалась на основе государственного патернализма. Его принципы были заложены и в советском КЗоТе, и в социальном законодательстве, где основополагающую функцию социальной ответственности выполняло государство. В итоге это привело к тому, что ответственность работодателя за свои действия не только по обеспечению социального благополучия работников, но и простому соблюдению обозначенных законом минимальных социальных гарантий фактически отсутствовала. В 1990-е годы ситуация в стране никак не способствовала устойчивому развитию КСО [Социальная ответственность бизнеса: Опыт России и Запада, 2004].

Первые ростки КСО в России появились лишь в 2000-е годы. При этом исходной сферой формирования системы КСО являлись социально-трудовые и связанные с ними экономические и политические отношения [Киварина М.В., 2011, с. 2]. Социальная ответственность российских предприятий чаще всего имеет формализованный характер. Социальные вопросы фиксируются в трудовых соглашениях, которые заключаются между профсоюзами и руководством. В качестве приоритетов своих социальных проектов предприятия обычно выбирают образовательные программы, поддержку пенсионеров и детей работников. Например, по данным Ассоциации менеджеров, на развитие персонала крупные российские компании расходуют до 60% социального бюджета [Киварина М.В., 2011, с. 6].

Для российских предприятий типична ориентация на ближайший круг стейкхолдеров (государство, собственники и сотрудники) при недооценке значения, например, таких групп, как местное сообщество граждан. Инициаторами внедрения принципов КСО чаще всего выступают сами компании и местные власти, тогда как государство, местные сообщества и немногочисленные и недостаточно авторитетные некоммерческие организации в процессе продвижения программ КСО компаний практически не участвуют [Симонова Л.М., Аникеева О.П., Бердина Л.А., 2013, с. 30]. Более того, руководители российских компаний утверждают, что их социальные проекты часто не находят поддержки у местных властей и государственных структур [Никитина Л.М., 2011, с. 184].

Одним из самых неразвитых элементов КСО в России является социальная отчетность бизнеса, тогда как именно ее наличие свидетельствует о полноценной интеграции принципов КСО в повседневную деятельность компаний. Только 13% российских компаний публикуют нефинансовую отчетность о КСО и лишь 9% крупных российских компаний делают это регулярно. Сам процесс отчетности ориентирован в основном на государство и акционеров. Разрыв между числом компаний, заявляющих о себе как о социально ответственных, и тех, кто публикует социальную отчетность, свидетельствует о том, что процесс институционализации КСО в России не завершен. В целом создается впечатление об отсутствии у большинства российских компаний осмысленной долгосрочной стратегии КСО. Большинство крупных компаний в той или иной мере вовлечены в благотворительную и экологическую деятельность, осуществляют меры поддержки своих работников. Однако эта деятельность, как правило, фрагментарна и непоследовательна [Петухов К.А., Германов И.А., 2015, с. 305–306]. Российский вариант КСО по движущим силам, практике применения и роли неправительственных организаций представляет собой нечто среднее между британской (с характерной для нее добровольностью инициатив бизнеса) и континентальной моделью (при которой государство задает четкие законодательные рамки КСО) [Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А., 2011].

* * *

Таким образом, хотя во всех рассмотренных странах КСО выступает как механизм взаимодействия государства, бизнеса и общества, модели социальной ответственности имеют существенные

различия, обусловленные влиянием исторических, социальных, политических, экономических, культурных и даже религиозных факторов. Так, открытость американской модели во многом определяется спецификой формирования предпринимательства в США, значительным распространением в деловых кругах протестантской этики, высокой активностью неправительственных организаций и объединений граждан как на национальном, так и на местном уровнях. В европейских странах значительное влияние на формирование национальных моделей КСО оказывают интеграционные процессы и решения, принимаемые на уровне Евросоюза. Анализ также показывает, что многие инициативы в области КСО, заимствованные азиатскими компаниями и исламскими странами у Запада, претерпевают определенные изменения в силу специфики их культуры и философии.

Кроме того, страновые модели КСО трансформируются как под воздействием инноваций в практике КСО, так и новых запросов со стороны общества. Например, как показывают опросы, руководство французских компаний в политике КСО ориентируется на экологическую проблематику, в частности на сокращение выбросов углекислого газа, а французское общество явно в большей степени заинтересовано в усилении ее социальной составляющей. В будущем приоритеты КСО во всех странах будут меняться, и, как ожидают эксперты, большее значение приобретут такие цели, как борьба с коррупцией, защита персональных данных, участие в жизни местных сообществ и т.д. [L'observatoire des enjeux RSE 2015, 2015, p. 1–2].

Что касается российской модели КСО, то, поскольку выразителем интересов общества в России выступает государство, то инициатива по развитию социально ответственного бизнеса должна исходить от него. В то же время необходимо расширить зону взаимодействия государства, бизнес-структур и гражданского общества по формированию комплекса документов рекомендательного характера, способствующих внедрению наиболее приемлемых для России принципов КСО [Никитина Л.М., 2011, с. 184].

Список литературы

1. Балдина Ю.А. Модели социально ответственного поведения субъектов предпринимательства в России и за рубежом // Вестник науки и образования Северо-Запада России (Электронный журнал). – 2015. – Т. 1. – № 4. – С. 1–6. – Режим

- доступа: <http://vestnik-nauki.ru/wp-content/uploads/2015/11/2015-%E2%84%964%D0%91%D0%B0%D0%BB%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf>
2. Батаева Б.С. Исламская модель корпоративной социальной ответственности. – Режим доступа: [http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0l5_PlpDLAhVhv3IKHa6zCOAQFggbMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.hse.ru%2Fdata%2F2010%2F05%2F13%2F1217151697%2F%25D0%2591%25D0%25B0%D1%2582%D0%25B0%25D0%25B5%D0%25B2+%D0%A2.%D0%91.&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=qjeqVuagH8X9ywPs7r6YDg](http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0l5_PlpDLAhVhv3IKHa6zCOAQFggbMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.hse.ru%2Fdata%2F2010%2F05%2F13%2F1217151697%2F%25D0%2591%25D0%25B0%25D1%2582%25D0%25B0%25D0%25B5%25D0%25B2%25D0%25B0%2520_%25D0%2592%25D0%25A8%25D0%25AD_2010.doc&usg=AFQjCNFsTlpX_m8ZmCjTxKQGtepf6lHBpA&bvm=bv.114733917,d.bGQ)
 3. Взаимодействие государства и бизнеса в реализации социальной ответственности: Мировой опыт / Мантаева Э.И., Голденкова В.С., Слободчикова И.В., Боджаева В.В. // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2012. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2012/04/708>
 4. Жашкеев Т.Б. Зарубежный опыт социальной ответственности предпринимательства. – 2015. – 5 с. – Режим доступа: https://www.google.ru/search?q=%D0%96%D0%B0%D1%88%D0%BA%D0%B5%D0%B5%D0%B2+%D0%A2.%D0%91.&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=qjeqVuagH8X9ywPs7r6YDg
 5. Иванова В.А. Корпоративная социальная ответственность в азиатских странах // Транспортное дело в России. – М., 2010. – № 9. – С. 9–11. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-aziatskih-stranah>
 6. Ислам. Энциклопедический словарь / Отв. ред. Негря Л.В. – М.: Наука, 1991. – 312 с.
 7. Исламская энциклопедия. – Режим доступа: <http://islamist.ru/%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%B0/>
 8. Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность. – 2011. – 8 с. – Режим доступа: http://economicarggu.ru/2011_3/kivarina.pdf
 9. Корпоративная социальная ответственность: От европейского эталона к белорусским реалиям: Аналитические материалы / Дрожджа Ю., Знак Н., Степина А., Хайтина В. – 2012. – 112 с. – Режим доступа: <http://isefi.by/upload/mce/textfiles/a743f7405223edc3abd63d1a55d0f51e.pdf>
 10. Корпоративное гражданство в мировой экономике. Глобальный договор ООН. – N.Y., 2009. – 6 с. – Режим доступа: http://www.undp.ru/publications/UN_GC_Brochure_Russian_FINAL.pdf
 11. Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Томского гос. ун-та. Серия: Экономика. – Томск, 2013. – № 4(24). – С. 21–36.
 12. Никитина Л.М. О государственном регулировании корпоративной социальной ответственности в «новых социально ориентированных странах» // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – Воронеж: ВГУ, 2011. – № 1. – С. 181–185.

13. Остроухова В.А. Влияние стратегии корпоративной социальной ответственности на деятельность зарубежных и российских компаний в современных условиях: Автореф. дис. ...канд. экон. наук. – М., 2012. – 26 с. – Режим доступа: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1962/file/Ostroyhova.pdf>
14. Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев В.А. Корпоративная социальная ответственность: Вопросы теории и практики. – М.: Академия Естествознания, 2011. – Режим доступа: <http://www.monographies.ru/139>
15. Петухов К.А., Германов И.А. Корпоративная социальная ответственность как фактор модернизации российского общества // Вестник Омского ун-та. Серия: Экономика. – Омск, 2015. – № 3. – С. 302–306.
16. Пономарева Н.В. Тезисы выступления на тему: «Ключевые факторы 2015 года, которые помогут компаниям в составлении отчетности по КСО и будут востребованы зарубежными стейкхолдерами» / Российский союз промышленников и предпринимателей, Комитет по корпоративной социальной ответственности и демографической политике. – М., 2014. – 3 с. – Режим доступа: <http://media.rspp.ru/document/1/9/c/9c0ddc19744dbbd4dbec1c4e6c43b4269.pdf>
17. Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий. Рекомендации по ответственному ведению бизнеса в контексте глобализации. – 2011. – Режим доступа: <http://www.threefold.ru/ru/rukovodstvo-oesr-dlya-mnogonatsionalnykh-predpriyatii-2011>
18. Симонова Л.М., Аникеева О.П., Бердина Л.А. Модели корпоративной социальной ответственности // Всероссийский журн. науч. публикаций. – М., 2013. – С. 28–30.
19. Социальная ответственность бизнеса: Опыт России и Запада. – М., 2004. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2004/06/21/social/>
20. Уочман П., Форстер М. Социальная ответственность бизнеса // SPERO. Социальная политика: Экспертиза, рекомендации, обзоры (Электронный журнал). – М., 2005. – № 2. – С. 39–49. – Режим доступа: http://spero.socpol.ru/docs/spero_no2_CSRoverview.pdf
21. Цуциева О.Т., Гобозова А.З. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности // Международный научно-исследовательский журнал. Экономические науки. – 2013, июнь. – Режим доступа: <http://research-journal.org/economical/sravnitelnyj-analiz-modelej-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti/>
22. Шлихтер А.А. Направления и механизмы взаимодействия социально-ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – 104 с.
23. Capron M., Petit P. Responsabilité sociale des entreprises et diversité des capitalismes // Rev. de la regulation (Электронный журнал). – 2011. – N 9. – Mode of access: <https://regulation.revues.org/9142>

24. Charhon P. La responsabilité sociale de l'entreprise: Origines, concepts, acteurs, instruments // La Lettre de l'IRFAM. – P., 2011. – N 28. – P. 5–11. – Mode of access: http://irfam.org/assets/File/e-journal/diversites_et_citoyennetes_28.pdf
25. Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen: Mise en oeuvre du partenariat pour la croissance / Commission des Communautés européennes. – Bruxelles, 2006. – 14 p. – Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006DC0136&from=FR>
26. Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions: Responsabilité sociale des entreprises: Une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011–2014 / Commission européenne. – Bruxelles, 25.10.2011. – 19 p. – Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:FR:PDF>
27. Communication de la Commission concernant la responsabilité sociale des entreprises: Une contribution des entreprises au développement durable / Commission des Communautés européennes. – Bruxelles, 2002. – 27 p. – Mode of access: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/february/tradoc_127375.pdf
28. Kheroua Ep. Hadj Slimane H. La perception de la responsabilité sociale de l'entreprise par les dirigeants d'entreprises algériennes comme mode de bonne gouvernance / Thèse en vue de l'obtention du Doctorat. – Tlemcen: Université Abou Bakr Belkaid, 2015. – 307 p.
29. L'observatoire des enjeux RSE 2015. Etat des attentes RSE en France, vues par la société civile et la communauté économique & leur utilisation dans l'analyse de la «matérialité des enjeux RSE» des entreprises. – P.: Institut RSE Management, 2015. – 36 p. – Mode of access: http://institutrse.com/wp-content/uploads/2015/03/observatoire_des_enjeux_RSE_2015_Etude_VF3.pdf
30. La responsabilité sociale des entreprises en Chine: Un ouvrage de B. Vermander // Lettre de Shanghai. – Shanghai, 15.06.2013. – Mode of access: <http://www.amba-france-cn.org/La-responsabilite-sociale-des-entreprises-en-Chine-un-ouvrage-de-B-Vermander>
31. Mansour F.M.-B. La Responsabilité sociale de l'entreprise: Définitions, théories et concepts. Thèse de la faculté de gestion et de management. – Beyrouth: Université Saint-Joseph de Beyrouth, 2011. – 26 p. – Mode of access: <http://www.fgm.usj.edu.lb/pdf/a112011.pdf>
32. Pesqueux Y. La responsabilité sociale de l'entreprise ou l'épuisement d'un thème de gestion. 2009. – 15 p. – Mode of access: <http://www.esc-pau.fr/documents/aderse/La%20responsabilite%20sociale%20de%20l%20entreprise%20ou%20l%20epuisement%20d%20un%20th%C3%A8me%20de%20gestion.pdf>
33. Promoting a European framework for corporate social responsibility: Green paper / Commission of the European communities (COM (2001) 366 final). – Brussels. –

2001. – 33 p. – Mode of access: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_en.pdf)
34. Rodić I. Responsabilité sociale des entreprises – le développement d’un cadre européen. – Genève: Institut européen de l’Université de Genève, 2007. – 102 p. – Mode of access: <https://www.unige.ch/gsi/files/4014/0351/6367/RodicRSE.pdf>
35. Rolland-Piègue E. La responsabilité sociale des entreprises au Japon, de l’époque d’Edo à la norme ISO 26 000 et à l’accident nucléaire de Fukushima // Réalités industrielles. – 2011. – mai. – P. 33–37. – Mode of access: <http://www.annales.org/ri/2011/ri-mai-2011/ROLLAND-PIEGUE.pdf>
36. Soutien du MAECD aux projets de RSE à l’étranger. – 2014. – Mode of access: <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/other-autre/csr-proj-rse.aspx?lang=fra>
37. Williamson N., Stampe-Knippel A., Weber T. Corporate social responsibility: National public policies in the European Union. Compendium 2014. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014. – 104 p. – Mode of access: http://csdle.lex.unict.it/Archive/LW/Data%20reports%20and%20studies/Reports%20%20from%20Committee%20and%20Groups%20of%20Experts/20141107-101621_CSR_Compendium_Oct14pdf.pdf

Г.В. Семеко

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ

Распространение корпоративной социальной ответственности (КСО) в финансовом секторе промышленно развитых стран произошло позже, чем в реальном секторе экономики. Как известно, основы развития современных направлений КСО (в частности, таких как ответственные трудовые и деловые практики) были заложены еще в период индустриального бума конца XIX в., когда из-за усиления конкуренции и роста рабочего движения многие компании были вынуждены пойти на улучшение условий труда наемных работников и предоставление дополнительных гарантий деловым партнерам. По мере увеличения масштабов промышленной деятельности круг вопросов, относящихся к сфере социальной ответственности бизнеса, постепенно расширялся. Когда в середине XX в. КСО превратилась в масштабное общественное явление, оно охватило не только компании промышленности, торговли, транспорта и т.д., но и учреждения финансового сектора.

В обзоре рассматриваются отдельные аспекты КСО в финансовом секторе, особенно актуальные в настоящее время, в частности, касающиеся социально ответственного финансирования, учета социальных и экологических императивов и критериев устойчивого развития, а также интересов местных сообществ, в том числе социально значимых предприятий и организаций.

Факторы развития КСО в финансовом секторе

Развитие КСО в финансовом секторе в настоящее время определяется рядом факторов, имеющих разное значение. Среди них наиболее важными, по мнению экспертов, являются нормативно-

правовое регулирование (в том числе трудовых, социальных и экологических аспектов бизнеса), последствия глобального финансово-экономического кризиса, экологический императив и др.

Несмотря на различия в подходах и трактовках понятия «корпоративная социальная ответственность», в большинстве из них присутствует в качестве одного из главных компонентов указание на добровольность действия компаний в интересах общества. Например, Зеленая книга Европейского союза по КСО определяет корпоративную ответственность как правило поведения, «в соответствии с которым компании на добровольной основе учитывают социальные и экологические проблемы в бизнес-операциях и взаимоотношениях со своими стейкхолдерами» [Promoting..., 2001, p. 6]. Этот подход принят большинством стран ЕС.

Однако сейчас достигнуто согласие, что такая добровольность должна сочетаться с регулированием социально ответственного поведения. Многочисленные законодательные нормы, принятые на национальном и международном уровнях, принуждают бизнес учитывать в своей деятельности интересы всего общества и заинтересованных сторон. Национальная политика в сфере КСО получила достаточно широкое развитие во многих европейских странах, в частности в Великобритании и Франции, для которых характерно активное правовое регулирование социально значимых аспектов предпринимательской деятельности.

Так, в Великобритании в марте 2000 г. правительство ввело должность министра по КСО, роль которого заключается в обеспечении руководства и поддержки лучших социальных практик компаний. В 2005 г. правительство приняло стратегию устойчивого развития для поощрения ответственного поведения, стимулирования инноваций и применения передовых практик. С этого времени компетенция правительства расширилась, охватив такие виды деятельности, как мониторинг ситуации в области КСО, и стала включать в себя повышение осведомленности о КСО, обеспечение защиты окружающей среды (ОС) через содействие социально ответственному поведению бизнеса во внутренних и в международных проектах, а также поддержку и поощрение приверженности международным стандартам делового поведения. Правительство участвует во многих международных проектах по вопросам КСО, внедряет элементы социально ответственной стратегии в систему государственных закупок, развивает финансовые механизмы и стимулы, которые побуждают компании к ответственному подходу к бизнесу, повышает требования в отношении прозрач-

ности корпоративной информации, расширяет рамки корпоративной отчетности, стимулирует общественный диалог о КСО, а также применяет разные меры по продвижению КСО, в том числе используя авторитет политических лидеров и ресурсы интернета [Бессонова И.С., 2014].

Для Франции больше характерно активное законотворчество в вопросе КСО. В 2001 г. здесь был принят первый в ЕС закон в области корпоративного управления, установивший требование об обязательной корпоративной нефинансовой отчетности, – закон «О новом экономическом регулировании» (*Nouvelles regulations économiques, NRE*). В ст. 116 этого закона предписывается всем компаниям, акции которых котируются на бирже, в годовых отчетах раскрывать информацию о своей социальной и природоохранной деятельности. В соответствии с законом определены две группы показателей, касающихся социальных последствий и влияния на ОС [Cheynel H., 2010, p. 5].

В первую группу социальных показателей, которые компании должны включать в ежегодные отчеты, вошли: вознаграждения и бонусы любого рода, выплаченные за год каждому работнику; список всех работников с указанием их функций; общая численность занятых по контракту на определенное время; численность принятых на работу, в том числе по бессрочному и временному контракту; численность увольнений и их мотивы; количество сверхурочных часов работы; привлечение внешней рабочей силы; продолжительность рабочего дня для работников с полной занятостью и для частично занятых; неявки на работу и их причины; размеры вознаграждения за труд и их эволюция; профессиональное равенство мужчин и женщин; безопасность труда; использование лиц с ограниченной трудоспособностью; социально-культурные мероприятия и т.д.

Во вторую группу показателей, характеризующих природоохранную деятельность предприятия, включены такие показатели, как потребление воды, сырья, энергоресурсов; меры, принятые для повышения эффективности использования энергии; использование возобновляемых энергоресурсов; условия использования почвы; выбросы воздуха, воды и земли; переработка отходов; меры, по ограничению негативных воздействий на ОС; действия по оценке или сертификации экологических последствий деятельности предприятия; расходы на предотвращение ущерба ОС; наличие внутренних служб по управлению ОС; обучение и информирование работников и т.д.

Однако в законе NRE не предусмотрено никаких санкций для нарушителей прописанных норм раскрытия информации. Не случайно, поэтому, их исполнение остается неполным. Согласно исследованию экспертов аналитической и консультационной фирмы «Alpha», проведенному десять лет спустя после принятия закона NRE, из 650 предприятий, которые попадали под действие нормы о раскрытии нефинансовой информации, лишь около 100 представляли данные в полном соответствии с требованиями [Législation française sur la transparence..., 2014, p. 8–9]. Следствием неадекватного выполнения рассматриваемой нормы закона NRE стало введение дополнительных законодательных требований в рамках экологического закона Гренель II (Grenelle II) от 12 июля 2010 г.¹ [Loi n° 2010–788..., 2010].

Закон содержит комплекс мер по защите ОС, в частности, определяет векторы экологического развития в различных областях, таких как транспорт, переработка отходов и управление в сфере ОС, строительство, экологически чистое сельское хозяйство, защита биологического разнообразия. В законе заявлены такие цели, как снижение к 2020 г. выбросов парниковых газов на транспорте до 20% к уровню, который был в 1990 г., рост доли неавтомобильного и неавиационного транспорта до 25% к 2022 г., поддержка государством развития комбинированного транспорта: река – железная дорога, река – море, автодороги – железная дорога и автодороги – море.

В соответствии со ст. 225 закона Гренель II список нефинансовых данных, которые должны включаться в ежегодные отчеты предприятий, был расширен, в частности, с целью повышения прозрачности информации в социальной и экологической сферах и более точной оценки прямых и косвенных последствий деятельности предприятий. Была также определена форма представления данных, позволяющая проводить их сравнение. Кроме того, закон стал универсальным: требования о предоставлении нефинансовых данных были распространены на все коммерческие предприятия (со статусом акционерных обществ и акционерных командитных товариществ). Вступление этой нормы закона в силу происходило

¹ Закон Гренель II (Grenelle II) стал логическим продолжением закона Гренель I от 3 августа 2009 г., установившего базовые принципы охраны ОС. Закон Гренель II от 12 июля 2010 г. закрепил практические механизмы реализации первого закона. В названии законов содержится отсылка к улице Гренель в Париже, где находилось министерство труда Франции.

поэтапно: с 31 декабря 2011 г. – для предприятий с балансом или чистой суммой оборота более 1 млрд евро и более 5 тыс. среднесписочной численности работников за год; с 31 декабря 2012 г. – для коммерческих компаний с балансом или чистой суммой оборота более 400 млн евро и 2 тыс. работников [Reporting RSE..., 2012].

Положения ст. 225 дополняются ст. 75, которая обязывает публиковать баланс выбросов CO₂ и план действий по их сокращению, ст. 224, устанавливающей требование к компаниям по управлению активами о представлении информации об учете в инвестиционной политике социальных, экологических и управленческих критериев (*sociaux, environnementaux et gestion, ESG*; далее ESG-критерии), и ст. 228 об обнародовании информации об экологических характеристиках продуктов и об углеродных выбросах используемых транспортных средств.

В большинстве стран Евросоюза на компании официально возложены обязательное медицинское страхование и пенсионное обеспечение работников, природоохранная деятельность и т.д. Правовая база по КСО в Европе основывается на документах Международной организации труда и ОЭСР, положениях Всеобщей декларации прав человека, решениях Всемирных саммитов по ОС и устойчивому развитию и др. В свою очередь решения Евросоюза определяют ключевые направления политики в области КСО в странах-членах [Пономарев С.В., 2014, с. 14].

В Евросоюзе действует трехступенчатая система правового регулирования КСО: на наднациональном (международном), национальном и местном уровнях. Также существуют директивы и регламенты, прямо не направленные на законодательное регулирование КСО, но регулирующие конкретные аспекты предпринимательской деятельности (экономические, социальные, экологические и т.д.). Особенно хорошо проработано нормативно-правовое регулирование социальной сферы и защиты ОС. Всем очевидна необходимость управления отходами, охраны водных ресурсов, развития биоразнообразия, ограничения вредных выбросов, необходимость общей экологической защиты граждан. Согласно принципу «загрязнитель платит» организация, чья деятельность нанесла или может нанести ущерб окружающей среде, несет за это материальную ответственность. Большое внимание также уделяется ответственному рыночному поведению, соблюдению прав потребителей и т.д.

На развитие социально ответственной практики в финансовом секторе в последние годы сильное воздействие оказал послед-

ний глобальный финансово-экономический кризис. Он подорвал не только доходность бизнеса, но доверие общества к финансовым посредникам. Задача максимизации прибыли и налаживания доверительных отношений с заинтересованными сторонами потребовала коррекции методов ведения бизнеса и управления в финансовых учреждениях в направлении большего учета императива КСО. Одним из наиболее эффективных инструментов такой коррекции выступает продуманная и эффективно работающая система КСО. Уделяя повышенное внимание практикам КСО, финансовые учреждения рассчитывают укрепить свой имидж, доверие стейкхолдеров и общественности в целом. Они осознают, что нарушения деонтологических и природоохранных норм и правил, которые рассматриваются обществом как социально обязательные, напрямую воздействуют на репутацию и сводят на нет их экономические достижения.

Лучшие компании и финансовые учреждения в мире постоянно работают над своей репутацией, поскольку видят в этом реальную выгоду для их бизнеса. Идею экономического влияния репутации на успех компании, как показал опрос международного консалтингового агентства в сфере репутационного менеджмента «Reputation Institute» (США) за 2013 г., разделяют 313 лидеров бизнеса. 60% участников опроса указали на то, что видят четкое влияние репутации компании на лояльность потребителя, прибыль, издержки и размер рынка [The Global RepTrak®100., 2013, p. 6].

Агентство «Reputation Institute» (США) ежегодно публикует рейтинг компаний, обладающих самой высокой репутацией среди потребителей – Global RepTrak 100. Методология исследования основывается на опросе 15 групп стейкхолдеров более чем из 25 отраслей и более чем из 50 стран мира. В целом оценивается репутация примерно 7 тыс. компаний по семи категориям: продукты и услуги; инновации; рабочее место; управление; гражданство; лидерство; достижения¹. В рейтинге 2015 г. лидировала группа BMW [The Global RepTrak®100., 2015].

Участие в рейтингах по КСО и получение разного рода знаков отличия за достигнутые результаты прочно вошло в практику ведущих финансовых учреждений. В настоящее время анализом деятельности предприятий в сфере КСО занимаются различные организации – бесприбыльные или коммерческие, исследователь-

¹ См. сайт агентства: Reputation institute. – Mode of access: <http://www.reputationinstitute.com>

ские учреждения, финансовые институты, ассоциации и т.д. Изучая нефинансовые отчеты ведущих компаний и финансовых учреждений и другую доступную информацию, они составляют рейтинги и присуждают победителям фирменные знаки (labels) и другие награды. Такие оценки очень важны для инвесторов, поскольку дают объективную информацию о соответствии предприятий требованиям устойчивого развития. Причем чем выше уровень этого соответствия, тем больше вероятность благоприятной долгосрочной эволюции курса акций (стоимости) компаний.

Среди международных конкурсов нефинансовых отчетов отдельного упоминания заслуживают две премии, вручение которых становится одним из главных событий года в мире КСО: премия выбора читателей (Readers' Choice Awards), учрежденная Глобальной инициативой в области отчетности (Global reporting initiative, GRI), и премия за отчетность крупнейшего в мире международного электронного регистра нефинансовых отчетов CorporateRegister.com. (CR Reporting Awards).

Многие известные и авторитетные издания оценивают достижения в области КСО. Например, американский деловой журнал «Fortune» ежегодно публикует список наиболее уважаемых компаний мира. При этом рейтинг журнала основывается на девяти показателях, среди которых рассматривается и показатель «социальная ответственность».

В Европе ведущей организацией по оценке достижений в области КСО является французский центр «Novethic»¹, который с 2009 г. ежегодно присуждает свой знак отличия за социально ответственные и «зеленые» инвестиции. В 2015 г. знак отличия – Label ISR Novethic – получили 113 фондов социально ответственных инвестиций, в том числе взаимных инвестиционных фондов (fonds communs de placement, FCP) и инвестиционных компаний с переменным капиталом (Sociétés d'investissement à capital variable, SICAVs). Эта награда предназначена для европейских фондов, которые систематически учитывают ESG-критерии и имеют высокий уровень прозрачности информации по управлению инвестициями. Другой знак отличия – Label Fonds Vert Novethic – присуждается с 2013 г. европейским фондам с наивысшими достижениями в области защиты ОС. В 2015 г. были награждены 7 фондов [Le label Fonds Vert Novethic].

¹ «Novethic» – независимая медиакомпания, исследовательский центр в области социально ответственного бизнеса.

Достижения в области КСО позволяют финансовым учреждениям войти в международные рейтинги по устойчивому развитию (на основе ESG-критериев), которые основываются на курсовой стоимости акций крупнейших мировых компаний. Наибольшим авторитетом среди общемировых рейтингов по нефинансовым отчетам компаний пользуются два индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Indices, DJSI) – DJSI STOXX для Европы и DJSI WORLD для всего мира, а также два индекса международной деловой газеты «Financial Times» – FTSE4 Good Global 100 и FTSE4 Good Europe 50. В DJSI включаются только компании, которые показывают высокие результаты по КСО.

Рейтинг корпораций и организаций, которые реализуют на практике идеи устойчивого развития, ведут также исследовательская компания «GlobScan» и известный консультант в области устойчивого развития «SustainAbility». В подготовке последнего, опубликованного в 2015 г., рейтинга «SustainAbility» учитывались мнения экспертов из 82 стран мира [The 2015 Sustainability Leaders..., 2015]. Согласно оценкам экспертов, сектор некоммерческих организаций со значительным отрывом лидирует среди 11 групп разных типов организаций – национальных правительств, региональных властей и местного самоуправления, частного сектора, организаций ООН, международных финансовых институтов, независимых исследовательских центров, академической науки и др. Среди всех некоммерческих организаций первое место с большим отрывом занял Всемирный фонд дикой природы (WWF).

Во Франции играет центральную роль в анализе достижений в области КСО по ESG-критериям исследовательское агентство «Vigeo¹». На основе его оценок устанавливаются значения финансового индекса Aspi Eurozone, включающего котировки 120 компаний зоны евро, которые имеют наилучшие достижения по критериям устойчивого развития. На рейтингах «Vigeo» основывается также финансовый индекс Ethibel Excellence Index Europe, включающий акции 200 котирующихся европейских компаний, которые входят в индекс Russell Global Index, демонстрирующий лучшие достижения в КСО [Cheynel H., 2010, p. 6].

Большое значение как для рейтинговых агентств, так и для акционеров и других заинтересованных сторон, имеет участие финансовых учреждений в международных и национальных ини-

¹ В конце 2015 г. произошло слияние французского агентства «Vigeo» с аналогичным исследовательским агентством EIRIS Великобритании.

циативах (соглашениях) в области КСО и устойчивого развития. Численность их участников растет из года в год: это приносит финансовым учреждениям репутационные выгоды, повышает доверие клиентов и, в конечном счете, позитивно сказывается на итогах бизнеса. Присоединяясь к таким инициативам, финансовые учреждения на добровольных началах берут на себя определенные обязательства, касающиеся их бизнеса и его последствий. Наиболее авторитетными являются следующие инициативы и соглашения.

- Десять принципов Глобального договора ООН (United Nations global compact).

- Трехсторонняя декларация принципов, касающихся многонациональных корпораций и социальной политики (Международная организация труда).

- Принципы ответственного инвестирования (Principes pour l'investissement responsable, PRI), разработанные в рамках Финансовой инициативы Программы ООН по ОС (UNEP FI, United Nations Environment programme finance initiative) и призванные интегрировать ESG-критерии в инвестиционный процесс.

- Принципы ответственного страхования (Principes pour une assurance responsable), разработанные также в рамках Финансовой инициативы Программы ООН по ОС.

- Стандарты деятельности по обеспечению экологической и социальной устойчивости Международной финансовой корпорации (МФК) (IFC's Performance standards on social and environmental sustainability).

- Руководство МФК по охране окружающей среды, здоровья и обеспечению безопасности (IFC Environmental health and safety guidelines).

- Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий, нацеленные на обеспечение ответственного ведения бизнеса в мировом масштабе.

- Группа институциональных инвесторов в сфере изменения климата (Institutional investors group on climate change, IIGCC), объединяющая около 120 ведущих пенсионных фондов и инвестиционных компаний с общими активами в размере более 13 трлн евро, созданная для обмена опытом в управлении инвестиционными рисками и возможностями, связанными с изменением климата¹.

- Проект углеродной отчетности (Carbon disclosure project, CDP), являющийся стандартом методологии и процесса раскрытия

¹ См. сайт: IIGCC. – Mode of access: <http://www.iigcc.org/>

информации по выбросам парниковых газов и важнейшим источником данных в области климатических изменений¹. Ежегодно более 3 тыс. компаний и организаций из 60 стран представляют в CDP информацию о выбросах парниковых газов и корпоративной стратегии по противодействию изменению климата.

– Глобальная инициатива в области отчетности (Global reporting initiative, GRI), международная независимая организация, которая разработала Руководство по отчетности в области устойчивого развития, которое стало международным стандартом отчетности для добровольного применения организациями, поддерживающими идеи устойчивого развития. В Руководстве предложен список конкретных нефинансовых показателей для отчетности по социальной, экологической и экономической деятельности предприятия.

На этой инициативе следует остановиться подробнее, поскольку к ней присоединилось большое число финансовых учреждений. В частности, многие банки США и Великобритании являются участниками GRI и ежегодно заполняют отчеты в области устойчивого развития. Хотя Руководство GRI предназначено для добровольного использования, оно дает определенные практические выгоды организациям, в частности, помогает им устанавливать цели, оценивать результаты работы, а также управлять преобразованиями, направленными на то, чтобы сделать свою деятельность более устойчивой. Участие в GRI важно с точки зрения выстраивания взаимовыгодных отношений со стейкхолдерами и поддержание репутации.

На Глобальной конференции по устойчивому развитию и отчетности общественности 2013 г. была представлена последняя четвертая версия Руководства по отчетности в области устойчивого развития – GRI-G4, которая интегрирует глобальный опыт, накопленный при использовании предыдущих версий, и создает основу для дальнейшего движения вперед. Руководство максимально приведено в соответствие с другими международными стандартами, такими как Десять принципов Глобального договора ООН. Глав-

¹ Проект CDP, существующий с 2000 г., реализует независимая организация, которая ведет крупнейшую в мире электронную базу данных по выбросам компаниями парниковых газов. Эта база является важнейшим источником данных по корпоративным выбросам парниковых газов и корпоративным стратегиям в области изменения климата и используется при принятии инвестиционных решений. CDP объединяет более 820 международных инвесторов с инвестиционными активами более 95 трлн долл. [Catalyzing business...].

ная задача Руководства GRI-G4 – создание глобальной системы, обеспечивающей стандартизированный подход к выстраиванию прозрачного и последовательного процесса подготовки отчетности в области устойчивого развития. Другой не менее важной задачей является обеспечение условий для перехода компаний к подготовке более актуальных и достоверных отчетов в области устойчивого развития, сфокусированных на раскрытии вопросов, существенных для них, а также для их заинтересованных сторон [Руководство по отчетности..., 2013].

Особенно следует отметить также Принципы Экватора, разработанные в 2003 г. МФК и пересмотренные в 2006 г. Они оказывают сильное влияние на кредитную политику и инвестиции банков за границей и в настоящее время (по состоянию на начало 2016 г.) используются в 82 финансовых учреждениях разных стран мира [The Equator principles]. Принципы Экватора базируются на Стандартах деятельности по обеспечению экологической и социальной устойчивости МФК и представляют собой совокупность критериев управления социальными и экологическими рисками, общепризнанных на мировом уровне.

Во Франции финансовые учреждения присоединяются к инициативам и соглашениям самого разного рода, затрагивающим вопросы КСО. Среди них можно выделить: Форум ответственного инвестирования (Forum de l'investissement responsable); Ассоциацию помощи людям, не имеющим доступа к банковскому кредитованию (ADIE), предоставляющую микрокредиты; Ассоциацию предприятий в защиту ОС (Entreprises pour l'environnement, EPE), которая объединяет около сорока французских и международных компаний, учитывающих в своей деятельности экологические императивы; Ассоциацию предприятий в защиту прав человека (Entreprises pour les droits de l'homme, EDH), объединяющую десять крупных многонациональных компаний, подписавших Глобальный договор ООН и придерживающихся этических и социальных норм в бизнесе; Ассоциацию по управлению фондами содействия лицам с ограниченной трудоспособностью (Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées, AGEFIPH) и др.

Крупные французские банки участвуют в деятельности Обсерватории социальной ответственности предприятий (Observatoire sociale sur la responsabilité sociétale des entreprises, ORSE), задачей которой является выявление лучшей практики в области КСО.

Кроме рассмотренных выше факторов, способствующих в настоящее время распространению практики КСО в финансовом

секторе, нельзя не упомянуть и все более сильное давление со стороны общественных движений, критикующих деятельность финансовых учреждений в области финансирования, инвестиций и т.д. и призывающих потребителей не пользоваться услугами безответственных финансовых посредников. В этом плане выделяется деятельность таких неправительственных организаций, как «Друзья Земли» (*Les Amis de la Terre*), Всемирный фонд дикой природы, «BankTrack»¹ и др.

Особенности и основные направления реализации КСО

Практика КСО в финансовом секторе имеет свои особенности. Так, стейкхолдерами здесь являются собственники, заемщики, вкладчики, менеджеры, служащие и регуляторы. Кроме того, финансовый сектор отличается от других секторов тем, что воздействует на большое число самых разных групп людей, что обуславливает гораздо более сложную информационную асимметрию. Еще одна черта финансового сектора состоит в том, что для обеспечения его стабильности применяется сравнительно более жесткая система надзора и регулирования [Lentner C., Szegedi Kr., Tatay T., 2015].

По понятным причинам прямое влияние деятельности финансовых посредников на ОС и социальные процессы в обществе очень незначительно. Зато их косвенное влияние может повышаться, когда они предоставляют кредиты компаниям, загрязняющим природу, производящим опасные товары или нарушающим права человека. Косвенное влияние может также усиливаться, если они устанавливают взаимоотношения с социально безответственными клиентами и поставщиками, которые не выполняют принятые нормы социально ответственного поведения и требования устойчивого развития, игнорируют экологические и социальные последствия своей деятельности. В отличие от компаний других секторов финансовые учреждения делают бóльший акцент на ответственности в сфере кредитования, инвестиций и управления активами, здесь особенно важна борьба против взяточничества и отмывания денег и потому она занимает центральное место в стратегии КСО.

¹ Международная экологическая организация, объединяющая неправительственные организации, которые хотят изменить бизнес-модель частных банков, так чтобы их деятельность соответствовала экологическим императивам, задаче ограничения загрязнения ОС, а также ликвидации бедности.

Основными направлениями реализации КСО в финансовом секторе являются:

- отношения с непосредственно заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) – акционерами, персоналом, клиентами и поставщиками;
- отношения с гражданским обществом;
- защита ОС;
- уважение корпоративных правил и норм, в частности касающихся управления и комплаенса (conformité) [Cheynel Н., 2010].

Отношения со стейкхолдерами. *Акционеры:* акционерам, помимо обещания обеспечить рентабельность инвестиций, гарантируется предоставление полной, точной и понятной информации в соответствии с лучшими рыночными практиками и рекомендациями биржевых руководящих органов. Во многих финансовых учреждениях специальные группы служащих, отвечающие за связи с инвесторами и акционерами, отвечают за информирование, с одной стороны, институциональных инвесторов и финансовых аналитиков и, с другой, акционеров. Для обеспечения большей прозрачности деятельности они создают также структуры типа клуба акционеров или комитета взаимодействия во Франции (Comités de liaison).

Наемные работники: коллектив наемных работников рассматривается как один из привилегированных объектов воздействия. В ежегодных отчетах о КСО важное место отводится социальным аспектам, таким как профессиональное равенство мужчин и женщин, качество социального диалога, переобучение и интеграция работников старшего возраста, внутренние коммуникации, гибкий график труда, организация дистанционных рабочих мест для отдельных групп или работников (с помощью информационно-телекоммуникационных сетей), охрана здоровья, предотвращение рисков, адаптация занятости и справедливое вознаграждение за труд.

Кроме того, в ежегодных отчетах о КСО освещаются действия в области поддержания разнообразия кадрового потенциала (в плане возраста, происхождения, пола, трудоспособности и др.). Многие французские банки присоединились к Хартии разнообразия (La Charte de la diversité, 2004 г.), взяв, таким образом, на себя обязательство обеспечивать культурное, этическое и социальное разнообразие внутри организации, бороться с дискриминацией и воспитывать уважение к индивидуальным различиям. С этой целью предпринимаются следующие действия: диверсификация источников поиска кадров и талантов; сведение на нет различий в зарплате мужчин и женщин; стимулирование проявления талантов у жен-

щин на высшем организационном уровне; предоставление работы и пропаганда трудоустройства людей с ограниченными возможностями в соответствии с национальным законодательством и мерами, выходящими за его рамки, и др.

Аналогичную стратегию французские банки проводят и в отношении наемных работников своих подразделений и дочерних предприятий, расположенных за рубежом, в частности в странах с недостаточно демократичными политическими режимами и нарушениями прав человека.

Клиенты: действия в отношении клиентов учитывают комплексность финансовых продуктов и их структурообразующее значение в жизни индивидов. Поэтому особое внимание уделяется подробному и доступному разъяснению всех их особенностей и характеристик исходя из запросов конкретного клиента. Широкое распространение получили разного рода «барометры» и «обсерватории», т.е. методы изучения потребностей клиентов и степени их удовлетворенности предоставленными услугами, в основном на основе опросов. Кроме того, финансовые учреждения самостоятельно или через свои федерации (и другие аналогичные структуры) стремятся наладить диалог с ассоциациями потребителей. Акцент делается также на технологическом упрощении операций для удобства клиентов.

Поставщики: отношения с поставщиками традиционно являются очень чувствительной областью с точки зрения соблюдения деонтологических правил. Кодексы поведения, деонтологические нормы отныне составляют интегральную часть стратегии КСО. Они относятся в первую очередь к выполнению обязательств по покупке. Более новаторскими являются принципы отбора поставщиков в зависимости от того, насколько предлагаемые ими продукты отвечают требованиям устойчивого развития и насколько эти продукты социально приемлемы. В контракты с поставщиками все чаще включаются оговорки, содержащие социально значимые и экологические ограничения, например в отношении выбросов CO₂ автомобилями, химического состава бумаги и др.

Отношения с гражданским обществом. Крупные влиятельные финансовые группы всегда считали, что их значительный экономический вес накладывает на них и особую ответственность в обществе. Они традиционно занимались разного рода благотворительной, гуманитарной, культурной деятельностью [Cheynel Н., 2010]. С развитием практики КСО такая их деятельность получила дополнительный стимул. Годовые отчеты о КСО финансовых уч-

реждений изобилуют примерами вклада в жизнь общества. Одни отдают предпочтение поддержке культурной сферы, другие – мероприятиям социального характера (развитие пригородных районов, помощь студентам, молодежи в трудном положении, школам и т.д.), третьи – спорту и т.п.

Особое место среди социальных инициатив занимает микрофинансирование, которое позволяет обеспечить доступ к финансовым услугам лицам с низкими доходами, исключенным из сферы обслуживания. Здесь можно выделить два направления действий: поддержка организаций, которые активно занимаются сбором средств для микрокредитования (таких как ADIE во Франции), и финансовое участие в капитале организаций, специализирующихся на микрокредитах и предоставлении кредитных линий.

Защита ОС. В соответствующей политике финансовых учреждений выделяются два направления: одно касается собственной практики ведения бизнеса и управления персоналом, другое – финансируемых проектов, которые оцениваются с точки зрения их соответствия требованиям устойчивого развития.

Собственная деятельность. Подавляющая часть французских финансовых учреждений (чего нельзя сказать о предприятиях реального сектора) принимают меры по экономии энергии и защите ОС. Здесь они придерживаются законодательства и регламентаций, в частности в отношении потребления энергии, воды, сокращения и переработки отходов, потребления бумаги и канцелярских принадлежностей и т.д. Осуществляются также мероприятия по сокращению выбросов CO₂, связанных с передвижением на разных видах транспорта (проведение видеоконференций, поездки в поездах вместо самолетов, дистанционное обучение и т.д.). Еще одно важное направление действий касается используемых зданий: при их приобретении / аренде предпочтение отдается высокоэкологичным помещениям с низким энергопотреблением, оснащенным современным электрооборудованием, системой дистанционного климат-контроля и т.д.

Основной акцент финансовые учреждения делают на сокращении выбросов CO₂, связанных с их текущей деятельностью. Чтобы компенсировать негативные последствия своей деятельности на ОС, они покупают квоты на выбросы парниковых газов.

Содержание финансируемых проектов анализируется под углом зрения их соответствия или несоответствия социальным, экологическим и этическим требованиям (подробнее см. ниже).

Правила управления. В ежегодных отчетах о КСО дается обзор основных составляющих системы управления: проведение собраний акционеров, состав и работа административного совета, состав и работа комитетов административного совета. В соответствии с законами и нормативными актами, регулирующими управление акционерными обществами, основное внимание уделяется обеспечению независимости администрации, а также предотвращению внутренних конфликтов интересов.

Функция комплаенс (от англ. compliance – согласие, соответствие)¹ является центральной в устройстве внутреннего контроля. Ее задача – обеспечить соблюдение положений законодательных документов, профессиональных норм, деонтологических принципов предприятия, директив административного совета и дирекции. Сфера компетенции комплаенса совпадает с отдельными направлениями КСО, такими как соблюдение этических норм, защита интересов клиентов, борьба с отмыванием денег, терроризмом, коррупцией и т.д.

Стратегия КСО в финансовых учреждениях разного профиля различается, в частности свои особенности она имеет у розничных банков, инвестиционных компаний (банков) и учреждений, занимающихся управлением активами.

Розничные банки. Социально ответственные действия здесь имеют несколько новых аспектов. Самый важных из них – это подход к клиенту, основанный на учете его индивидуальных запросов. В реализации этого принципа банковским консультантам помогают: новые диагностические инструменты и разнообразные услуги и продукты, адаптированные к запросам тех клиентских групп, которые банки считают необходимым поддержать (молодежь, лица старшего возраста, с ограниченной трудоспособностью, мигранты) (расчет размера пенсии, дистанционные консультации, страхование имущества и жилья, адаптированные программы накоплений и др.).

Второй аспект – социально ответственное кредитование потребителей, которое подразумевает добровольные инициативы,

¹ Обычно касается таких вопросов, как соблюдение надлежащих стандартов поведения на рынке, управление конфликтами интересов, справедливое отношение к клиентам и обеспечение добросовестности при консультировании клиентов. Принципы комплаенса в банках определены в документе «Комплаенс и кокомплаенс-функция в банках» Базельского комитета по банковскому надзору, принятом в апреле 2005 г.

направленные на «борьбу с чрезмерной задолженностью, облегчение доступа к кредиту, гибкое сопровождение каждого клиента и поддержку клиентов, попавших в трудное положение» [Cheynel H., 2010, p. 14–15]. Действуя по этому направлению, французские банки обязаны придерживаться норм и правил, предусмотренных в законодательстве для потребительских кредитов и декларировать ежегодно ряд показателей своей деятельности.

Третий аспект – социально ответственное кредитование с целью сокращения энергопотребления. Так, во Франции розничные банки предоставляют кредиты по льготным процентным ставкам на приобретение энергосберегающего оборудования или энергосберегающих материалов для ремонта. Некоторые финансовые продукты разработаны совместно с внешними партнерами, например «фотогальванический кредит»¹, который предоставляется розничными банками совместно с ведущей французской энергетической компанией EDF.

Кроме того, розничные банки поддерживают инициативы в области микрокредитования, опираясь на специализированные агентства. Они сопровождают организацию микрокредитования и осуществляют страхование микрокредитов.

Следующее направление в рамках КСО – обучение клиентов. По примеру США во Франции создаются центры финансового образования, которые на бесплатной основе обучают и дают консультации по финансовым проектам.

Инвестиционные компании (банки). Наиболее важной тенденцией в деятельности финансовых учреждений инвестиционного профиля является развитие социально ответственного финансирования. В широком смысле ответственное финансирование предполагает учет экологических и социальных факторов и требований устойчивого развития в процессе вложения средств. Одной из форм ответственного финансирования выступают инвестиции в социально и экологически значимые проекты, в частности в проекты строительства доступного жилья или повышения энергоэффективности. Заявки на получение финансирования подвергаются аудиту для выявления возможных последствий инвестиций. Эксперты при этом опираются на принципы и нормы ответственного инвестирования, выработанные ООН, ОЭСР и другими организациями, а также на Принципы Экватора.

¹ Кредит включает установку специалистами EDF фотогальванических панелей.

Некоторые инвестиционные банки применяют еще более строгие требования, в частности для проектов в сфере обороны. Особые ограничения используются при финансировании проектов в области возобновляемых источников энергии. В общем и целом все запросы на финансирование, имеющие последствия для ОС (строительство зданий, плотин, ветряных и других электростанций и т.д.), должны соответствовать жестким экологическим нормам.

На международном уровне экологический императив привел к развитию особого рынка – рынка квот на выбросы парниковых газов (карбоновых кредитов). Специализированные команды в банках предлагают промышленным компаниям решения, позволяющие ограничить выбросы CO₂. Кроме того, они собирают неиспользованные квоты на выбросы. В Евросоюзе углеродный (карбоновый) рынок регулируется Европейской системой торговли выбросами (EU emissions trading system, EU ETS). Французские инвестиционные банки очень активны на этом рынке.

Компании по управлению активами (страховые компании, пенсионные фонды, корпорации, паевые инвестиционные фонды и т.д.). Деятельность данной группы финансовых учреждений напрямую затрагивает сферу КСО, так как включает поиск и приобретение инвестиционных продуктов, отвечающих ESG-критериям и требованиям устойчивого развития. Сейчас спрос на такие продукты очень высок, чему отчасти способствовал глобальный финансовый кризис.

ESG-критерии важны для инвесторов не только в связи с реализацией стратегии КСО. Важно то, что сейчас растет осознание того факта, что соблюдение таких критериев повышает качественный уровень активов. Менеджеры по управлению активами учитывают, что такие «этичные» продукты имеют более высокую доходность.

Участие финансовых организаций в энергетическом переходе

Представители финансовых организаций традиционно считали, что их деятельность, в отличие от деятельности добывающих и перерабатывающих компаний, не оказывает значительного влияния на экологию и качество жизни местных сообществ. Однако они забывали об особых функциях финансовых институтов. Ведь именно от того, куда финансовый сектор направит средства, зависит развитие реального сектора экономики и последствия этого

развития для социума и ОС. В последние годы представители финансового сектора и государственных служб серьезно переосмысливают экологические риски и их потенциальное воздействие на развитие общества, в том числе на местном уровне. Финансовый сектор (в том числе государственные и частные коммерческие банки, компании по управлению активами, страховые компании и т.д.) рассматривается теперь не как «враг» устойчивого развития, а скорее как главный двигатель перехода к низкоуглеродной экономике [Thimann Chr., 2015].

Регуляторы ведущих стран мира (в частности, Великобритании, Франции) осознали значение взаимосвязи между климатическими рисками и финансовой стабильностью. Об этом свидетельствуют, например, публикации Банка Англии и выступления его главы М. Карни в 2014–2015 гг., а также принятие во Франции закона об энергетическом переходе (август 2015 г.). Согласно этому закону начиная с 2016 г. финансовые учреждения обязаны включать риски климатических изменений в анализ рисков. Аналогичный анализ должен проводиться и на национальном уровне, и его результаты правительство должно представлять парламенту [Chenet H., 2015].

Как показал недавний глобальный финансовый кризис, финансовые организации не способны правильно оценивать риски и избегать фундаментальных рыночных колебаний. Переход к низкоуглеродной экономике и новая глобальная энергетическая модель, вытекающая из стремления ограничить климатические изменения, создают не только новые возможности, но и новые риски, именуемые углеродными рисками (УР). Последние обязательно изменяют финансовую жизнеспособность части предприятий или их экономические модели, а также будут влиять на доходность активов.

Специфика УР может обусловить их неправильное восприятие. Ситуация осложняется следующими обстоятельствами: 1) из-за неопределенности экономических трендов и прогнозов трудно правильно выбрать целевую стратегию из множества потенциально возможных; 2) происходящие климатические изменения беспрецедентны, и исторический опыт не может служить основой экономических и финансовых моделей, базирующихся на статистических данных; 3) сотрудники финансовых учреждений воспринимают риски во временном горизонте не более 5 или 10 лет, поскольку при принятии финансовых решений обычно учитываются параметры с горизонтом 1–3 года (срок погашения кредитов, индивидуальные вознаграждения и стимулирующие выплаты, оценки рисков и т.д.).

В настоящее время многие рыночные участники (аналитики, рейтинговые агентства, неправительственные организации, коллективы ученых, консультанты по инвестициям) пытаются расширить традиционный подход к оценке финансовых рисков. При этом они соединяют классические инструменты финансового анализа с методами прогнозирования. В результате такого соединения рождаются специфические инструменты, которые принято именовать стресс-тестами «климат – углерод» (stress-tests climat-carbone). Эти стресс-тесты основываются на сопоставлении альтернативных сценариев для какого-либо актива, портфеля активов, финансового учреждения или финансовой системы в целом при определенном развитии событий в будущем. Такое моделирование будущего может быть простым (когда учитывается только цена на углеводороды) или сложным (когда учитывается взаимосвязанный комплекс экономических параметров, соответствующих развитию в направлении низкоуглеродной экономики и ограничению глобального потепления на 2°C).

До недавнего времени проблема подверженности УР рассматривался в основном в отношении обесцененных активов (stranded assets)¹ и активов, прямо связанных с промышленными (заводы, производственное оборудование) или энергетическими активами (нефтяные резервы, угольные шахты и т.д.). В настоящее время акцент переместился на изучение подверженности УР финансовых учреждений и финансовой системы в целом [Chenet Н., 2015].

Финансовые учреждения стали уделять больше внимания и ресурсов анализу рисков, связанных с энергетическим переходом и климатическими изменениями, и соответствующей адаптации своей стратегии. Основные усилия европейских банков в рамках стратегии КСО сосредоточены в настоящее время на следующих трех направлениях: финансирование энергетических проектов, предусматривающих использование органического топлива; расчет своего «углеродного следа» и развитие рынка зеленых облигаций.

Энергетический переход открывает значительные перспективы для финансового сектора, поскольку все большее число компаний переориентируется на экологически чистые методы производства и низкоуглеродные источники энергии. Такие «зеленые»

¹ Активы, прошедшие через досрочное списание, обесценившиеся или конвертированные в долговые обязательства под воздействием целого ряда факторов, например, инноваций и технологического развития, а также рисков, связанных с ОС.

инициативы нуждаются в финансировании, и банки могут его предоставить. Они также могут содействовать контактам инновационных предприятий с крупными инвесторами.

Кроме того, у финансовых учреждений расширились возможности инвестирования в акции компаний альтернативной энергетики и осуществления собственных экологических инвестиционных проектов. Если деятельность финансовых посредников соответствует тенденциям в области энергетики, то это открывает им выходы на новые рынки, создает стимулы к созданию новых финансовых продуктов, способствует укреплению репутации и лояльности клиентов.

Приоритетными направлениями деятельности финансовых учреждений, направленной на поддержку энергетического перехода, являются: повышение уровня информационной прозрачности; финансирование проектов, отвечающих требованиям экологичности, социальной направленности и этичности; финансирование инновационных разработок в области таких «глобальных вызовов времени», как истощение топливных запасов, изменения климата и демографической ситуации.

Социально ответственная политика в сфере экологии и энергетического перехода имеет свою специфику в финансовых учреждениях разного типа.

Банковские учреждения. Чтобы содействовать борьбе с климатическими изменениями, сократить энергозатраты, расходование воды и природных ресурсов, в том числе собственных, своих клиентов и стейкхолдеров, банки используют следующие инструменты: экологическая сертификация; экологический менеджмент и отчетность по «углеродному следу»; экологические финансовые продукты («зеленые» облигации); «зеленые» закупки; создание экологических фондов; поддержка «зеленого» строительства, например, строительства зданий с низким потреблением энергии [Corporate social responsibility..., 2013, p. 14].

Банковские учреждения могут сконцентрировать свою деятельность только на конкретных операциях с клиентами, которые отвечают определенным требованиям и работают в конкретных отраслях промышленности. Они могут также предоставлять финансовые продукты и услуги, усиливающие экологическую направленность бизнеса, открывать кредитные линии или давать займы на цели повышения энергоэффективности или на установку оборудования для использования возобновляемых источников энергии. Руководствуясь ESG-критериями при принятии кредитных реше-

ний, банки имеют возможность развивать прибыльные направления деятельности и одновременно содействовать построению более экологичного будущего [Коммерческая банковская деятельность].

Небанковские финансовые учреждения занимаются главным образом нетрадиционными финансовыми операциями, такими как микрофинансирование, лизинг и создание фондов прямых инвестиций [Небанковские финансовые учреждения]. Учреждения, занимающиеся микрофинансированием, предоставляют кредиты клиентам с низким уровнем доходов, в том числе микропредприятиям и самозанятым лицам, которые лишены доступа к традиционным источникам финансирования. По существу, микрофинансирование направлено, как правило, на решение экономических, социальных и иногда экологических проблем. Например, главной проблемой для мелких предприятий является электроснабжение. С помощью микрофинансирования можно обеспечить сельской общине доступ к электроэнергии за счет реализации проектов в области возобновляемых источников энергии, таких как строительство небольшой гидроэлектростанции или парка солнечных фотоэлектрических панелей. Учреждения микрофинансирования не одно десятилетие занимаются поддержкой проектов экологически чистых производств и продуктов; сейчас это направление стало неотъемлемым компонентом их деятельности.

Лизинговая компания может сдавать в аренду все виды энергоэффективного оборудования и оборудования для возобновляемых источников энергии, в том числе бойлеры, компрессоры и нагревательное / охладительное оборудование или панели солнечных батарей, солнечные водонагреватели и т.д. Возможно совмещение договоров аренды с договорами на установку и обслуживание оборудования и с договорами о выполнении работ.

Фонды прямых инвестиций (ФПИ) могут содействовать повышению стоимости компаний, в которых они являются акционерами, за счет инвестирования в проекты, предусматривающие повышение энергоэффективности и использование энергосберегающих технологий. Кроме того, ФПИ могут вкладывать средства в компании, которые производят экологически чистые продукты или услуги. Например, некоторые ФПИ нацелены исключительно на производителей энергосберегающего оборудования и оборудования для использования возобновляемых источников энергии.

Компании по управлению активами (страховые компании, пенсионные фонды, корпорации, паевые инвестиционные фонды и т.д.) и *институциональные инвесторы* (банки, страховые ком-

пании, пенсионные фонды, хеджевые фонды, паевые инвестиционные фонды) все чаще публикуют информацию об «углеродной эффективности» своей деятельности [Управление активами; Институциональные инвесторы]. Менеджеры компаний по управлению активами до принятия инвестиционных решений проводят оценку их возможных экологических последствий. Выбрать наиболее эффективные с точки зрения сокращения выбросов углерода решения им помогают инвестиционные индексы, в частности новый индекс углеродной эффективности для развивающихся стран – Carbon Efficient Index, запущенный Международной финансовой корпорацией (МФК) и международным рейтинговым агентством «Standard & Poor's», который дополнил ведущий инвестиционный индекс для данной группы стран – Investable Emerging Markets Index. Новый индекс углеродной эффективности отражает экологичность компаний, их «углеродный след». Компании, имеющие высокий рейтинг по этому индексу, получают доступ к долгосрочным инвестициям, что может привести к существенному сокращению выбросов CO₂ в развивающихся странах. Индекс позволит компаниям по управлению активами и институциональным инвесторам находить экологичные компании в развивающихся странах для вложения средств. Приобретая активы таких компаний, инвесторы смогут сократить «углеродный след» в своем портфеле акций.

На протяжении последних лет в мире все большую популярность набирает такой финансовый инструмент, как «зеленые» облигации (green bonds). Статистика свидетельствует о стремительном росте рынка «зеленых» облигаций и интереса к ним со стороны инвесторов. Так, еще в 2012 г. общий объем рынка такого рода облигаций составил всего 4,5 млрд евро, в 2013 г. он достиг 11 млрд, а в 2014 г. его объем увеличился более чем в 3 раза – до 36,6 млрд долл. [Explaining green...]. В настоящее время основными эмитентами «зеленых» облигаций являются международные финансовые организации – такие как Всемирный банк, Международная финансовая корпорация, ЕБРР, Европейский инвестиционный банк¹. В 2014 г. клуб эмитентов пополнился частными финансовыми институтами и даже корпорациями («Unilever», «Toyota»).

¹ Пионерами рынка «зеленых» облигаций стали Всемирный банк и МФК. За период 2008–2015 гг. Всемирный банк выпустил зеленые облигации на общую сумму примерно 8,5 млрд долл. в 18 валютах. Эмиссии МФК составили 3,7 млрд долл. [Green bonds..., 2015].

Проведенное недавно исследование французского центра «Novethic» дает представление о масштабах участия европейских финансовых учреждений в энергетическом переходе [Financements verts..., 2015]¹. В ходе исследования была проанализирована информация, опубликованная 32 ведущими европейскими банковскими и страховыми группами (годовые отчеты, доклады о социальной ответственности, материалы сайтов).

Сделав основной акцент на проблеме управления экологическими рисками, авторы исследования выделили пять направлений анализа: 1) международные декларации и обязательства; 2) финансирование «зеленой» экономики; 3) учет экологических рисков; 4) наличие и принятие в расчет экологических критериев при осуществлении операций; 5) измерение «углеродного следа» своей деятельности. На основе полученных результатов были проведены две классификации финансовых учреждений – «Содействие “зеленой” экономике» и «Управление экологическими рисками». При классификации «Содействие “зеленой” экономике» учитывались политика в области «зеленого» финансирования, индикатор «зеленого» финансирования, политика в отношении ископаемого топлива и предложение «зеленых» продуктов. Классификация «Управление экологическими рисками» основывалась на таких критериях, как политика в области анализа экономических рисков, отраслевая политика в отношении энергетического сектора, управление рисками, связанными с основными услугами, и измерение «углеродного следа» деятельности финансовой организации.

В каждой из двух классификаций обследованные финансовые учреждения были подразделены на четыре группы: «Лидеры», «Перспективные», «Неопределившиеся» и «Молчаливые».

По первой классификации в группу «Лидеры» включены финансовые учреждения, которые представляют подробную информацию о «зеленом» финансировании; в группу «Перспективные» – учреждения, соответствующая информация которых ниже качеством и нуждается в уточнении и дополнении; в группу «Неопределившиеся» – учреждения, которые дают лишь частичную

¹ Это второй доклад указанного центра, посвященный социальной ответственности финансовых организаций. Первый доклад «RSE et communication responsable: Pratiques des banques et assurances européennes» был опубликован в 2012 г. В нем анализируются официальные сообщения ведущих европейских банков и страховых компаний, касающиеся их социальной ответственности [RSE et communication..., 2012].

информацию о «зеленом» финансировании, ограничиваются декларациями и описанием успешных акций; в группу «Молчаливые» – учреждения, которые не обнародуют почти никакой информации о своем вкладе в «зеленую» экономику. В группу «Лидеры» по первой классификации (перечислены по месту в рейтинге) вошли «ING Group» (Нидерланды), «Rabobank» (Нидерланды), RBS (Великобритания) и «Intesa Sanpaolo» (Италия).

В рамках второй классификации в группу «Лидеры» включены учреждения, которые представляют детальную информацию о своей политике в области управления экологическими рисками; в группу «Перспективные» – учреждения, которые дают менее детальную информацию об управлении экологическими рисками; в группу «Неопределившиеся» – учреждения, которые сообщают лишь о том, что принимают в расчет такие риски; в группу «Молчаливые» – учреждения, вообще не публикующие данные об управлении экологическими рисками. В группу «Лидеры» по данной классификации вошли четыре финансовых учреждения – «Crédit Agricole» (Франция), «Société Générale» (Франция), «ING Group» (Нидерланды) и «BNP Paribas» (Франция).

В исследовании центра «Novethic» [Financements verts., 2015] проанализированы также обязательства финансовых учреждений по отношению к международным инициативам, направленным на содействие переходу к низкоуглеродной экономике. Как было установлено, из 32 обследованных учреждений 17 присоединились к Принципам Экватора, применяемым для оценки экологических и социальных рисков при предоставлении проектного финансирования. Все они занимаются банковской деятельностью. Таким образом, в обследованной выборке только четыре банка («Commerzbank», «Crédit Mutuel», «Deutsche Bank» и UBS) не соблюдают Принципы Экватора.

В секторе страхования вопросами внедрения экологических норм в деятельность страховых компаний занимается международная некоммерческая организация и исследовательский центр Международная ассоциация по изучению экономики страхования (International association for the study of insurance economics), или Женевская ассоциация (Geneva Association), созданная в 1973 г. и объединяющая более 80 страховых компаний разных стран мира. В 2009 г. Ассоциация опубликовала свою Киотскую декларацию, которую подписали 57 ведущих страховых компаний. Тем самым они обязались бороться против климатических изменений, в частности используя страховые продукты, побуждающие к добродетели

тельному поведению в точки зрения ОС, сотрудничать с государственной властью в вопросах измерения климатических рисков и содействовать развитию «чистых» технологий. В 2014 г. это обязательство было обновлено в рамках Заявления о климатических рисках, которое подписали 68 финансовых учреждений [Climate risk., 2014] [Financements verts., 2015, p. 9].

В обследованной выборке этот документ подписали все страховые компании, кроме «Prudential» и «Talanx», а также три страховых филиала обследованных банковских групп – «BBVA Seguros», «BNP Paribas Cardif» и «Crédit agricole assurances».

С 2007 г. действует инициатива по проблеме изменения климата «ClimateWise» (или Инициатива принца Уэльского). Она объединяет около 30 страховых компаний, которые для борьбы с рисками климатических изменений придерживаются шести принципов: стараться измерить соответствующие риски; предпринимать действия, которые помогают клиентам осознать эти риски; ограничивать прямое влияние своей деятельности на климат; сотрудничать с регуляторами; учитывать экологические критерии при принятии решений об инвестициях и придерживаться принципа прозрачности в своем годовом отчете о предпринятых действиях.

В обследованной выборке пять учреждений присоединились к инициативе «ClimateWise»: «Allianz», «Aviva», «Prudential», «Llyods banking group» и «Zurich Insurance».

Принципы устойчивого страхования (Principles for sustainable insurance, PSI) реализуются с 2012 г. в рамках Финансовой инициативы Программы ООН по ОС (FI UNEP). По состоянию на 2014 г. к ней присоединились 70 организаций, в том числе 43 страховых компании [Financements verts., 2015, p. 10]. Участники инициативы согласились придерживаться четырех принципов: учитывать экологические, социальные и управленческие факторы при осуществлении своей деятельности; управлять рисками и побуждать клиентов и партнеров к их учету; сотрудничать с государственной властью, регуляторами и другими заинтересованными сторонами с целью содействия глобальным экологическим действиям; публиковать прозрачную отчетность о результатах реализации принципов.

В обследованной выборке все страховые компании подписали указанные принципы, кроме «CNP Assurances», «Talanx», «Zurich Insurance group» и «Prudential».

Большое количество финансовых организаций во всех промышленно развитых странах проводят оценку выбросов парниковых газов, результаты которой публикуются вместе с описанием

корпоративной стратегии в области изменения климата. Некоторые финансовые организации из обследованной выборки принимают участие в инициативах по климатическим изменениям. Например, 7 финансовых учреждений участвуют в инициативе Группа институциональных инвесторов по вопросам климатических изменений (Institutional investors group on climate change, IIGCC), все участники обследования (кроме «Crédit Mutuel» и «Llyods banking group») – в инициативе Проект углеродной отчетности (Carbon disclosure project, CDP), 2 учреждения (AXA и BBVA) – в инициативе Заявление глобального инвестора по климатическим изменениям (Global investor statement on climate change).

Некоторые учреждения из обследованной выборки участвуют в инициативах по развитию рынка «зеленых» облигаций: так, 12 банков и «Zurich Insurance group» подписали Принципы «зеленых» облигаций (Green bonds principles, GBP), регулирующие их эмиссию и сформулированные в начале 2014 г. Международной ассоциацией рынков капитала.

Эксперты «Novethic» изучили методики оценки влияния банковского финансирования проектов на объем выбросов парниковых газов, которые используются кредитно-финансовыми учреждениями, рейтинговыми агентствами, негосударственными общественными организациями и т.д. В результате было установлено, что эти методики сильно различаются, что затрудняет сопоставления. Было выделено два основных подхода:

- подход «Bottom up» (восходящий), который предполагает агрегирование эмиссий парниковых газов по каждому отдельному проекту и финансируемому предприятию. Его применяет Французское агентство развития (Agence française de développement, AFD) для оценки влияния финансируемых проектов на выбросы углекислого газа, а также американский банк «Merill Lynch» (модель Carbon Screener®) для оценки портфелей котирующихся акций по данным о выбросах, производимых эмитирующими их компаниями;

- подход «Top down» (нисходящий), опирающийся на расширенный и более сложный комплекс параметров. В рамках этой методики большее значение придается анализу доли отраслевого рынка, контролируемого компанией, и географических зон, в которых она работает, чем исследованию деталей финансирования и инвестирования. Такая методология, в частности, разработана для французского банка «Crédit agricole».

Негосударственные общественные организации настаивают на принятии мер, которые заставят банки прекратить финанси-

вание проектов, сопряженных с высокими выбросами парниковых газов. По оценке Международного энергетического агентства, для перехода к низкоуглеродной экономике необходимо инвестировать ежегодно 500 млрд долл. в период до 2020 г. и 1 трлн долл. в период 2020–2050 гг., что позволит удержать процесс потепления в рамках 2 °C [Financements verts..., 2015, p. 4]. Для достижения этой цели инвестиции должны быть в массовом порядке переориентированы с финансирования ископаемого топлива на финансирование возобновляемых источников энергии и повышение энергоэффективности. В этом существенную роль могут сыграть банки, если они будут активно поддерживать проекты развития возобновляемых источников энергии, «зеленых» технологий и одновременно будут препятствовать строительству новых заводов, выбрасывающих большой объем парниковых газов. В свою очередь страховые компании также могут содействовать энергетическому переходу как с помощью своих инвестиций, так и путем предоставления страховых продуктов, которые подталкивают клиентов к деятельности, не связанной с большими выбросами парниковых газов.

Между тем, как показал анализ экспертов «Novethic», ведущие европейские финансовые организации еще очень далеки от того, чтобы играть заметную роль в данной области.

В 2014 г. 75% обследованных европейских банков и страховых компаний опубликовали данные о своем «зеленом» финансировании, в частности проектов, касающихся повышения энергоэффективности, развития возобновляемых источников энергии, экологичного транспорта, управления водными ресурсами, переработки отходов и т.д. Чаще всего (в 47% случаев) это были данные о финансировании возобновляемых источников энергии [Financements verts..., 2015, p. 14]. Как было установлено, доля инвестиций, предназначенных для проектов развития возобновляемых источников энергии, у обследованных финансовых учреждений почти не изменилась со времени предыдущего исследования, проводившегося в 2012 г. У некоторых финансовых учреждений она даже уменьшилась, и только 7 учреждений заявили о намерении повысить эту долю.

Критически настроенные эксперты указывают на существенный недостаток «зеленого» финансирования: оно никак не связывается с финансированием проектов в области ископаемого топлива (невозобновляемых источников энергии). Об этом неоднократно заявляли такие международные общественные организации, как «Друзья Земли» (Les Amis de la Terre) и «BankTrack». Действи-

тельно, исследование экспертов «Novethic» свидетельствует, что из 32 обследованных финансовых учреждений только один банк – RBS – сообщил о своих намерениях ограничить финансирование проектов, связанных с использованием ископаемого топлива.

Что касается ответственности за состояние ОС, то 28 из 32 обследованных финансовых учреждений признали, что косвенным образом несут такую ответственность. Осознание своей ответственности заставляет французские банки проводить политику управления экологическими рисками, в частности в сфере энергетики. Они устанавливают минимальные экологические стандарты, и предприятия, не соблюдающие их не получают финансирование. Так, «Crédit agricole CIB» по этой причине исключил из финансирования проекты эксплуатации офшорных нефтяных месторождений в Арктике.

В последние годы неправительственные организации выступили с новыми инициативами, направленными на «озеленение» деятельности финансовых учреждений. Среди них выделяется, в частности, публикация в январе 2014 г. американской организацией CERES руководства «Investing in the clean trillion», в котором содержатся десять рекомендаций финансовым учреждениям и государственным регуляторам относительно расширения инвестирования в «зеленые» технологии, в том числе более широкого использования различных инструментов финансирования, в частности «зеленых» облигаций. По оценке экспертов этой организации для удерживания глобального потепления в рамках 2 °C в период до 2050 г. необходимо вложить 36 трлн долл. в развитие экологически чистых энергоресурсов, т.е. примерно по 1 трлн в год, что в четыре раза превышает современный уровень таких инвестиций [Investing in the clean..., 2014, p. 3].

Другой важный документ – «Интеграция ESG-критериев в деятельность банков», выпущенный в 2014 г. Всемирным фондом дикой природы (WWF), предназначен для финансовых организаций, которые делают первые шаги в направлении экологически чистого бизнеса и внедряют ESG-критерии в практику управления [Environmental, social and..., 2014].

Экологические инициативы: Опыт французских банков

В настоящее время ведущие французские банки предоставляют услуги и продукты, позволяющие предприятиям и частным лицам экономить энергию и тем самым сокращать выбросы CO₂ в

атмосферу. Они готовы расширить это направление при условии активизации соответствующей деятельности рыночных игроков по соответствующему направлению и принятия государством упрощенных и адаптированных к современной ситуации и стимулирующих экономию энергии распоряжений [Les banques au rendez-vous..., 2014].

Спектр финансируемых французскими банками проектов, содействующих переходу к низкоуглеродной экономике, достаточно широк – от проектов крупных промышленных инвестиций до проектов так называемого энергетического ремонта (*rénovation énergétique*) жилых помещений. Энергетический ремонт включает в себя такие работы по экономии энергии, как установка отопления с терморегуляцией и фотоэлектрических панелей, теплоизоляция систем отопления и горячего водоснабжения, оснащение помещений устройствами по вентиляции для улучшения воздухообмена и др. Банки, кроме того, добились определенных успехов в разработке методов международной экспертизы финансирования проектов. Французские банки проявляют высокую активность на рынке «зеленых» облигаций, который имеет значительный потенциал развития. В области финансирования проектов они находятся в числе мировых лидеров и соблюдают Принципы Экватора, что обеспечивает социально ответственную ориентированность проектов.

В качестве примера можно привести стратегию банка «*BNP Paribas*», который является лидером энергетического перехода в банковском секторе Франции. По данным на конец 2013 г. банк предоставил финансирование или был консультантом по 77 проектам, реализуемым в разных странах мира и предусматривающим установку оборудования по производству электроэнергии суммарной мощностью более 11 527 МВт. Такая мощность эквивалентна годовому потреблению 12 млн французских семей. Условием предоставления кредитов этим банком является строгое соблюдение природоохранных критериев при производстве электроэнергии на АЭС или ТЭС. В результате за время с момента введения этого условия «*BNP Paribas*» отказала в финансировании более 20 ТЭС, у которых выбросы двуоксида углерода (CO_2) в сумме достигают 130 млн т в год (это четверть всех годовых выбросов во Франции) [Les banques au rendez-vous..., 2014, p. 1].

Энергетический переход предполагает также сокращение энергопотребления, например, в жилом секторе и на транспорте. В 2003 г. «*BNP Paribas Personal Finance*» совместно с ведущей электроэнергетической компанией страны EDF создал филиал «*Domo-*

finance», специализирующийся на операциях, которые позволяют уменьшить энергопотребление в жилом секторе. За десять лет (2003–2013) этот филиал предоставил более 390 тыс. кредитов, которые должны обеспечить экономию энергии, эквивалентную суммарному энергопотреблению 35 тыс. семей [Les banques au rendez-vous..., 2014, p. 1].

«Banque populaire caisses d'épargne» (BPCE) более 20 лет занимается вопросами финансирования экологических проектов и действует по всем направлениям энергетического перехода. Он предоставил «зеленые» кредиты на сумму около 2 млрд евро, его доля в финансировании французского рынка возобновляемых источников энергии достигает 30%. Учитывая успехи BPCE в этой области, Еврокомиссия выбрала этот банк в качестве «пилота» программы термического обновления зданий (un programme de rénovation thermique des bâtiments), в том числе индивидуальных домов, домов в совместной собственности и зданий, принадлежащих мелким и средним предприятиям. Программа нацелена на ускорение развития и улучшение структуры жилищных рынков по энергетической эффективности.

Банк «Crédit agricole» включил вопросы экономии энергии и защиты ОС, а также снижения энергопотребления в жилом секторе в число приоритетных сфер своей деятельности в Проекте 2010 г. (Projet de Groupe 2010) и в среднесрочном стратегическом плане на 2014–2016 гг. (Plan stratégique à moyen terme 2014–2016). За период до конца 2013 г. группа израсходовала около 2 млрд евро на кредитование проектов развития новых источников энергии. В итоге сейчас «Crédit agricole» профинансировал примерно 30% французского парка фотогальванических элементов, преобразующих энергию солнечного света в электричество, 25% парка ветряных установок и 70% установок по метанизации (предварительной обработке промышленных стоков) [Les banques au rendez-vous..., 2014, p. 2].

Кроме того, банк «Crédit agricole» является лидером в распределении экокредитов (l'eco-PTZ)¹: на него приходится более 30% таких кредитов в стране. Через сеть региональных касс банк предоставляет частным лицам ссуды по проектам экономии энер-

¹ В целях снижения энергопотребления законом о госбюджете Франции на 2009 г. был введен беспроцентный экокредит. Он предоставляется частным лицам для финансирования работ по улучшению термической конструкции основного жилья на 10 лет; максимальная сумма кредита – 30 тыс. евро.

гии (prêts economies d'énergie, PEE) и другие «зеленые» кредиты, выходящие за рамки экокредитов.

Заемщики, воспользовавшиеся экокредитами, получают право на налоговую льготу на «устойчивое развитие» (le crédit d'impôt développement durable), позволяющую вычесть из налогооблагаемых доходов часть расходов на оборудование и материалы, которые они понесли с целью улучшения энергоэффективности их основного жилья.

С 2012 г. инвестиционный банк «Crédit agricole CIB», входящий в состав «Crédit agricole», осуществил эмиссию социально ответственных и «зеленых» облигаций на сумму 4 млрд евро; и он стал мировым лидером на рынке «зеленых» облигаций, деноминированных в долларах и евро.

Банк «*Credit mutuel*» также активно участвует в последние годы в финансировании проектов в области экономии энергии и защиты ОС. Он предоставляет специальные кредиты частным лицам на обновление энергоснабжения жилья (по счету LDD¹) и экокредиты. За период 2009–2013 гг. банк предоставил более 50 тыс. экокредитов под нулевой процент, это 20% французского рынка таких кредитов. Экокредиты являются частью «экологического пакета», в который входит также страхование (против пожара, вандализма, урагана и др.) установленного на кредитные деньги энергосберегающего оборудования или оборудования, работающего на возобновляемых источниках энергии.

Банк «*Société générale*» поддерживает энергетический переход, в частности с помощью «зеленого» финансирования. В 2013 г. сумма «зеленого» финансирования предприятий составила 627 млн евро, а частных лиц – 247 млн [Les banques au rendez-vous., 2014, p. 2]. Такое финансирование предназначено для проектов в области ветроэнергетики, производства энергии на основе возобновляемых источников, переработки отходов, общественного транспорта, альтернативного топлива и т.д. Для снижения энергопотребления в жилищном секторе «*Société générale*» предлагает кредитные продукты для финансирования установки оборудования и проведения работ, способствующих экономии энергии.

«*Société générale*» оказывает поддержку эмиссии «зеленых» облигаций: так, в ноябре 2013 г. банк выступил со-андеррайтером (joint-bookrunner) выпуска таких облигаций компанией EDF (со

¹ LDD (livret de développement durable) – необлагаемый налогами сберегательный счет устойчивого развития с льготными процентными ставками.

сроком погашения в 2021 г.). Общая сумма эмиссии составила 1400 млн евро [Les banques au rendez-vous., 2014, p. 2]. Полученные от этой операции средства предназначены исключительно для финансирования новых проектов в области возобновляемых источников энергии.

Закон об энергетическом переходе в поддержку «зеленого» роста (Loi sur la transition énergétique pour la croissance verte), принятый во Франции в июле 2015 г., ликвидирует монополию банков на «зеленые» кредиты [Vauplane H. de, 2015]. С целью стимулирования энергетического обновления жилья предусмотрено изменение действующего механизма финансирования соответствующих работ. Отныне финансировать энергетический ремонт будет не собственник жилья и арендатор, а третья сторона. По окончании работ собственник в соответствии с графиком, определенным третьей стороной, должен возместить ей затраты, но не в полном объеме, а за вычетом суммы экономии энергии, которую собственник получил в результате ремонта. В качестве третьей стороны будут выступать компании по финансированию (sociétés de tiers financement), в которых мажоритарными акционерами являются органы местного самоуправления. Фактически речь идет о кредитной операции, аналогичной банковской ипотеке.

Деятельность указанных компаний по финансированию не подпадает под банковское регулирование, но для совершения кредитных операций, касающихся финансирования энергетического ремонта, они обязаны получить разрешение банковского регулятора (L'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, ACPR). По мнению французского эксперта Ю. де Воплана, нет полной уверенности в том, что эта инновация будет содействовать «зеленому» росту. Зато с полной определенностью можно сказать, что она добавит путаницы в вопросы, касающиеся поля деятельности банков и масштабов банковского кредитования [Vauplane H. de, 2015].

Международная экологическая организация «Друзья Земли» очень критически оценивает достижения ведущих французских банков в области экологии и энергетики [Charbon: L'argent., 2014]. В частности, критики подчеркивают тот факт, что большинство банков, поддерживающих проекты по развитию возобновляемых источников энергии, одновременно продолжают финансировать проекты, предусматривающие добычу и сжигание ископаемого топлива, что негативно влияет на климат и загрязняет атмосферу. По данным Международного энергетического агентства, на уголь

приходится 44% всех вредных выбросов от сжигания ископаемого топлива [Charbon: L'argent..., 2014, p. 4].

Например, банк «BNP Paribas» в своем официальном докладе о социально и экологически ответственной стратегии за 2013 г. объявил, что предоставил кредиты на развитие возобновляемых источников энергии на сумму в 6,5 млрд евро, но не стал оглашать цифры финансирования сектора ископаемого топлива. Между тем за период 2005–2014 гг., по оценкам экспертов указанной экологической организации, банк потратил на финансирование проектов, предусматривающих добычу или использование угля, как минимум 15,6 млрд евро, из них 8,4 млрд составили кредиты.

В исследовании, проведенном «Друзьями Земли» в 2010 г., банк «BNP Paribas» занял первое место среди французских банков по размеру выбросов CO₂, которые обусловлены его деятельностью. Соответствующая цифра составляет 1360 млн т в год [Charbon: L'argent..., 2014, p. 7].

Французские банки, указывают эксперты «Друзей Земли», недостаточно прозрачны и честны в отношении расходования денег и рисков, которые создает их деятельность для населения и планеты, а также их реального вклада в энергетический переход. Они ежегодно публикуют данные о достижениях по сокращению своих прямых выбросов CO₂ (т.е. тех, что связаны с работой системы отопления в офисах, энергопотреблением их информационного оборудования и т.д.). Но они ничего не говорят о финансируемых ими выбросах, т.е. тех, которые являются прямым или косвенным следствием их деятельности. Так, в своем докладе о социально и экологически ответственной стратегии за 2013/2014 фин. г. «Société Générale» с гордостью заявляет, что благодаря реализации 53 внутренних инициатив удалось снизить прямые выбросы CO₂ на 2574 т при общем объеме выбросов в 336 322 т. Однако никаких упоминаний о выбросах, финансируемых банком, в докладе нет. Между тем в 2010 г. объем финансируемых выбросов этого банка оценивался в 634 млн т в год, а значит, прямые выбросы CO₂ банка составляют всего 0,05% от финансируемых им выбросов [Charbon: L'argent..., 2014, p. 8].

Для оценки масштабов поддержки банками угледобычи и использования угля на ТЭС эксперты организации проанализировали деятельность 92 коммерческих банков из разных стран мира за 2005–2014 гг. В обследованную группу вошли и ведущие французские банки – «BNP Paribas», «Crédit agricole», «Société générale», Natixis (инвестиционный банк группы BPCE – «Banque populaire

Caisse d'épargne») и «Crédit mutuel-CIC». Как показали расчеты, отобранные банки совершили в рассматриваемый период 2283 финансовые транзакции на общую сумму более 373 млрд евро в пользу угольной промышленности [Charbon: L'argent..., 2014, p. 9]. На долю французских банков приходилось 8% от этой общей суммы финансирования (30 035 млрд евро). Таким образом, они заняли по данному показателю четвертое место после банков Китая, США и Великобритании [Charbon: L'argent..., 2014, p. 11].

Французские банки вошли и в группу первых двадцати банков, на которые приходится 73% общей суммы финансирования в пользу угольной промышленности в рассматриваемый период. Лидерами в этой группе являются американские банки – «J.P. Morgan» и «Citibank». Из французских банков выше всех в этом «грустном списке» – на 10 месте – находится «BNP Paribas», потративший на поддержку угольной отрасли 15 599 млрд евро. На «BNP Paribas» приходится 52% общей суммы таких затрат всех обследованных французских банков, а на «Crédit agricole» и «Société générale» – 41%, т.е. в сумме на три банка – 93% [Charbon: L'argent..., 2014, p. 11].

«Друзья Земли» призывают остановить прямое финансирование любых проектов в области угледобычи и производства электроэнергии на ТЭС, работающих на угле, а также проектов развития инфраструктуры, связанной с производством и распределением угля; прямую и косвенную поддержку угледобывающих предприятий (кредитами или эмиссией облигаций и акций); продажу угля физическим лицам. Предлагается также адаптировать отраслевые политики так, чтобы исключались любые формы финансирования угледобычи и отраслей, использующих уголь. Чтобы стать социально и экологически ответственными, французские банки, считают экологи, должны повысить свою прозрачность и публиковать все данные о своей деятельности, включая операции по поддержке производства ископаемого топлива, и включиться в борьбу с климатическими изменениями.

Финансирование социальной и солидарной экономики

Важным направлением реализации КСО в настоящее время является обеспечение доступа к финансированию социально значимых предприятий, испытывающих трудности с получением стандартных банковских продуктов. Как правило, речь идет о мелких и средних предприятиях с низкой коммерческой эффективностью или вообще бесприбыльных, но играющих важную роль в развитии

территорий, создании рабочих мест, решении острых социально-экономических проблем на местах.

Изначально задача поддержки социально значимых предприятий в развитых странах почти полностью лежала на государстве. Однако постепенно с развитием практики КСО финансовые учреждения стали уделять больше внимания и этому сегменту экономики, осознавая выгоды, которые может получить от этого не только общество, но и они сами (в плане имиджа, продвижения на рынке и т.д.).

В настоящее время подъем ССЭ наблюдается во всем мире, и, по оценкам, на долю этого сектора приходится от 5 до 10% мирового ВВП. ССЭ не случайно вызывает столь живой интерес, так как она предлагает конкретные решения острейших экономических, социальных, экологических и других проблем, с которыми сталкиваются как население, так и власти местных территориальных образований.

Одновременно развиваются и международные организации, поддерживающие ССЭ. Так, с 1997 г. работает Межконтинентальная сеть содействия ССЭ (*Réseau intercontinental de promotion de l'économie sociale et solidaire*), которая регулярно проводит встречи участников и объединяет пять континентальных сетей – Африка, Азия, Северная Америка, Латинская Америка и Европа¹. Миссия этой организации – создание и содействие ССЭ, которая учитывает социальные и этические императивы в экономической деятельности.

Кроме того, с 2005 г. работает международный форум руководителей ССЭ – ассоциация Встречи на Монблане (*Rencontres du Mont-Blanc*). Последняя встреча в ноябре 2015 г. собрала 380 представителей из 40 стран мира. Среди основных обсуждавшихся вопросов – финансирование городов и территорий, адаптация законодательных норм к потребностям ССЭ, поддержка местных инициатив, таких как местные валюты [*Les conclusions du Forum.*, 2015].

Во многих европейских странах различные финансовые учреждения занимаются вопросами поддержки и финансирования социальных предприятий. Среди коммерческих банков выделяются две группы учреждений, активных в сфере финансирования социальных предприятий: 1) социально-этические банки, такие как «GLS Bank», первый социальный и экологический банк Германии (учрежден в 1974 г.), который отдает предпочтение культурным, социальным и экологическим проектам, и «Triodos» (Нидерланды), выдающий свою

¹ См. сайт организации: <http://www.ripress.org/qui-sommes-nous/?lang=fr>

миссию в содействии устойчивому развитию; 2) банки, поддерживающие благотворительные инициативы на рынке социального капитала: «Deutsche Bank» (Германия), «Berenberg» (Германия) и LGT (Лихтенштейн), активно участвующие в так называемых инвестициях влияния (impact investments)¹; UBS (Швейцария), который предоставляет клиентам консультационные услуги в области благотворительности; «Gruppo Intesa» (Италия), учредившая «Banca Prossima» для финансирования бесприбыльных предприятий и организаций.

Поддержкой социальных предприятий в европейских странах занимаются также социальные инвестиционные банки и другие финансовые посредники. Так, первый социальный инвестиционный банк «Big Society Capital» был создан в Великобритании, его капитализация превышает 600 млн ф. ст. [Spiess-Knafl W., 2013, p. 24]. «Bamboo Finance» (Швейцария) и «Social Finance» (Германия) предлагают структурированные инвестиционные продукты. В Лондоне в 2013 г. была открыта социальная фондовая биржа «Social Stock Exchange», которая рассчитана на предпринимателей и инвесторов, стремящихся с помощью своей деятельности добиться позитивного влияния на социальные процессы и ОС.

Во Франции проблемы финансирования социально значимых предприятий рассматриваются в рамках государственной стратегии развития социальной и солидарной экономики (ССЭ), которая закреплена в Законе о социальной и солидарной экономике, принятом в июле 2014 г. В нем подчеркивается значение социальных предприятий для обеспечения долгосрочного устойчивого развития на местном уровне.

Социальные предприятия, согласно закону, включают бесчисленное множество самых разных структур: общественные организации и ассоциации, общества взаимопомощи, кооперативы, фонды и организации социально-профессиональной интеграции и пр. Однако их функционирование характеризуется рядом общих моментов: совместное административное и общее управление; ограничение размеров прибыли ради таких целей, как социальные ценности, солидарность и сотрудничество; запрет на спекуляцию

¹ В отличие от социально-ответственных инвестиций концепция «инвестиций влияния» подразумевает, что финансовые активы инвестируются в компании, предприятия, фонды или организации, деятельность которых позитивно влияет (или может влиять) на экологический или социальный фактор окружающей среды, и при этом будет являться источником прибыли.

долевыми паями предприятия. Это могут быть как бесприбыльные организации, живущие за счет субсидий, так и частные коммерческие предприятия. В последние годы граница между ними становится все менее четкой, в частности по той причине, что бесприбыльные организации стали чаще отказываться от безвозмездных, меценатских инициатив в пользу действий, имеющих коммерческий характер [Leboucher S., 2015]. Данная тенденция в значительной мере обусловлена сокращением их государственного финансирования. Нехватка финансовых ресурсов заставляет социальные предприятия обращаться к традиционным банковским посредникам за кредитами.

Во Франции СЭЭ объединяет в настоящее время примерно 230 тыс. предприятий, на которых работают 2,4 млн человек. Здесь создается 10% ВВП страны. Однако на этот сектор приходится лишь очень незначительная часть частных инвестиций – менее 550 млн евро, в то время как сумма кредитов инвестиционных учреждений, предоставленных не котирующимся на бирже компаниям, достигает 30 млрд евро [Sibille H., 2015].

Увеличивающийся спрос социальных предприятий на банковские услуги заставляет финансовые учреждения менять свою позицию по отношению к их обслуживанию и к участию в социально ответственном инвестировании. Так, в январе 2014 г. один из ведущих французских банков «BNP Paribas» для того, чтобы помочь предпринимателям ССЭ, создал группу из 50 специалистов по предпринимательству и кредитам для их обслуживания и разработал специальную политику по кредитованию социальных предприятий. В свою очередь государственный инвестиционный банк «Bpifrance» рассматривает ССЭ как стратегический сектор будущего и намерен предоставить предприятиям этого сектора кредиты на общую сумму 500 млн евро. Банк расширил применяемую концепцию социальных инноваций и создал сеть представительств при региональных органах власти для финансовой поддержки их инициатив по развитию местной экономики и занятости.

Однако объемы кредитования социальных предприятий финансовыми учреждениями остаются незначительными: «Bpifrance» инвестировал через региональные представительства 20 млн евро, «BNP Paribas» – 24 млн, фонд «Mirova», филиал инвестиционной компании «Natixis Asset Management», специализирующийся на социально ответственных инвестициях, – около 110 млн евро [Leboucher S., 2015]. Между тем потребности ССЭ в финансировании в ближайшие годы будут расти. Задача финансового сектора в

этих условиях состоит в том, чтобы захватить как можно большую часть так называемых солидарных сбережений (т.е. сбережений людей, которые хотят, чтобы их деньги пошли на социальные цели), в том числе сбережений солидарных фондов (или фондов 90/10¹) и фондов страхования жизни. Некоторые французские финансовые учреждения уже активизировали свои действия по данному направлению (например, банк «Crédit agricole» и страховая компания «La Maif»).

Советник президента кооперативного банка «Crédit coopératif» и президент инвестиционной компании «Société d'investissement Ides» Ю. Сибилл определяет инвестиции с социальным эффектом как вложения, имеющие одновременно социальную и финансовую отдачу [Sibille H., 2015]. Участниками соответствующего инвестиционного процесса выступают: инвесторы, используемые каналы финансирования и акторы, затрагиваемые социальными инвестициями (ассоциации, фонды, структуры, занимающиеся вопросами «включения» в трудовую жизнь отдельных категорий людей, организации, содействующие лицам с ограниченными возможностями, и т.д.).

Деятельность любого предприятия сопряжена с определенными социальными эффектами, но предприятия, осуществляющие инвестиции с социальным эффектом, отличаются от остальных тем, что видят свою основную миссию в реализации социальных задач. Большая часть таких предприятий входит в ССЭ.

Спрос на финансирование инвестиций с социальным эффектом и предложение соответствующих ресурсов со стороны кредитно-финансовых организаций сильно расходятся. Банки, считает Ю. Сибилл, должны принять меры к исправлению этой ситуации, в частности, введя в круг предоставляемых ССЭ услуг, помимо классических услуг по кредитованию, новые финансовые инструменты, предназначенные для финансирования социальных проектов и отвечающие запросам предприятий данного сектора. Причем такие инструменты должны не заменять государственные субсидии, а дополнять их в периоды сокращения бюджетных расходов.

Некоторые финансовые инструменты уже существуют, в частности солидарные фонды и выпуск особых разновидностей цен-

¹ Фонды, которые расходуют 90% своих средств на социально ответственные инвестиции и 10% – на предприятия, не котирующиеся на бирже, но имеющие высокую социальную значимость. Примером является коллективный пенсионный план сбережений «Plan d'épargne retraite collectif» (PERCO).

ных бумаг – облигаций ассоциаций (titres associatifs) и сертификатов участия (titres participatifs).

Такому инструменту финансирования инвестиций, как солидарные фонды во Франции, могут позавидовать многие страны. В конце 2013 г. объем средств французских солидарных фондов достиг 4,3 млрд евро. Почти 90% средств этих фондов идет на социально ответственное инвестирование (investissement socialement responsable, ISR), а 5–10% вкладываются в ценные бумаги социальных предприятий. За счет этих фондов пополняется собственный капитал некоторых кооперативных ассоциаций и ассоциаций взаимопомощи. Такое стало возможным благодаря введению в обращение законом 1985 г. новой разновидности частных ценных бумаг – облигаций ассоциаций. По ним может выплачиваться вознаграждение на уровне процентной ставки по частным облигациям; при этом вознаграждение не может превышать 3% [Thépot M., 2014]. Однако эмиссию таких облигаций может осуществлять предприятие, которое занимается коммерческой деятельностью не менее двух лет, т.е. вновь созданные предприятия не могут воспользоваться таким способом создания собственного капитала. Кроме того, если предприятие-эмитент проводит открытое размещение облигаций, то эмиссия подпадает под контроль Ведомства по финансовым рынкам (l'Autorité des marchés financiers), а если размер эмиссии превышает 38 тыс. евро, то эмитент должен получить разрешение министерства экономики [Les titres associatifs..., 2014]. Отчасти в силу указанных выше ограничений, а также ряда особенностей рассматриваемых ценных бумаг, таких как слабая мотивация подписчиков, ненадежность вознаграждения, низкие проценты, сложность процедуры выпуска и т.д., облигации ассоциаций не получили широкого распространения (с момента их учреждения было произведено всего несколько десятков эмиссий). В итоге, по оценке Национального центра научных исследований (CNRS) Франции, на этот финансовый инструмент приходится всего 1% общей суммы финансирования ассоциаций [Thépot M., 2014].

Попыткой исправить ситуацию стали поправки, внесенные в порядок выпуска и обращения облигаций ассоциаций Законом о социальной и солидарной экономике 2014 г. В частности, отныне доходность облигаций ассоциаций будет более высокой, так как предусмотрена возможность повышения потолка процентной ставки (до 7%) [Thépot M., 2014].

Сертификаты участия, введенные законом 1983 г., представляют собой специфическую ценную бумагу последнего ранга (créance

de dernier rang), объединяющую черты акции и облигации. Они не имеют права голоса и фиксированной ставки вознаграждения и могут быть отозваны (и погашены) исключительно по инициативе эмитента и не ранее чем через семь лет после выпуска. Правом выпуска таких ценных бумаг обладают кооперативы, акционерные общества или общества с ограниченной ответственностью, общества взаимопомощи. Сертификаты участия были учреждены для финансирования внешними инвесторами именно этих групп предприятий. Размер вознаграждения сертификатов участия законодательно не нормирован.

Эмиссией сертификатов участия более 30 лет занимается в основном Институт развития социальной экономики (Institut de développement de l'économie sociale, IDES), инвестиционная компания, созданная в 1983 г. для содействия развитию ССЭ [Sibille H., 2015]. Размер эмиссии колеблется от 80 до 600 тыс. евро.

Для расширения возможностей привлечения финансовых ресурсов в ССЭ в настоящее время разрабатывается новый финансовый инструмент – сертификат с социальным эффектом (titres à impact social). С его помощью средства частных инвесторов должны поступать к инициаторам социальных проектов, причем только в случае их успешной реализации инвестору будет выплачено возмещение.

* * *

Несмотря на быстрый рост в последние годы числа финансовых учреждений, реализующих на практике идеи социально и экологически ответственного бизнеса, остается еще огромный потенциал для присоединения к этой инициативе новых участников, так как этот рост имеет место в основном в промышленно развитых странах. По-прежнему существует еще много государств (из числа развивающихся и стран с формирующейся рыночной экономикой), в которых лишь небольшое число финансовых учреждений пытается интегрировать принципы устойчивого развития в свою деятельность или таких вообще нет. Кроме того, внутри самого финансового сектора, в том числе в промышленно развитых странах, наблюдаются различия в степени реализации отдельных направлений КСО. Дальше по всем направлениям КСО продвинулся банковский сектор, и здесь уже накоплен достаточно большой практический опыт, который может быть использован банками других стран. В то же время значительный потенциал для развития КСО сохраняется, например, в страховом секторе. Хотя страхование и

перестрахование занимают лидирующие позиции по управлению долгосрочными рисками, связанными с экологией, социальной сферой и корпоративным управлением, в инвестиционном сегменте данной индустрии существуют возможности для более активной деятельности.

Список литературы

1. Бессонова И.С., Николаева И.В. Правовое регулирование корпоративной социальной ответственности: Заграничный и российский опыт // Актуальные проблемы права: Материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). – М.: Буки-Веди, 2014. – С. 20–23.
2. Институциональные инвесторы. – Mode of access: <http://firstforsustainability.org/ru/opportunities/case-for-environmental-business-opportunities/institutional-investors/>
3. Коммерческая банковская деятельность. – Mode of access: <http://firstforsustainability.org/ru/opportunities/case-for-environmental-business-opportunities/commercial-banking/>
4. Небанковские финансовые учреждения. – Mode of access: <http://firstforsustainability.org/ru/opportunities/case-for-environmental-business-opportunities/non-banking-financial-institutions/>
5. Пономарев С.В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: Что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки. – Пермь: Пермская торгово-промышленная палата: ЕЦКЦ, 2014. – 21 с.
6. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4: Принципы подготовки отчетности и стандартные элементы отчетности. – Amsterdam: Global Reporting Initiative, 2013. – 104 с. – Режим доступа: <http://www.global-reporting.org/resourcelibrary/Russian-G4-Part-One.pdf>
7. Управление активами. – Mode of access: <http://firstforsustainability.org/ru/opportunities/case-for-environmental-business-opportunities/asset-managers/>
8. Catalyzing business and government action. – Mode of access: <http://www.cdp.net/en-US/Pages/About-Us.aspx>
9. Charbon: L'argent sale des banques francaises. Les Amis de la Terre France. – 2014. – 16 p. – Mode of access: <http://www.amisdelaterre.org/IMG/pdf/argentsalebanquesfr.pdf>
10. Chenet H. Du risque carbone aux «stress-tests» carbone // Rev. Banque. – P., 2015. – N 789. – Mode of access: <http://www.revue-banque.fr/risques-reglementations/article/risque-carbone-aux-stress-tests-carbone>
11. Cheynel H. Responsabilite sociale d'entreprise (RSE) dans les entreprises bancaires. – P.: L'observatoire des métiers de la banque. – 2010. – 22 p. – Mode of access:

<http://www.revue-banque.fr/risques-reglementations/article/risque-carbone-aux-stress-tests-carbone>

12. Climate risk statement of the Geneva Association. – 2014. – Mode of access: <https://www.genevaassociation.org/media/878686/ga2014-climate-risk-statement.pdf>
13. Corporate social responsibility. Across the European banking sector. An EBF overview of best practices. 2013. – 41 p. – Mode of access: http://www.abi.it/DOC_Societa/Csr/Banche-e-Csr/CSR_Report_2013.pdfIIGCC. – Mode of access: <http://www.iigcc.org/>
14. Environmental, social and governance integration for banks: A guide to start implementation. – Gland, Switzerland: WWF, 2014. – 96 p. – Mode of access: <http://www.panda.org/?227890/WWF-guide-for-banks-provides-plan-for-sustainable-finance>
15. Explaining green bonds. – Mode of access: <http://www.climatebonds.net/market/explaining-green-bonds>
16. Financements verts: Quelle contribution des banques et assurances européennes? Une étude du Centre de Recherche, réalisée par Y. Kamelgarn sous la direction de D. Blanc. – P.: Novethic, 2015. – 32 p. – Mode of access: http://www.novethic.fr/fileadmin/user_upload/tx_ausynovethicetudes/pdf_complets/Etude_banques-vertes_2015.pdf
17. Green bonds attract private sector climate finance. – June 10, 2015. – Mode of access: <http://www.worldbank.org/en/topic/climatechange/brief/green-bonds-climate-finance>
18. Investing in the clean trillion: Closing the clean energy investment gap. Executive summary. A Ceres report. – January 2014. – 9 p. – Mode of access: <http://www.ceres.org/resources/reports/investing-in-the-clean-trillion-closing-the-clean-energy-investment-gap-executive-summary>
19. Le label Fonds Vert Novethic. – Mode of access: <http://www.novethic.fr/le-label-fonds-vert.html>
20. Leboucher S. Entreprises sociales: Vers un nouveau marché pour les banques // Rev. Banque. – P., 2015. – N 782. – Mode of access: <http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/dossier/entreprises-sociales-vers-un-nouveau-marche-pour-l>
21. Législation française sur la transparence des entreprises: Dixième bilan d'application. Le reporting n'est toujours pas une réponse des entreprises aux interrogations de la société. – P.: Groupe Alpha – Centre Etudes & Prospective, 2014. – 59 p. – Mode of access: <http://www.groupe-alpha.com/data/document/cep-bilan-reporting-10eme-bilan-application.pdf>
22. Lentner C., Szegedi Kr., Tatay T. Corporate social responsibility in the banking sector // Public Finance Quarterly. – 2015. – N 1. – P. 95–103. – Mode of access: <http://www.asz.hu/public-finance-quarterly-articles/2015/corporate-social-responsibility-in-the-banking-sector/a-lentner-szegedi-tatay-2015-1.pdf>
23. Les banques au rendez-vous du financement de la transition énergétique // Focus de FBF-IRE. – P., 2014. – Juin. – P. 1–2. – Mode of access: <http://www.fbf.fr/fr/files/9L8EBK/Financement-de-la-transition-energetique-.pdf>

24. Les conclusions du Forum international des dirigeants de l'ESS 2015. – Mode of access: <http://www.rencontres-montblanc.coop/page/les-conclusions-du-forum-international-des-dirigeants-de-less-2015>
25. Les titres associatifs, un moyen de financement pour les associations. – 26 sept. 2014. – Mode of access: <http://lemouvementassociatif-centre.org/actualites/article/les-titres-associatifs-un-moyen-de-financement-pour-les-associations>
26. Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. – Mode of access: http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=04497CC7BC0A3CA880612FD9638F753F.tpdjo06v_2?cidTexte=JORFTEXT000022470434&dateTexte=&oldAction=rechJO&categorieLien=id
27. Louvel Y. La priorité reste pour nous la baisse des financements des énergies fossiles // Rev. Banque. – P., 2015. – N 789. – Mode of access: <http://www.revue-banque.fr/banque-investissement-marches-gestion-actifs/article/priorite-reste-pour-nous-baisse-des-financement>
28. Mekdessi S. De nouvelles réalités pour la contribution au renforcement de la cohésion sociale à travers les activités de la finance: La responsabilité sociale dans les banques. – Mode of access: <http://www.esc-pau.fr/documents/aderse/la%20Responsabilite%C3%A9%20Sociale%20dans%20les%20Banques.pdf>
29. Promoting a European framework for corporate social responsibility: Green paper / Commission of the European communities (COM (2001) 366 final). – Brussels, 2001. – 33 p. – Mode of access: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_en.pdf)
30. Reporting RSE: La loi Grenelle 2 enfin applicable. – 2012. – Mode of access: <http://www.novethic.fr/isr-et-rse/actualite-de-la-rse/isr-rse/reporting-rse-la-loi-grenelle-2-enfin-applicable-137383.html>
31. RSE et communication responsable: Pratiques des banques et assurances européennes. – P.: Novethic, 2012. – 50 p. – Mode of access: http://www.novethic.fr/file-admin/user_upload/tx_ausynovethicetudes/pdf_complets/Etude_RSE_bancassurances.pdf
32. Sibille H. L'investissement à impact social: Une offre à co-construire // Rev. Banque. – P., 2015. – N 782. – Mode of access: <http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/article/investissement-impact-social-une-offre-co-construi>
33. Spiess-Knafl W., Jansen S.A. Imperfections in the social investment market and options on how to address them. – Friedrichshafen: Zeppelin univ., 2013. – 49 p. – Mode of access: <https://www.zu.de/info-wAssets/forschung/dokumente/cisoc/Final-Report-Imperfections-in-the-Social-Investment-Market-ZU-vfinal.pdf>
34. The 2015 Sustainability leaders – A GlobeScan / Sustainability Survey. – 2015. – Mode of access: <http://www.sustainability.com/library/the-2015-sustainability-leaders#.VpIzaFmBJ8E>
35. The Equator principles. – Mode of access: <http://www.equator-principles.com/>
36. The Global RepTrak®100: The world's most reputable companies (2013). – N.Y.: Reputation Institute, 2013. – 27 p. – Mode of access: <http://www.rankingthe->

brands.com/PDF/Global%20RepTrak%20100%20Report%202013,%20Reputation%20Institute.pdf

37. The Global RepTrak®100: The world's most reputable companies (2015). – N.Y.: Reputation Institute, 2015. – 51 p. – Mode of access: <http://www.rankingthebrands.com/PDF/RepTrak%20Global%202015,%20Reputation%20Institute.pdf>
38. Thépot M. ESS: Un «titre associatif» trop bien rémunéré? // La Tribune. – P., 2014. – 27 nov. – Mode of access: <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20141127trib597768172/ess-un-titre-associatif-trop-bien-remunere.html>
39. Thimann Chr., Clamagirand L. Le débat s'est déplacé sur la responsabilité des entreprises // Rev. Banque. – P., 2015. – N 789. – Mode of access: <http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/article/debat-est-deplace-sur-responsabilite-des-entreprises>
40. UNEP FI membership around the world. – Mode of access: <http://www.unepfi.org/signatories/statements/fi>
41. Vauplane H. de. Monopole bancaire: La loi de transition énergétique ouvre une nouvelle brèche // Les Echos. – P., 2015. – 5 oct. – Mode of access: <http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-140066-monopole-bancaire-nouvelle-breche-par-la-loi-de-transition-energetique-1162293.php>

О.Н. Пряжникова

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ
И СОЛИДАРНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В наши дни мировое экспертное сообщество все больше внимания уделяет поискам целостной модели развития, открывающей возможности для устойчивого экономического роста, защиты окружающей среды (ОС), социальной поддержки населения, гендерного равенства, реализации населением своих социальных и политических интересов. Одним из путей достижения этих целей является активное расширение масштабов хозяйственной деятельности, интегрирующей элементы корпоративной социальной ответственности (КСО).

Концепция КСО развивается как ответ на запросы общества, которое в настоящее время заинтересовано в том, чтобы результаты и содержание хозяйственной деятельности экономических агентов содействовали устойчивому развитию. В современном обществе повышается значение социальных критериев при принятии инвестиционных решений как инвесторами, так и рядовыми потребителями; растет озабоченность ущербом, наносимым ОС в результате хозяйственной деятельности; благодаря медиа- и информационно-коммуникационным технологиям создаются условия для большей транспарентности предпринимательской активности.

Согласно определению Европейской комиссии, КСО представляет собой концепцию, руководствуясь которой «компании на добровольной основе учитывают социальные и экологические проблемы в своих бизнес-операциях». Эта концепция также предполагает «ответственность предприятий за то влияние, которое их деятельность оказывает на общество» [Promoting..., 2001, p. 4; A renewed EU strategy..., 2011, p. 6]. Понятие КСО включает в себя

понятие «ответственности корпораций перед различными заинтересованными группами общества» (стейкхолдерами), а также «набор подходов и принципов, которые используются компаниями на практике» [Зубченко Л.А., 2008, с. 66].

Принимая принципы КСО, предприятия интегрируют в свои бизнес-процессы социальные, гуманитарные, этические, экологические составляющие. Это находит свое выражение, например, в финансировании благотворительных и социально значимых проектов, в следовании высоким стандартам корпоративной культуры, гарантирующим уважение прав работников, в стремлении сокращать отрицательное влияние своей деятельности на ОС и т.д.

Важно отметить, что процессы инкорпорации КСО в хозяйственную деятельность компаний носят децентрализованный и добровольный характер, они особенно активно развиваются в транснациональных компаниях и направлены, прежде всего, на формирование положительного имиджа у потребителей и инвесторов. Ведение социально ответственного бизнеса создает для предприятия дополнительные конкурентные преимущества, формируя благоприятное социальное окружение и стабильные социальные условия, повышая уровень доверия к нему среди различных экономических агентов.

Социальная ответственность представляет собой основополагающий элемент социальной и солидарной экономики (ССЭ), теоретические основы которой тесно связаны с идеями социалистов-утопистов. Первые организационные формы ССЭ возникли в Европе в 1840–1850 гг. как действия по самоорганизации граждан и коллективной борьбе с бедностью и безработицей [Пряжникова О.Н., 2014, с. 87]. Ценности и принципы ССЭ естественным образом вписываются в представление о сущности социальной ответственности бизнеса. В данной работе рассматриваются особенности реализации КСО в рамках ССЭ; при этом особое внимание уделяется тем сферам, где организациям ССЭ удастся идти в авангарде движения за КСО.

Социальная и солидарная экономика

ССЭ представляет собой антропоцентричную модель, важным элементом которой является этическая составляющая экономической деятельности. Принадлежность организации к ССЭ определяется как ее организационной формой (кооператив, ассоциация), так и ее целями, а также методами их достижения. Экономическая деятельность хозяйствующих субъектов ССЭ может приносить при-

быль, которая реинвестируется в соответствии с коллективным решением и в интересах всех участников. ССЭ присущи принципы солидарности, распределения полномочий на основе доверия, реципрокности, кооперации, демократии при принятии решений, регулирования экономической активности «снизу – вверх», или от индивидуального к общему, коллективной ответственности за удовлетворение интересов и потребностей участников ССЭ и/или членов местных сообществ. Социальная и экологическая ответственность, лежащая в основе деятельности участников ССЭ, способствует устойчивому социально-экономическому развитию местных сообществ.

Сегодня ССЭ объединяет как традиционные организации социальной экономики (кооперативы, общества взаимного страхования, социальные предприятия), так и возникающие новые структуры: альтернативные финансы, комплементарные (дополнительные) валюты, цифровые сообщества, банки времени (time banks), сообщества справедливой торговли, системы местного торгового обмена и т.д. Кроме того, в отличие от традиционной социальной экономики, нацеленной на сглаживание негативных эффектов рыночной экономики, ССЭ отдает приоритет продвижению принципов КСО, развитию социального предпринимательства и т.д. Участники социальной экономики, в отличие от субъектов ССЭ, могут не руководствоваться принципами солидарности и кооперации и не быть инкорпорированными в социально-экономическую жизнь местных сообществ [Dash A., 2013, с. 6].

Кооперативный и реципрокный характер деятельности организаций ССЭ повышает значимость взаимозависимости между индивидуальными участниками, социальными группами, общественными организациями и предприятиями ССЭ. Благодаря принципам солидарности и реципрокности, лежащим в основе ССЭ, происходит структуризация социальной среды, рост социальной ответственности участников экономической активности [Bertezene S., Bayart C., Vallat D., 2014, p. 2]. Организации ССЭ, основная цель которых состоит в удовлетворении потребностей своих участников и деятельность которых тесно связана с жизнью местных территориальных сообществ, выступают в качестве своего рода проводников этических и социально ответственных практик ведения хозяйственной деятельности, реализуя таким образом ценности и принципы, составляющие суть концепции КСО.

Важнейшей характеристикой концепции и практики ССЭ является этический элемент. В основе ССЭ лежат принципы эти-

ческого производства, этических инвестиций, этического рынка и потребления, которые получают возможности для реализации в условиях демократизации экономической деятельности, роста уровня транспарентности и подотчетности инвесторов, производителей, потребителей и транспарентности функционирования рыночных механизмов [Samuel J., 2008].

Этическое производство в рамках ССЭ предполагает корпоративную подотчетность работникам, местным сообществам, акционерам и потребителям. Дж. Самуэль подчеркивает, что ССЭ предполагает выход за пределы концепции КСО и расширение практики корпоративной подотчетности. Примером реализации принципов этического производства является, в частности, отбор участников системы комплементарной валюты, при котором учитывается, реализуется ли на предприятиях справедливая оплата труда, следуют ли они экологическим стандартам и стандартам безопасности труда, принимают ли меры по сокращению отходов своих производств и т.д. [Пряжникова О.Н., 2014, с. 96].

Этическое инвестирование предполагает транспарентность, подотчетность, социальную ответственность, борьбу с бедностью, содействие устойчивому развитию и исключает вложения в производства, наносящие вред ОС, способствующие росту насилия и ведению военных действий. Одним из примеров этического, ответственного инвестирования является проект комплементарной валюты «SOL-Violette» (Тулуза), в рамках которого сформирован фонд сбережений, используемый как источник микрокредитования местных «зеленых» и социальных предприятий [Пряжникова О.Н., 2014, с. 97].

Этический рынок обеспечивает справедливый доход участникам рыночного обмена и качественные продукты и услуги потребителям. Основной целью организаций справедливой торговли является создание условий для доступа на мировой рынок агентов из стран третьего мира и борьба с бедностью в развивающихся странах. Это достигается путем построения более коротких альтернативных торговых цепочек, благодаря чему сокращаются расходы на услуги посредников, что позволяет увеличить выручку производителей, в том числе индивидуальных участников соответствующих ассоциаций на развивающихся рынках [Doran C.J., 2009, p. 549].

Этическое потребление предполагает, что при выборе продуктов и услуг потребитель обращает внимание на то, наносят ли они вред ОС. Участники ССЭ руководствуются принципами эти-

ческого потребления, стремятся эффективно расходовать энергетические и продовольственные ресурсы, а также приобщаются к практикам совместного потребления. Среди проектов, поддерживающих модели потребления, соответствующие концепции устойчивого и экологически сбалансированного развития, можно выделить проект «NU Spaarpas»¹, реализованный в начале 2000-х годов в Роттердаме, в рамках которого его участникам – держателям специальных смарт-карт – начислялись бонусы при покупке органических продуктов в обществах справедливой торговли, а также за сортировку мусора в домашних хозяйствах.

Таким образом, ССЭ ищет пути гуманизации рыночных процессов, производства, инвестирования и потребления путем социализации и экологизации деятельности экономических агентов. Создавая возможности для осуществления как материальных, так и нематериальных устремлений участников экономической деятельности, ССЭ способствует изменению экономического поведения ее участников, которое становится более адекватным социально-экономическим потребностям общества.

Можно утверждать, что принципы организации предприятий ССЭ, структурные особенности и ценности, лежащие в основе их деятельности, не только естественным образом соответствуют целям устойчивого развития, в том числе КСО, но и обеспечивают претворение в жизнь этих целей.

Следует отметить необоснованность традиционного представления о том, что социально ответственное ведение бизнеса является уделом главным образом субъектов традиционной экономики, преимущественно крупных предприятий, международных компаний, ТНК, которые в отличие от мелких и средних предприятий, составляющих большинство в секторе ССЭ, располагают для этого достаточными средствами и возможностями. Как показала практика, деятельность предприятий ССЭ в полной мере отвечает принципам социально ответственного бизнеса. Однако различия в правовом, финансовом и социальном контексте, в котором ведется текущая деятельность социально ответственных корпораций традиционной экономики и организаций ССЭ, затрудняют обмен опытом в области КСО между этими двумя сегментами экономики.

¹ NU Spaarpas. – Mode of access: <http://www.qoin.org/what-we-do/past-projects/nu-spaarpas/>

Особенности реализации социальной ответственности в ССЭ

Экономические аспекты. Как и все частные предприятия, организации ССЭ получают прибыль, однако ее рост не является их главной целью, а методы распределения прибыли кардинально отличаются от традиционных. Фундаментальной характеристикой предприятий ССЭ является стремление использовать экономические результаты деятельности для реализации определенной социальной миссии. Отсутствие чисто коммерческой ориентации и строгий контроль над распределением прибыли способствуют тому, что организации ССЭ могут эффективно учитывать интересы всех участников и бенефициаров своей деятельности, выстраивать сбалансированное взаимодействие с обществом и следовать принципам сохранения ОС [Blanc J., 2008, p. 66].

Распределение прибыли носит ограниченный характер. Прибыль реинвестируется (например, с целью совершенствования структуры предприятия и повышения качества оказываемых услуг), выплачивается в виде долевых доходов участников или инвестируется в развитие местного сообщества.

Предприятия ССЭ, в частности кооперативы, организуют свою деятельность с целью удовлетворения экономических и социальных потребностей их участников. Так, в производственных кооперативах Франции (*société coopérative ouvrière de production*) работники участвуют в принятии решений, касающихся экономической активности, обычно в соответствии с принципом «один участник – один голос». На предприятиях традиционной экономики первоочередными являются интересы акционеров, которые, как правило, не являются работниками предприятия, а последние, в свою очередь, не участвуют в принятии решений, которое осуществляется руководством. В отличие от «классических» предприятий работники организаций ССЭ по сути представляют собой стейкхолдеров, включенных в процесс принятия решений, представляя собой фактически акционеров своих предприятий [Blanc J., 2007, p. 57].

Демократический характер управления в рамках ССЭ, предполагающий участие в нем всех членов предприятия, способствует принятию управленческих решений, выгодных для всего коллектива. В результате растет коллективное благосостояние, создаются условия для роста социальной сплоченности. Все эти факторы благоприятствуют устойчивому развитию как предприятий ССЭ,

так и экономики местных сообществ, на территории которых они функционируют.

Организации ССЭ отличаются от частных предприятий тем, что следуют высоким стандартам в области условий труда работников, обеспечивающим устойчивые и инклюзивные формы занятости. Более того, в рамках ССЭ происходит трансформация целей занятости: главной целью становится создание рабочих мест для членов местного сообщества и обеспечение определенного качества их жизни.

Можно утверждать, что принципы, регулирующие организацию труда и определяющие статус работников в организациях ССЭ, соответствуют концепции КСО. При этом в их реализации предприятия ССЭ идут дальше предприятий традиционной экономики в направлении как более радикальной демократизации процессов управления, так и солидарного распределения прибыли.

Международная организация труда (МОТ) активно поддерживает и продвигает развитие кооперативов. При этом подчеркивается, что организация труда на таких предприятиях соответствует нормам, сформулированным в основных документах МОТ и касающимся принципов организации труда и прав работников [Social and solidarity economy..., 2011, p. 77]. В рамках кооперативных структур работники получают больше возможностей для успешных совместных действий и для транслирования коллективных требований другим хозяйствующим субъектам и государственным органам.

МОТ активно сотрудничает с организациями ССЭ в реализации своей Международной программы по ликвидации детского труда (International programme on the elimination of child labour, IPEC). Улучшая жизнь местных сообществ, организации ССЭ способствуют предотвращению использования детского труда, сотрудничая с частным сектором, помогают искоренять все формы детского труда и создают продукты, при производстве которых не используется детский труд [Cooperating out..., 2009, p. 25].

Важный вклад в расширение занятости населения вносят организации микрофинансирования, являющиеся частью ССЭ. Предоставляя доступ к источникам финансирования, они создают условия для роста рабочих мест для наемных работников и самозанятости.

Реализуя присущие их природе принципы экономической деятельности, организации ССЭ сталкиваются с серьезными проблемами. Так, демократическое управление предприятиями ССЭ предполагает ответственное голосование участников в процессе

принятия решений. Эффективность этого инструмента регулирования экономической деятельности в значительной степени зависит от наличия у участников процесса голосования определенного уровня образования и от их информированности, а также от имеющихся внутри организации системы коммуникаций и структур, потенциально позволяющих реализовать принципы распределительной справедливости.

Кроме того, экономический успех предприятий ССЭ определяется разнообразными факторами, такими как добровольное участие работников, партнерство с государственными органами и / или частными предприятиями и получение от них субсидий и дотаций. При этом, хотя управление по принципу «один участник – один голос» и препятствует установлению контроля над предприятием ССЭ владельцами крупных капиталов, оно не может исключить возникновение отношений зависимости от партнеров, осуществляющих финансирование каких-либо проектов [Michaud M., Audebrand L.K., 2014, p. 5].

Практикуя коллективные действия в рыночной среде, предприятия ССЭ делают ставку на коллективную собственность на средства производства, коллективное разделение экономических рисков, демократические методы самоуправления, партисипативное управление, солидарное распределение прибыли. Можно сделать вывод, что по степени реализации норм социальной ответственности в своей экономической деятельности, в том числе в сфере организации труда, по масштабу участия в управлении предприятием работников, которые фактически имеют статус собственников (акционеров) предприятия, по уровню транспарентности внутреннего управления, организации ССЭ идут дальше предприятий классической экономики.

Социальные аспекты. Социальная ответственность организаций ССЭ определяется их стремлением содействовать развитию общества и выражается в поддержке населения конкретного местного сообщества, в уважении прав работников и потребителей. Анализируя социальный и социетальный аспекты ответственности в организациях ССЭ, можно утверждать, что данные организации идут в авангарде реализации принципов КСО. В первую очередь это проявляется в том, что в число стейкхолдеров, т.е. лиц, получающих выгоды от деятельности предприятий ССЭ, включаются не только непосредственные участники ассоциаций и товариществ ССЭ, но и клиенты, пользователи и другие внешние бенефициары [Blanc J., 2007, p. 57].

Так, в кооперативных обществах взаимного страхования и ассоциациях ССЭ, занимающихся образовательными проектами или организацией яслей для детей, получатели услуг являются участниками процесса принятия управленческих решений. Этого не происходит в случае благотворительных организаций: получатели помощи не участвуют в управлении [Blanc J., 2008, p. 65].

В 2001 г. во Франции получил законодательное оформление (закон 2001–624 от 17 июля 2001 г.) устав кооперативных обществ с коллективными интересами (*société coopérative d'intérêt collectif*, SCIC), согласно которому в основу организационной модели кооперативных обществ положено так называемое дифференцированное членство. SCIC имеют как минимум три категории участников, обладающих разными обязанностями и правами при принятии решений: работники кооператива; пользователи или бенефициары кооператива; волонтеры, территориальные общественные организации, организации, оказывающие финансовую поддержку. Таким образом, на основе демократической и партисипативной системы управления, способствующих достижению разнообразных социальных целей, в проекты ССЭ вовлекается широкий круг стейкхолдеров [Galera G., Borzaga C., 2009, p. 220–221].

Социальный аспект реализации принципов устойчивого развития организациями ССЭ не ограничивается вовлечением в их деятельность широкого круга стейкхолдеров. Организации ССЭ осуществляют социетальную функцию, создают особое общественное пространство (*espace public de proximité*), представляющее собой своеобразную площадку для общественного диалога и участия граждан в жизни местных сообществ. Эти пространства составляют институциональное ядро для волонтерской активности вне государственной и экономической сфер [Codello-Guijarro P., 2003, p. 1].

Проекты ССЭ, такие как банки времени, комплементарные валюты, системы товарообмена и т.д., затрагивающие повседневную жизнь местных сообществ, стимулируют возникновение связей между людьми на определенной территории, в их рамках формируются условия для развития каждого члена сообщества. Деятельность организаций ССЭ в сфере услуг, требующих непосредственного контакта с их получателем (например, медицинский уход), а также установление связей, в том числе контрактных, с местными органами социальной защиты, которые все чаще используют организации ССЭ как партнеров в оказании социальных услуг населению, способствуют укреплению позиций ССЭ в экономике и жизни местных сообществ.

Успешным проектом ССЭ, целью которого является борьба с бедностью и социальной маргинализацией населения, является социальная валюта «Palmas», учрежденная кооперативным банком «Banco Palmas» и обращающаяся на территории местного сообщества на северо-востоке Бразилии. Благодаря услугам банка по микрокредитованию и микрострахованию местных жителей здесь удалось создать дополнительные рабочие места, стимулировать жилищное строительство, сократить уровень преступности и повысить уровень профессиональной подготовки рабочей силы [Пряжникова О.Н., 2014, с. 97].

Активное участие организаций ССЭ в деятельности по социальной защите населения объясняется тем, что в основе их организации лежит членство работников, а также тем, что они часто привлекают к своей деятельности людей, не имеющих доступ к товарам и услугам традиционной экономики. Институт членства в организации позволяет отслеживать возникающие в сообществе экономические и социальные проблемы и потребности, нуждающиеся в удовлетворении.

Важно отметить, что благодаря уникальным характеристикам, нацеленности на кооперацию, реципрокности и привлечению к участию граждан организации ССЭ способны эффективно адаптироваться к целям социально-экономического развития местных сообществ и территорий.

Экологические аспекты. Хотя концепция ССЭ сложилась задолго до возникновения понятия устойчивого развития и общественного осознания значения его экологической составляющей, территориальная укорененность и своего рода «социальный контракт» организаций ССЭ со стейкхолдерами из местного сообщества граждан на конкретной территории предопределяют особое внимание к защите ОС [Пряжникова О.Н., 2014, с. 88–91].

Ж. Блан указывает на три фактора, определяющих экологический аспект реализации социальной ответственности в рамках ССЭ [Blanc J., 2007, p. 63–64]. Во-первых, в целом по сравнению с коммерческими предприятиями организации ССЭ в большей степени склонны учитывать интересы стейкхолдеров. Кроме того, они свободны от давления со стороны акционеров и необходимости повышения рентабельности своей деятельности. Такая ситуация создает для организаций ССЭ больше возможностей для реализации проектов, имеющих экологическую составляющую. Во-вторых, ассоциативный характер организационной структуры многих предприятий ССЭ, которые часто устанавливают партнерские отно-

шения с местными общественными организациями и получают от них поддержку в осуществлении своих инициатив, позволяет им реализовывать новые виды деятельности, за которые не берутся традиционные коммерческие предприятия. Например, это касается проектов по сбору и переработке вторсырья. И наконец, в число организаций ССЭ входит большое количество ассоциаций и некоммерческих организаций (НКО), занимающихся защитой ОС и продвижением в общественном пространстве идеи о необходимости поддержания экологического равновесия. Их активность побуждает, в частности, предприятия традиционной экономики к повышению значения экологического компонента в своей деятельности.

По данным МОТ, сегодня в мире существует множество примеров предприятий ССЭ, созданных в сельских районах, деятельность которых имеет очевидные положительные результаты в социальной сфере и в сфере защиты ОС. Так, созданная 15 лет назад в одном из регионов Бразилии Ассоциация сборщиков макулатуры и вторсырья (*Associação dos Catadores de Papel, Papelão e Material Reaproveitável*) дала возможность маргинализированным гражданам, в том числе бывшим заключенным, получить работу, регулярный доход и социальное признание выполняемой ими работы. Кроме того, благодаря деятельности Ассоциации сокращается загрязненность мусором населенных пунктов, что в свою очередь снижает риск загрязнения воды, а также способствует сохранению лесов и чистого воздуха. Важно и то, что в ходе развития своей деятельности Ассоциация установила партнерские отношения с бизнес-организациями, школами, общественными организациями, запустила образовательный проект – серию семинаров, посвященных как непосредственно переработке вторсырья, так и разнообразным экономическим, социальным, политическим и культурным проблемам. Это позволило повысить осознание гражданами местного сообщества важности сбора вторсырья и социального и экологического значения этой деятельности, а также способствовало распространению повседневных практик, направленных на сохранение ОС [Social and solidarity economy..., 2011, p. 127–128].

Среди других успешных экологических проектов ССЭ эксперты отмечают проекты использования возобновляемых энергоресурсов для обеспечения энергоснабжения бедного населения в Бангладеш, Индии, Шри Ланке, Кении и Мали; проекты, направленные на повышение эффективности энергопользования и сокращение загрязнения атмосферы на Филиппинах; проекты «чистого» общественного транспорта в Индии [Social and solidarity economy...,

2011, p. 131]. Обладая значительным потенциалом для развития социальной инклюзии, в том числе путем создания «зеленых» рабочих мест, организации ССЭ способствуют продвижению экологически чистых методов хозяйственной деятельности как предприятий, так и домашних хозяйств.

Политические аспекты. Организации ССЭ часто рассматриваются как составляющая гражданского ассоцианизма (*associationnisme civique*) [Chanail Ph., 2010; Laville J.-L., 2011; Cefaï D., 2011]. Руководствуясь коллективными ценностями, организации ССЭ влияют на жизнь общества, и это влияние выходит за рамки их экономической деятельности. Реализация коллективных интересов не ограничивается реализацией интересов членов организации ССЭ, а приносит пользу всему обществу, стимулируя развитие социального капитала, развитие территорий, сокращение неравенства. В рамках ССЭ формулируются идеи, которые становятся основой для определения коллективных целей и направлений развития социальной среды.

Рассматривая роль ССЭ в реализации коллективных интересов, И. Бонни [Bonny Y., 2007] выделяет политический, моральный и правовой аспекты социальной ответственности как внутри организации ССЭ, так и вне ее (социетальная ответственность).

Политическая составляющая социальной ответственности внутри организации состоит в институализации коллективного действия, правил организации, моделей функционирования, инструментов оценки результатов деятельности, что на практике выражается в демократизации принятия решений, «бескорыстном» и партисипативном характере управления, установлении социальных связей, прозрачности функционирования на всех уровнях. Моральная природа ответственности внутри организации ССЭ раскрывается в реализации принципов солидарности и реципрокности во взаимоотношениях менеджеров, наемных работников и других членов организации. Правовая ответственность реализуется в ответственности участников организации за соблюдение внутреннего устава и регламентаций организации.

Социетальная ответственность ССЭ также рассматривается в политическом, моральном и правовом измерениях. Как правило, организации ССЭ в своей деятельности не ограничиваются удовлетворением интересов своих участников, а учитывают потребности всего общества. Политический аспект социетальной ответственности предприятий ССЭ реализуется в проектах развития конкретных территорий, санитарной безопасности, сферы социальных услуг и

образования, а также в проектах по защите ОС и т.д. Кроме того, участники и менеджеры организаций ССЭ реализуют своего рода моральную миссию, продвигая такие социальные ценности, как солидарность, гражданский долг, гражданское общество. Правовая социетальная ответственность субъектов ССЭ выражается в уважении действующих законов и их неукоснительном соблюдении [Bonny Y., 2007, p. 12].

Реализация инициатив ССЭ, направленных на развитие социальной среды (создание рабочих мест в целях борьбы с безработицей, развитие услуг по социализации людей с ограниченными возможностями и пожилых людей, а также по уходу за детьми), является важным социальным действием, которое помогает решать проблемы конкретных домашних хозяйств, групп населения или индивидов. Проблемные темы выносятся в общественное пространство и становятся частью повестки дня всего гражданского общества.

Продвигая и реализуя широкий спектр социальных и гражданских инициатив, непосредственно участвуя в жизни местных сообществ и приобретая положительную репутацию среди населения, организации ССЭ получают так называемую социальную легитимность, представляющую собой, по определению П. Розанваллона¹, «репутационный капитал человека или режима». Эта особая форма легитимности, по мнению И. Бонни [Bonny Y., 2007], служит обоснованием того, что организации ССЭ получают преимущества в области нормативного регулирования, налоговые льготы, государственные субсидии и т.д., а также того, что они выступают в качестве независимого партнера государственных органов власти, сотрудничая с ними, выполняя делегированные им функции в сфере социальных услуг и т.п. Опираясь на специфическую форму социальной легитимности, организации ССЭ вносят свой вклад в формирование социальной политики и открывают путь к реальному сотрудничеству государства и гражданского общества.

* * *

ССЭ воспринимается многими экспертами как альтернативный традиционной экономике путь социально-экономического развития, ведущий к достижению социальной справедливости, устойчивому экономическому развитию, поддержанию экологического

¹ Rosanvallon P. La contre-démocratie: La politique à l'âge de la défiance. – P., 2006. – 345 p. – P. 20.

равновесия и политической стабильности. Организации ССЭ обладают рядом преимуществ, позволяющим им адекватно отвечать на вызовы, с которыми сталкивается современное общество, такие как защита ОС, обеспечение благосостояния населения, эффективное регулирование социально-экономической сферы. Эти организации способствуют социальной сплоченности, занятости, социальной инклюзии, повышению осведомленности общества об экологических проблемах и путях их решения. В рамках множества инициатив ССЭ реализуются меры по борьбе с социальным неравенством и сокращению бедности, что ведет к росту уровня жизни наиболее уязвимых социальных групп населения.

Анализ концептуальных особенностей ССЭ, а также их практики претворения в жизнь социально ответственных проектов позволяет сделать вывод о том, что в области социальной ответственности организации ССЭ опережают предприятия традиционной экономики, развивающие свою деятельность в русле концепции КСО. Это происходит благодаря таким сущностным характеристикам ССЭ, как демократизация управления и привлечение работников к процессу принятия управленческих решений, превалирование социальных целей над экономическими, в том числе при распределении прибыли, которое носит солидарный характер, опора на коллективную собственность на средства производства, разделение экономических рисков.

Организации ССЭ, в частности кооперативные общества, идут дальше предприятий классической экономики и в том, что касается реализации норм социальной ответственности в сфере трудовых отношений, а также при определении статуса работников в качестве участников предприятия.

Благодаря нацеленности на кооперацию, реципрокность, участие работников в управлении, стремлению учитывать интересы широкого круга стейкхолдеров и отсутствию давления со стороны акционеров по поводу рентабельности, ССЭ могут эффективно адаптировать свою деятельность к целям социально-экономического развития местных сообществ, что способствует реализации экологической составляющей КСО.

Организации ССЭ играют важную роль в расширении возможностей для общественного диалога – с помощью консультаций, переговоров и всякого рода обмена информацией – как внутри различных социальных групп, так и между ними, а также между экономическими агентами и представителями органов власти. Такой диалог очень полезен для определения общих интересов и вы-

работки учитывающей их экономической и социальной политики. Деятельность организаций ССЭ носит инклюзивный характер и стимулирует повышение прозрачности процесса принятия решений и экономических операций, что способствует развитию культуры диалога и возникновению новых идей, касающихся вопросов управления на разных уровнях общества. В результате общественного диалога создается основа для разрешения социально-экономических противоречий, обеспечения устойчивого экономического развития, а также достигается социальная сплоченность, что особенно важно в период экономических кризисов, создающих угрозу социальной дестабилизации.

Список литературы

1. Зубченко Л.А. Социальная ответственность бизнеса // Экономические и социальные проблемы России: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. – М., 2008. – № 1. – С. 65–83.
2. Пряхникова О.Н. Социальная и солидарная экономика: Возможности для устойчивого развития // Экономические и социальные проблемы России: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН – М., 2014. – № 2. – С. 86–107. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22604646>
3. A renewed EU strategy 2011–2014 for corporate social responsibility / Communication from the commission to the European parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions (COM (2011) 681). – Brussels. – 25.10.2011. – 15 p. – Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:en:PDF>
4. Bertezene S., Bayart C., Vallat D. Quelle convergence entre l'ESS et la RSE: Pistes de réflexion à partir d'une enquête nationale sur les EHPAD et les SSIAD // XIVème Rencontres du réseau inter-universitaire de l'économie sociale et solidaire: L'économie sociale et solidaire en coopérations. – Lille, 2014. – 13 p. – Mode of access: <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01067334>
5. Blanc J. Entre aiguillons et regards obliques: Responsabilité sociale des entreprises (RSE) et économie sociale et solidaire (ESS) // VIIème Rencontres du réseau inter-universitaire de l'économie sociale et solidaire: L'économie sociale et solidaire en coopérations. – Rennes, 2007. – 12 p. – Mode of access: http://base.socioeco.org/docs/blanc_jerome_rennes_2007.pdf
6. Blanc J. Responsabilité sociale des entreprises et économie sociale et solidaire: Des relations complexes // Économies et sociétés, développement, croissance et progrès. – P., 2008. – Vol. 42, N 1. – P. 55–82.

7. Bonny Y. Les trois sociétés civiles et la question de la responsabilité. – 2007. – Mode of access: http://base.socioeco.org/docs/bonny_yves_rennes_2007.pdf
8. Brammer S., Jackson G., Matten D. Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance // *Socio-econ. rev.* – 2012. – Vol. 10, N 1. – P. 3–28. – Mode of access: <http://ser.oxfordjournals.org/content/10/1.toc>
9. Cefai D. Politique de l'association: Engagement public et économie solidaire // *Sociologies* [En ligne]. – 18.10.2011. – Mode of access: <http://sociologies.revues.org/3590>
10. Chanial Ph. Justice, don et association: La délicate essence de la démocratie. – P.: La Découverte / MAUSS, 2001. – 384 p. – Mode of access: http://www.editionsla-decouverte.fr/catalogue/index-Justice__don_et_association-9782707135919.html
11. Codello-Guijarro P. Vers la construction d'un espace public de proximité // *Hermès.* – 2003. – Vol. 2, N 36. – P. 83–90. – Mode of access: http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=HERM_036_0083
12. Cooperating out of child labour: Harnessing the untapped potential of cooperatives and the cooperative movement to eliminate child labour / International labour organization. – Geneva, 2009. – viii p., 44 p.
13. Dash A. Towards an epistemological foundation for social and solidarity economy / UNRISD conference: Potential and limits of social and solidarity economy – Geneva, 2013. – 21 p.
14. Définition de la RSE // *Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises.* – Mode of access: http://www.orse.org/definition_de_la_rse-53.html
15. Doran C.J. The role of personal values in fair trade consumption // *J. of business ethics.* – 2009. – Vol. 84, N 4. – P. 549–563. – Mode of access: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-008-9724-1>
16. Galera G., Borzaga C. Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation // *Social enterprise j.* – 2009. – Vol. 5, N 3. – P. 210–228. – Mode of access: <http://www.emeraldinsight.com/toc/sej/5/3>
17. Laville J.-L. Grand résumé de «Politique de l'association» // *Sociologies* [En ligne]. – 18.10.2011. – Mode of access: <http://sociologies.revues.org/3588>
18. Maffet G., Sinda A. Rapprochement d'entreprises sociales et solidaires et d'entreprises engagées en RSE à Mendoza (Argentine): Quels effets? Qu'en est-il en Auvergne? // *XIVème Rencontres du réseau inter-universitaire de l'économie sociale et solidaire: L'économie sociale et solidaire en coopérations.* – Lille, 2014. – 17 p. – Mode of access: http://base.socioeco.org/docs/_index91.pdf
19. Michaud M., Audebrand L.K. Regards croisés sur l'économie sociale et la responsabilité sociale des entreprises // *Éthique publique.* – 2014. – Vol. 16, N 2. – 15 p. – Mode of access: <https://ethiquepublique.revues.org/1485>
20. Neamtan N. L'économie solidaire comme radicalisation de la démocratie // *La rev. du MAUSS.* – P., 2003. – N 21. – P. 128–134.

21. Persais E. Bilan sociétal: La mise en oeuvre du processus RSE au sein du secteur de l'économie sociale // *Revue internationale de l'économie sociale: Recma*. – 2006. – N 302. – P. 14–39. – Mode of access: <http://www.erudit.org/revue/recma/2006/v/n302/1021557ar.pdf>
22. Persais E. Entreprises sociale et socialement responsable: Le fossé est-il si grand? // *Management international / International management / Gestión internacional*. – 2012. – Vol. 16, N 4. – P. 41–56. – Mode of access: <http://www.erudit.org/revue/mi/2012/v16/n/1013148ar.html?vue=resume>
23. Promoting a European framework for corporate social responsibility: Green paper / Commission of the European communities (COM (2001) 366 final). – Brussels. – 2001. – 33 p. – Mode of access: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_en.pdf)
24. Samuel J. Towards the solidarity economy // *InfoChange news & features*. – 2008. – October. – Mode of access: <http://infochangeindia.org/globalisation/related-analysis/towards-the-solidarity-economy.html>
25. Social and solidarity economy: our common road towards decent work // *The Reader 2011. International training centre of the ILO*. – Turin, 2011. – 158 p. – Mode of access: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/instructionalmaterial/wcms_166301.pdf
26. Utting P. Social and solidarity economy: A pathway to socially sustainable development? / *The United Nations research institute for social development (UNRISD)*. – 29.04.2013. – Mode of access: <http://www.unrisd.org/unrisd/website/newsview.nsf/%28httpNews%29/AB920B156339500AC1257B5C002C1E96?OpenDocument>

Е.А. Пехтерева

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ

Вопросы корпоративной социальной ответственности (КСО) сегодня обсуждаются во всем мире и в России как в контексте взаимоотношений бизнеса и власти, так и устойчивого социально-экономического развития общества, эффективного и бережного использования людских и природных ресурсов. Усиление внимания к этой теме в России объясняется заметно возросшей ролью бизнеса в общественном развитии, повышением требований к его открытости и прозрачности [Ответственная деловая практика..., 2015, с. 5].

До 2000 г. понятие «корпоративная социальная ответственность» оставалось малоизвестным подавляющему большинству представителей отечественного бизнеса, а практика КСО ограничивалась благотворительностью, традиции которой коренятся в нашем историческом прошлом. Однако многие российские компании уже в тот период стремились повысить эффективность благотворительности как для получателей, так и для самой компании.

В 2002–2006 гг. на фоне экономической и политической стабильности и активного выхода российских компаний на международный рынок интерес крупных компаний к вопросу социальной ответственности бизнеса и стратегиям участия в жизни общества стал постепенно возрастать. В рамках активно развивающихся бизнес-ассоциаций (в частности, Ассоциации менеджеров, Российского союза промышленников и предпринимателей и др.) обсуждались концепции социальной ответственности бизнеса в России и вырабатывались практические рекомендации в этой области. Так, в докладе о социальных инвестициях в России, подготовленном в 2004 г. Ассоциацией менеджеров России совместно с Программой развития ООН (ПРООН), было сформулировано определение КСО

применительно к России. В этом документе корпоративная социальная ответственность определяется как «добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций» [Доклад о социальных инвестициях..., 2004, с. 9]. Понятие «социальной ответственности бизнеса» здесь было сужено до понятия «социальных инвестиций», хотя социальные инвестиции являются лишь одной из стратегий социально ответственного бизнеса. Но на тот момент, по мнению специалистов, практической формой реализации КСО в России были преимущественно социальные инвестиции. Приведенное определение КСО сохраняется и сегодня, а субъектами социально ответственного бизнеса, как и 10 лет назад, являются, главным образом, крупные компании [Корпоративная социальная ответственность: Российский опыт].

Что касается терминологии, то на практике представители бизнеса предпочитают использовать термин «корпоративная социальная ответственность», а академические круги, общественные организации и обыватели – «социальная ответственность бизнеса». Оба понятия являются переводом английского «corporate social responsibility». В настоящее время в российской экономической литературе и печати чаще всего используется термин «корпоративная социальная ответственность». КСО также имеет множество других названий: гражданская корпоративная ответственность, корпоративная этика, корпоративное гражданство, корпоративная гражданская позиция, устойчивое развитие, социальные инвестиции, тройной критерий (triple bottom line)¹ и ответственный бизнес и др. При этом, как правило, речь идет об одной и той же концепции [Куринько Р.Н.; Матасов М. В, 2014, с. 43].

Хотя сегодня нет единого определения социальной ответственности бизнеса, все подходы к рассмотрению этого явления сходятся в том, что КСО – это ответственность компании за влияние своей деятельности на окружающую социальную и природную среду перед всеми людьми и организациями, с которыми компания имеет дело, и перед обществом в целом. Уплата налогов и исполнение законодательных требований – это лишь минимум, который бизнес должен соблюдать. Не менее важна позиция компании в отношении сотрудников и рабочих; важно также влияние, которое

¹ Концепция, согласно которой предприниматели и менеджеры должны принимать в расчет не только финансовые показатели, но также социальные и экологические результаты деятельности компании; применяется также по отношению и к государственной политике.

она оказывает на местное сообщество. Развитие общества и рост компании взаимосвязаны. Эту позицию емко и ясно сформулировал в свое время Дэвид Паккард, основатель корпорации «Hewlett Packard»: *«Многие ошибочно считают, что цель существования любой компании – делать деньги. Однако, хотя деньги – важный результат работы, мы пришли к выводу: группа людей становится тем, что мы называем компанией, чтобы получить возможность коллективно совершить то, что не по силам одиночкам, – внести вклад в жизнь общества»* [цит. по: Куринько Р.Н.].

Что касается социально ответственного бизнеса в России, то в нашей стране по сравнению с промышленно развитыми странами Запада специалисты выделяют ряд особенностей. Во-первых, резко выражена объективная необходимость поддержки, а подчас и «замещения» государства и муниципальных органов власти со стороны бизнеса в социальной сфере. Во-вторых, давление на крупный бизнес со стороны потребителей и граждан остается сравнительно слабым. Если в странах Запада бизнес испытывал сильное давление со стороны общества, что и послужило одним из факторов закрепления и институционализации концепции КСО, то в России такое давление практически отсутствует. В-третьих, в России бизнес находится под сильным давлением со стороны государства и местных органов власти. Именно государство в лице Президента РФ определило социальную ответственность бизнеса как главный принцип в его взаимодействии с государством и обществом. Важнейшей особенностью социально ответственного бизнеса в России является то, что привержены КСО преимущественно крупнейшие компании добывающего сектора. 40% (более 500 млн долл.) общего объема средств на социальные программы, выделяемых ежегодно российскими компаниями, приходится на 20 крупнейших корпораций [Матасов М.В., 2014, с. 45].

Низкая капитализация российских средних предприятий и отсутствие у них ресурсов на осуществление масштабных социальных программ не позволяет большинству из них в полной мере внедрить в деловую практику принципы КСО. Что касается малых предприятий, то они и вовсе далеки от идей социально ответственного предпринимательства. Это объясняется рядом факторов: 1) тяжелым финансовым положением малых предприятий, обусловленным во многом несовершенством институциональной среды. Преобладающей стратегией в малом бизнесе является выживание, что не способствует построению социально ответственной линии поведения; 2) отсутствием государственной программы по внедрению

принципов социальной ответственности в предпринимательское сообщество. Не разработан механизм государственной поддержки и поощрения компаний, демонстрирующих социально ответственное поведение; 3) недостаточно высоким уровнем деловой культуры в среде малого предпринимательства; 4) недооценкой руководством компаний выгод от реализации социально ответственного поведения на практике; 5) субъективной неподготовленностью руководства многих малых предприятий к социально ответственному поведению. При этом малые и средние предприятия испытывают на себе большое давление со стороны региональных и местных властей. Зачастую руководителей этих предприятий принуждают оказывать поддержку отраслям социальной сферы, в развитии которых заинтересована местная администрация, но которые не представляют интереса для бизнеса. В случае сопротивления местные власти используют широкий арсенал средств, чтобы наказать нестеснительных бизнесменов, в том числе могут выселить их из занимаемого помещения, отказать им в продлении договора аренды и т.д. При этом представители государственной власти и местного самоуправления признают, что у них нет четких механизмов работы с бизнесом, отсутствуют прозрачные правила взаимоотношений между бизнесом и властью [Савичева Е.Ю., 2010].

Специалисты считают, что в России к настоящему времени так и не сложились благоприятные условия для развития принципов социальной ответственности в сфере предпринимательства. Дореволюционная благотворительность и советская система социальной поддержки не способствовали формированию институциональных норм КСО и механизмов социального партнерства. Недостаточно высокий уровень интеграции страны в мировую экономику и мировое информационное пространство, состояние общественных инфраструктур, а также отсутствие традиций корпоративного управления привели к тому, что политический фактор в практике социальной ответственности бизнеса играет в России существенную роль [Корпоративная социальная ответственность: Российский опыт].

КСО в своих современных трактовках – это не бремя, навязываемое бизнесу, а мощный инструмент повышения его конкурентоспособности. Постепенное осознание российским бизнесом стратегической природы КСО заставляет его не только рационально относиться к существующим в обществе запросам, но и активно на них откликаться. Все большее число ведущих отечественных компаний демонстрирует понимание нового для России стратегиче-

ского подхода к КСО: социально ответственным считается тот бизнес, который, эффективно решая свои коммерческие задачи, сочетает экономический успех с движением к социальному благополучию и экологической безопасности. Из этого следует, что национальные приоритеты развития общества и задачи эффективного ведения бизнеса стратегически не просто совместимы, но прямо связаны друг с другом [Корпоративная социальная ответственность: Российский опыт; Феоктистова Е., 2010].

Опираясь на такой подход, по инициативе и при непосредственном участии Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) отечественным деловым сообществом была выработана и принята консолидированная позиция в отношении КСО и роли бизнеса в общественном развитии. Эта позиция зафиксирована в Социальной хартии российского бизнеса (далее – Хартия) – своде принципов ответственной деловой практики, которые отвечают задачам устойчивого развития и могут служить основой формирования корпоративных стратегий для каждой организации.

Хартия разрабатывалась с учетом международных документов в сфере прав человека, труда, окружающей среды, выработанных ООН, МОТ и Советом Европы. После широкого обсуждения Хартия была принята съездом РСПП в 2004 г. (в 2008 г. была утверждена новая редакция этого документа). Специалисты оценивают Хартию как свод основополагающих принципов ответственной деловой практики и новый формат оценки совместного вклада отечественного бизнеса и его партнеров в устойчивое развитие страны и социальное благополучие [Социальная хартия российского бизнеса. Редакция 2007 г., 2008].

Основные принципы Хартии охватывают сферы экономической и финансовой устойчивости, качества продукции и взаимоотношений с потребителями, деловой этики и взаимоотношений с партнерами и работниками, вопросы соблюдения прав человека, экологической безопасности, участия в развитии местного сообщества. В Хартии отмечается, что социальная роль бизнеса основывается на том, что устойчивое развитие компаний ведет к снижению предпринимательских рисков, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию компаний, создает позитивный вклад делового сообщества в устойчивое экономическое и социальное развитие страны.

Социальная хартия российского бизнеса – это добровольная инициатива, к которой может присоединиться любая российская

компания. В соответствующем реестре РСПП зарегистрировано 257 организаций (компании, отраслевые и региональные объединения бизнеса) с общей численностью более 6 млн работников [Социальная хартия российского бизнеса. – Российский союз...]. Среди них такие компании, как «ЛУКОЙЛ», «Роснефть», «Татнефть», РЖД, «РОСБАНК», «Газпромбанк», «Балтика», «Российские коммунальные системы», МТС, «РУСАЛ», РАО ЕЭС, «ИНТЕРПРОС» и многие другие, провозгласившие принципы ответственной деловой практики основой своей бизнес-стратегии. Большое число российских компаний, которые формально не заявили о присоединении к Хартии, используют предложенные в ней подходы в своих корпоративных документах – в кодексах делового поведения, при разработке корпоративной политики, определении миссии и ценностей компании, подготовке отчетов о результатах деятельности [Социальная хартия российского бизнеса. Редакция 2007 г., 2008].

Следование стратегии КСО предполагает: формирование соответствующей корпоративной политики; внедрение систем управления, нацеленных на устойчивое развитие; взаимодействие с заинтересованными сторонами для поддержания баланса интересов и снижения рисков; измерение и оценку компанией своих действий в свете стратегии КСО; информационную открытость и прозрачность деятельности, включая подготовку добровольных нефинансовых (социальных) отчетов как инструмента публичного информирования заинтересованных сторон о результатах своей деятельности. Приверженность такому подходу позволяет российским компаниям не только улучшать результаты своей деятельности, но и расширить социальный диалог и взаимодействие с властными структурами и местным сообществом, что, в свою очередь, оказывает благоприятное воздействие на развитие бизнеса.

Социальное инвестирование. Конкурентоспособность компании сегодня определяется эффективностью использования не только производственных активов, природных и денежных ресурсов, но и трудовых ресурсов, качество которых становится одним из главных конкурентных преимуществ компаний. Структура и результативность социальных инвестиций – это вопросы стратегии развития компаний. На сегодняшний день для большинства российских предприятий и компаний приоритетом в их социальном инвестировании является внутренняя социальная политика, направленная на поддержание и стимулирование работников самой компании. Вкладывая значительные средства в обучение и повышение квалификации персонала, улучшение условий труда, обеспечение со-

циальной защиты работников и рассматривая эту деятельность как составную часть своего бизнеса и корпоративной ответственности, компании участвуют в решении социальных проблем в регионах присутствия. По данным Ассоциации менеджеров России, на развитие персонала отечественные компании тратят от 60 до 80% социальных инвестиций, а на внешние социальные инвестиции, адресованные территориальному сообществу 20% социального бюджета [Коротков Э.М., 2013, с. 157].

Социальные инициативы российского бизнеса при этом оказывают заметное влияние на процессы социального развития в стране, меняют общественные представления о нормах качества жизни. Например, пенсионер, имеющий корпоративную пенсию в дополнение к государственной, лучше защищен в старости. Работники компаний, имеющие полностью или частично оплаченный полис добровольного медицинского страхования (ДМС), располагают большими возможностями для получения медицинских услуг. На компании, страхующие своих сотрудников, приходится более 85% общих сумм взносов на ДМС. Работодатель, содействуя росту уровня образования и квалификации сотрудников, повышает тем самым их конкурентные преимущества на рынке труда и уверенность в завтрашнем дне. Мероприятия по поддержанию здоровья, организации досуга и отдыха, жилищные программы реально улучшают качество жизни работников и их семей. При этом приоритеты корпоративной социальной политики, механизмы реализации программ и необходимые расходы тщательно планируются, а результаты оцениваются.

Меры и правила поддержки социально ответственного бизнеса в России пока не разработаны. Невозможно написать общегосударственную «программу по добру», считают специалисты, но местные власти могли бы поддерживать проекты и оригинальные решения, на которые способен лишь социально ответственный бизнес [Социально ответственный бизнес: Госпрограмма...]. Хотя пока местные власти не всегда активно поддерживают социальные инициативы бизнеса, некоторые шаги в этом плане предпринимаются. В тех регионах, где социальный бизнес поддерживается местными властями, этот инструмент решения социальных нужд действительно работает. Например, в Пермском крае существуют дополнительные условия для развития и широкого внедрения в практику социально ответственного бизнеса. Так, в 2006 г. там были внесены изменения в Закон Пермского края «О налогообложении Пермской области», которые установили льготу по налогу на при-

быль организаций в размере 4%, а с 2009 г. эта льгота выросла до 4,5%. Полученную разницу организации распределяют на свои цели и задачи, в том числе на благотворительность, реализацию социально ответственных проектов, спонсорство и т.д. [Мингалева Ж.А., Смилевская И.П., 2012].

Спектр проблем, в решении которых компании принимают участие на территориях присутствия, очень широк. Внешние социальные программы, как правило, направлены на поддержку развития социальной инфраструктуры, улучшение социального климата и среды обитания. Большинство российских компаний реализует различные типы корпоративной социальной деятельности, которые, согласно популярной типологии М. Халме и Ю. Лаурилы, разделяются на «благотворительность» (филантропия), «корпоративную ответственность – интеграцию» (КО-интеграция) и «корпоративную ответственность – инновацию» (КО-инновация). Корпоративная благотворительность, включающая в себя различные корпоративные благотворительные программы и волонтерскую деятельность сотрудников, как правило, прямо не связана с основной деятельностью компании. КО-интеграция, означает изменение основных бизнес-процессов на основе принципов КСО, что благотворно влияет на социальные и экологические характеристики и результаты этих процессов и ведет к росту производительности и продаж, снижению издержек и соответствующих рисков. КО-инновации подразумевают процессные, продуктовые и маркетинговые инновации, изначально увязываемые с решением конкретных социальных и экологических проблем. КО-инновация представляется наиболее «выгодным» для бизнеса и общества направлением корпоративной социальной деятельности. В целом речь идет о своеобразном «портфеле» социальных инвестиций, дополняющих друг друга и позволяющих компаниям решать разнообразные задачи.

В настоящее время, по результатам исследований, российские компании ориентированы на развитие корпоративной благотворительности и КО-интеграции, а КО-инновация находится лишь на стадии становления. Принимая решения о выборе направлений социальных инвестиций, 85,7% компаний руководствуются критерием «соответствие долгосрочной корпоративной стратегии», в целом подразумевающим КО-интеграцию; 64,3% – критерием «острота конкретной социальной или экологической проблемы»; 25,0% – «моральные предпочтения акционеров»; 17,9% – «моральные предпочтения менеджеров», преимущественно соотносимые с корпоративной благотворительностью, и лишь 26,8% компаний

выделили «инновационность», непосредственно связанную с КО-инновацией¹ [Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: К созданию..., 2014, с. 17–19].

Многие компании участвуют в реализации социальных программ в местных сообществах на принципах партнерства, что подразумевает совместную разработку проектов, распределение ответственности за исполнение, долевое финансирование, формирование механизмов контроля результатов и использования средств и т.д. В числе компаний, использующих разнообразные технологии партнерства, можно назвать «ЛУКОЙЛ», «Северсталь», «Банк Уралсиб», «Сахалин-Энерджи» и многие другие, которые неоднократно отмечались в различных конкурсах социальных проектов. Наиболее распространенные объекты инвестиций – дети и молодежь, спорт, культура, образование и здравоохранение, экологические программы. По имеющимся данным, из всех безвозмездных поступлений в российские благотворительные организации около 75% составляют поступления от коммерческих компаний. Эти средства являются значимым источником инвестиций в социальную сферу.

Корпоративное социальное развитие и социальные инвестиции в любой период жизни компании остаются источником усиления конкурентоспособности, если соответствующая деятельность интегрирована в стратегию развития бизнеса. При такой постановке вопроса могут быть достижимы сразу две цели – получение экономической выгоды и удовлетворение ожиданий общества [Феоктистова Е., 2010].

Нефинансовая отчетность. Информационная открытость – необходимый элемент ответственной деловой практики, который способствует повышению доверия к бизнесу. В настоящее время важным средством повышения прозрачности в деятельности компании является ее публичный нефинансовый отчет.

С момента выхода первого нефинансового (экологического) отчета в России в 2000 г. прошло уже более 15 лет. Тенденции, наблюдаемые в мире в области нефинансовой отчетности, характерны также и для России. За истекшие годы пройден путь от единичных компаний-пионеров, предпринявших попытки понять и применить на практике новые идеи, до более 150 компаний, которые сегодня включены в Национальный регистр нефинансовых

¹ Данные приведены в процентах от числа компаний-респондентов, участвовавших в опросе. Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать более одного варианта.

отчетов, созданный РСПП. В настоящее время Национальный регистр и электронная Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов РСПП представляют собой наиболее полную базу данных таких отчетов, выпускаемых компаниями, работающими в России. Данные Национального регистра РСПП позволяют проследить динамику выпуска отчетов по годам, рост числа компаний, публикующих нефинансовые отчеты, и их отраслевую принадлежность, а также ознакомиться с содержанием этих отчетов. РСПП регулярно выпускает обзоры нефинансовой отчетности, в которых фиксируются ключевые тенденции и изменения, а также передовая практика в этой области [Ответственная деловая практика..., 2015].

По состоянию на январь 2016 г. в Национальный регистр нефинансовых отчетов РСПП внесены 158 компаний, зарегистрировано отчетов – 620, которые выпущены в период, начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) – 52, социальные отчеты (СО) – 258, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) – 201, интегрированные отчеты – 86, отраслевые отчеты – 23 [Национальный регистр и библиотека...].

В основном это крупные частные компании и крупнейшие компании с государственным участием, представляющие нефтегазовую, энергетическую, химическую, металлургическую и финансовую отрасли. Эти компании являются работодателями для большинства населения страны и определяют социально-экономическую ситуацию в регионах своего присутствия. В нефинансовых отчетах отечественные компании наиболее полно раскрывают аспекты своей деятельности и, по мнению специалистов, доступно и достоверно отражают общественное лицо российского бизнеса.

Международная практика выработала два подхода к подготовке публичной отчетности: представление компанией годового и нефинансового отчета как отдельных документов и представление интегрированного в едином документе годового и нефинансового отчетов. В России компании выпускают нефинансовый отчет чаще отдельно от годового. В отличие от последнего, который для открытых акционерных обществ является обязательным, нефинансовая отчетность – добровольная инициатива каждой компании. В нефинансовом отчете информация по вопросам корпоративной социальной ответственности раскрывается наиболее полно и последовательно.

Прозрачность деятельности предприятий и нефинансовая отчетность признаются сегодня на высшем международном уровне важным фактором развития мировых рынков, одним из условий

повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности компаний. Эти задачи стоят и перед российским бизнесом.

Деятельность, которую отражают нефинансовые показатели, охватывает широкий круг вопросов – качество менеджмента, этика делового поведения, структура и результативность социальных инвестиций, связанных с развитием персонала, созданием благоприятной среды на территориях присутствия. Эти факторы, определяя общественное лицо компании, все в большей степени влияют на формирование ее деловой репутации, что имеет вполне определенные экономические последствия.

Внедрение добровольной нефинансовой отчетности в корпоративную практику не является уделом только крупных компаний. Вслед за лидерами бизнеса в этот процесс постепенно включаются компании, 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. Число российских компаний, внедряющих практику подготовки нефинансовых (социальных) отчетов, растет, расширяется отраслевая структура отчитывающихся организаций [Ответственная деловая практика...].

Развитие добровольной корпоративной нефинансовой отчетности, раскрывающей сведения о результатах деятельности в соответствии с принципами ответственного ведения бизнеса, позитивно влияет не только на репутацию компаний, но и на деловой климат, улучшает имидж бизнес-сообщества в целом. Это важно для понимания в обществе сущности корпоративной ответственности и реального вклада бизнеса в социально-экономическое развитие страны. Публикуя нефинансовую отчетность, все большее число компаний заявляют о своей приверженности универсальным принципам корпоративной ответственности [Феокистова Е., 2010].

КСО, как составляющая часть современного российского предпринимательства, имеет пока относительно короткую историю. Однако в целом развитие КСО в российском бизнесе соответствует общемировой тенденции постепенной интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, перехода к идеологии социальных инвестиций, отвечающих долгосрочным интересам и общества, и бизнеса [Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: К созданию..., 2014]. При этом в группе ведущих российских компаний сформировалась устойчивая группа компаний-лидеров, соот-

ветствующих лучшим мировым образцам корпоративной социальной деятельности. Компании-лидеры создают комплексную систему управления «портфелем» корпоративной социальной деятельности, демонстрируют инновационность при выборе направлений социальных инвестиций и расширяют сферу своей социальной ответственности. Одним из признанных лидеров в деле ведения бизнеса в соответствии с принципами КСО является нефтедобывающая компания «ЛУКОЙЛ».

Группа предприятий ОАО «ЛУКОЙЛ» – пример социально ответственного бизнеса

Деятельность компании «ЛУКОЙЛ» как социально-ответственного предприятия получила признание не только в России, но и на международном уровне. Так, в 2005 г. президенту ОАО «ЛУКОЙЛ» В. Алекперову была вручена награда Вудро Вильсона за заслуги в области развития корпоративного гражданства. Международный научный центр имени Вудро Вильсона (Вашингтон, США) ежегодно присуждает эту престижную награду руководителям в сфере государственного управления и бизнеса, которые стремятся улучшить качество жизни как в своей стране, так и за ее пределами. В. Алекперов в связи с присуждением награды заявил, что расценивает ее «как признание не столько личного, сколько корпоративного вклада в общественное развитие». «Когда создавалась компания “ЛУКОЙЛ”, мы поставили перед собой амбициозную цель: доказать, что в России можно построить не только успешный, но и социально ответственный бизнес. Сегодня я с гордостью могу сказать, что мы эту задачу выполнили» [Алекперов В., 2005].

Как отмечает начальник управления координации корпоративной деятельности «ЛУКОЙЛ» М. Тарарашкин, основная мотивация компании в сфере социальной ответственности в том, что «компания является частью гражданского общества. Сегодня крупная корпорация – это не просто субъект экономики, но и коллективный гражданин общества с его правами и обязанностями. Поэтому чувство ответственности и долга выступает руководством к социальной деятельности» [Нефтяники – партнеры..., 2015].

Социальная политика компании «ЛУКОЙЛ» нацелена прежде всего на собственных сотрудников – на создание условий социальной защищенности и стабильности в трудовых коллективах. Основные социальные программы действуют в сфере охраны здоровья, оказания помощи работникам в приобретении собственного жилья,

социальной поддержки женщин и семей с детьми и негосударственного пенсионного обеспечения.

В компании более 90% сотрудников охвачены программой добровольного медицинского страхования (ДМС), что обеспечивает работникам возможность получения дополнительных услуг по сравнению с программами обязательного медицинского страхования (ОМС) и прохождения высокотехнологичных обследований, а также получения медицинской помощи высокого качества. В организациях компании первичная медицинская и санитарная помощь оказывается на базе более 100 медпунктов, а на удаленных территориях целевые обследования персонала проводятся силами выездных медицинских бригад.

В компании действует корпоративная жилищная программа оказания помощи работникам в улучшении их жилищных условий путем субсидирования процентной ставки по банковскому ипотечному жилищному кредиту.

В плане пенсионного обеспечения действуют корпоративные пенсионные программы – декретная¹ и долевая². Усилия компании в соответствии с корпоративным пенсионным стандартом были направлены на формирование пенсионного капитала работников с использованием всех возможностей, предоставляемых действующим законодательством и локальными нормативными актами, включая: эффективное управление накопительной частью трудовой пенсии, участие в программе государственного софинансирования пенсионных накоплений и в корпоративной системе негосударственного пенсионного обеспечения. По состоянию на конец 2014 г. около 95% сотрудников «ЛУКОЙЛ» формируют накопительную часть трудовой пенсии в негосударственном пенсионном фонде «ЛУКОЙЛ-ГАРАНТ». За десять лет накопленная доходность средств накопительной части трудовой пенсии составила 133,68%, что превышает накопленную доходность ПФР (85,7%) за тот же период. В программе государственного софинансирования

¹ Декретная пенсионная программа основана на финансировании негосударственной пенсии исключительно работодателем. Декретный пенсионный капитал формируется за счет средств работодателя, внесенных по декретному договору и учтенных на солидарном пенсионном счете в целях обеспечения выплаты работникам декретных пенсий. Декретный договор – это пенсионный договор, регулирующий взаимоотношения сторон по поводу негосударственных пенсий, формируемых за счет декретного капитала.

² Долевая пенсионная программа основана на совместном финансировании негосударственной пенсии работником и работодателем.

накопительной части трудовой пенсии участвуют больше половины сотрудников.

Что касается негосударственного пенсионного обеспечения, то по итогам 2014 г. активными участниками корпоративной декретной пенсионной программы являлись 47 941 человек (более 56% среднесписочной численности), а корпоративной долевой пенсионной программы – 36 855 человек, что превысило 43% среднесписочной численности. Средний размер негосударственной пенсии, выплаченной в 2014 г., составил 2100 руб. [ЛУКОЙЛ. Отчет о деятельности..., 2015, с. 46].

За 25 лет своего существования компания «ЛУКОЙЛ» прошла несколько этапов в осознании и реализации концепции КСО. Сначала это были разовые благотворительные акции, затем системная благотворительность, которая позже стала частью продуманной, взвешенной концепции КСО. Компания пришла к пониманию того, что помимо осуществления благотворительной и спонсорской деятельности необходимо что-то качественно новое, более фундаментальное, что отражает позицию компании в отношении устойчивого развития общества не только в России, но и за ее пределами [Нефтяники – партнеры..., 2015].

«ЛУКОЙЛ» ведет разведку и добычу углеводородов в 12 странах мира и во всех этих странах реализует проекты КСО, направленные на развитие местных сообществ и поддержку местного населения. Особенность работы нефтегазовых компаний за рубежом заключается в том, что социальные проекты чаще всего опережают проекты добычи. Практически везде ремонт и оснащение школ и медицинских учреждений начинались раньше, чем геологоразведочные работы, т.е. до того момента, как компания получит первую прибыль от работы в стране. Это делается для того, чтобы местное население видело в нефтяниках надежных партнеров, а не хищников, пришедших за ценными ископаемыми. Социальные проекты в этом отношении уникальны тем, что позволяют наладить хорошие отношения и с населением, и с местными властями. Так, за 3 года работы в Ираке в условиях сложной экономической, политической и социальной обстановки «ЛУКОЙЛ» оснастил 31 школу в провинции Басра, построил 6 футбольных стадионов и площадок, обеспечил оборудованием 3 медицинских центра, что позволило более чем 300 тыс. местных жителей получать квалифицированную врачебную помощь [Нефтяники – партнеры..., 2015].

На территории России «ЛУКОЙЛ» действует в шести федеральных округах, где оказывает значительное влияние на соци-

ально-экономическое развитие территорий и принимает активное участие в решении местных задач.

В «ЛУКОЙЛ» создана и действует целая система благотворительной и спонсорской помощи, которая отвечает стратегическим целям и задачам компании. Координатором благотворительной деятельности выступает благотворительный фонд (БФ) «ЛУКОЙЛ», который занимается программами в сфере культуры, спорта, образования, медицины, развития местных сообществ. Наряду с традиционными формами благотворительности компания реализует программы стратегической благотворительности и социальных инвестиций, увязанные со стратегическими целями компании. Под социальными инвестициями руководство компании понимает финансирование программ и проектов, имеющих долгосрочный эффект и позитивно влияющих на качество жизни в российских регионах. Социальные инвестиции осуществляются через механизм соглашений о социально-экономическом партнерстве с администрациями регионов и муниципальных образований. Взаимодействие с заинтересованными сторонами включено в систему управления как часть процессов управления и не выделяется в отдельную целевую задачу.

«ЛУКОЙЛ» придерживается принципов социального партнерства и считает администрации субъектов РФ и муниципальных образований основными партнерами в решении социально-экономических задач на территориях своего присутствия. В рамках партнерских соглашений решаются экономические, производственные, инфраструктурные, социальные вопросы, в том числе специфичные для региона (например, северный завоз топлива, поддержка коренных малочисленных народов Севера). Значительная доля инвестиций в рамках соглашений вкладывается в развитие социальной инфраструктуры в регионах: строительство и ремонт детских садов, школ, спортивных объектов, поликлиник и больниц, учреждений культуры.

Примером партнерского подхода к решению социальных задач является проводимый с 2002 г. конкурс социальных и культурных проектов, в котором участвуют местные органы власти, органы местного самоуправления, а также жители территорий и некоммерческие организации. Конкурс проводится по пяти основным номинациям: «Экология», «Милосердие», «Культура и искусство», «Физическая культура, «Спорт и туризм» и «Родной край». Задача конкурса – повысить эффективность региональных организаций, работающих в социальной сфере, и стимулировать соци-

альную инициативу самих граждан. Конкурс социальных и культурных проектов «ЛУКОЙЛ» в 2012 г. был признан лауреатом первой Национальной программы «Лучшие социальные проекты России» в категории «Социально направленные конкурсы». Программа проводится при поддержке Министерства труда и социального развития РФ, Министерства природных ресурсов и экологии РФ, Агентства стратегических инициатив, Фонда дикой природы (WWF), Лесного попечительского совета (Forest Stewardship council, FSC) и других общественных организаций.

География конкурса постоянно расширяется. В 2014 г. он проводился уже в 15 субъектах РФ. За 13 лет местными организациями было подано более 18 тыс. заявок, реализовано свыше 3800 социальных проектов. С 2002 по 2012 г. бюджет конкурса составил 360 млн руб., а за 2013–2014 гг. – более 175,4 млн руб. С начала проведения конкурса ежегодный бюджет увеличился более чем в 40 раз [ЛУКОЙЛ. Отчет о деятельности..., 2015, с. 57–58].

Совместно с фондом региональных социальных программ «Наше будущее» «ЛУКОЙЛ» реализовал несколько важных проектов. Так, в 2012–2014 гг. было построено 6 детских садов на 1,5 тыс. мест в Астрахани, Перми, Когалыме, Саратове, в районных центрах Волгоградской области Котове и Николаевске. По завершении строительства детские сады были переданы муниципальным органам власти и их услугами пользуются семьи работников ЛУКОЙЛа и местные жители.

При непосредственном участии «ЛУКОЙЛ» был реализован первый благотворительный проект помощи передвижению инвалидов «ИНВАТАКСИ». Автомобили, оборудованные специальной погрузочной площадкой для инвалидных колясок, перевозят инвалидов-колясочников и малообеспеченных инвалидов I группы в медицинские и социальные учреждения Москвы, в аэропорты и на железнодорожные вокзалы, на экскурсии и в паломнические поездки. «ЛУКОЙЛ» обеспечил «ИНВАТАКСИ» двумя годовыми топливными картами для заправки в объеме более 9 тыс. литров топлива на своих АЗС.

В 2014 г. стартовала новая для России инициатива, в рамках которой реализуются сразу несколько направлений деятельности компании в области устойчивого развития. Проект предполагает, что в магазинах при АЗС в Московской области будут продаваться экологически чистые молочные продукты, а также изделия из войлока и другие товары, которые производят социальные предприниматели из Рыбинска, Санкт-Петербурга, Москвы и Московской

области. Стойки с товарами социальных предпринимателей маркируются слоганом «Больше чем покупка!». Приобретая эти товары, клиенты АЗС «ЛУКОЙЛ» делают вклад в развитие малого бизнеса и социальное предпринимательство в целом и принимают участие в решении социальных проблем.

Огромное внимание «ЛУКОЙЛ» уделяет *партнерским и благотворительным программам в области образования*. В настоящее время компания реализует партнерские программы с 14 вузами в разных регионах РФ.

Хорошей иллюстрацией стратегических подходов компании является уникальный для России проект, в рамках которого в 2011 г. «ЛУКОЙЛ» передал в три вуза (Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Тюменский государственный нефтегазовый университет и Ухтинский государственный технический университет) свои проектные подразделения вместе со специалистами, оборудованием и программным обеспечением. На их основе созданы настоящие научно-исследовательские подразделения, в которых трудятся и повышают квалификацию учащиеся и преподаватели указанных вузов. Таким образом, идеи, появляющиеся у специалистов еще в процессе обучения, могут быть превращены в реальные проекты и внедрены в производство.

«ЛУКОЙЛ» поддерживает развитие материальной и учебной базы нескольких вузов. Например, в 2013–2014 гг. компания направила 90 млн руб. на строительство нового здания научной библиотеки Северного (Арктического) федерального университета им. М.В. Ломоносова (Архангельск). В здании библиотеки на 2,5 млн единиц хранения есть не только традиционные и мультимедийные читальные залы, но и большой актовый зал с аппаратурой для синхронного перевода, учебные аудитории, информационный центр «Арктик-фонд», объединяющий ресурсы, посвященные изучению северных территорий, театральная сцена и многое другое.

«ЛУКОЙЛ» учредила и с 2000 г. выплачивает именные стипендии наиболее одаренным студентам нефтяных и технических вузов. В 2013–2014 гг. были выплачены стипендии на сумму 9,4 млн руб. В рамках программы поддержки молодых преподавателей более 60 педагогов из ведущих нефтяных и других вузов страны получают именные гранты. За период с 2013 по 2014 г. были выплачены гранты на сумму 15,5 млн руб. [Нефтяники – партнеры..., 2015]

В социальных инвестициях «ЛУКОЙЛ» важное место принадлежит *взаимоотношениям с коренными малочисленными народами (КМН)*. В частности, компания участвует в государственной

программе «Социально-экономическое развитие коренных малочисленных народов Севера на 2014–2020 годы».

Особенность работы «ЛУКОЙЛ» в районах Сибири и Крайнего Севера состоит в том, что предприятия компании могут оказывать существенное влияние на жизнь народов ханты, манси, ненцев, селькупов и коми. Расширение добычи нефти и газа приводит к тому, что в зону активного недропользования попадают жизненно важные для этих народов территории. Компания строит свою работу с местным населением на принципах сохранения их культурного наследия и традиционного образа жизни.

Ежегодно утверждаются программы, адресованные владельцам родовых угодий КМН, заключаются прямые договоры с родовыми семьями и кооперативами КМН; осуществляется сотрудничество с их общественными организациями; реализуются партнерские проекты с местными властями и организациями. При этом формат и содержание реализуемых программ зависят от сложившейся ситуации в регионе. Например, в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре имеется развитое местное законодательство, определяющее роль нефтяных компаний в поддержке КМН: обязательные требования включаются в лицензионные соглашения с компаниями, действуют установленные процедуры согласования размещения промышленных объектов и размера компенсационных выплат, определены правила поведения работников нефтяных компаний на территориях традиционного проживания КМН. Здесь приоритетными направлениями поддержки КМН являются: обустройство территорий традиционного природопользования, приобретение материально-технических средств, развитие этнографического туризма, поддержка молодых специалистов из числа КМН и др.

В Ненецком автономном округе (НАО) и Республике Коми основным традиционным видом хозяйственной деятельности, сохраняющим этнос, является оленеводство, основная форма организации деятельности – сельскохозяйственные кооперативы. В НАО приоритетным является усиление поддержки именно семейно-родовых общин округа, так как помощь из бюджета региона в виде субсидий оказывается в основном кооперативам.

Помощь детям, как социальные инвестиции в будущие поколения, присутствует во всех корпоративных благотворительных, спонсорских программах «ЛУКОЙЛ». При этом поддержка оказывается как детям, которые оказались в неблагоприятных условиях, так и детям из благополучных семей, с тем, чтобы помочь им развивать природные способности и таланты.

Важная программа *поддержки детских домов и интернатов* имеет целью помочь выпускникам получить образование, укрепить здоровье, обрести профессию и найти свое место в жизни. Уже 10 лет благотворительный фонд (БФ) «ЛУКОЙЛ» выплачивает именные «лукойловские» стипендии выпускникам подшефных детских домов, обучающимся в вузах и средних специальных учебных заведениях. В 2013 г. стипендии получали 36 выпускников, в 2014 г. – 45. В Нижегородской области воспитанники подшефных детских домов обучаются в Кстовском нефтяном техникуме и регулярно посещают нефтеперерабатывающий завод компании, где знакомятся с производством, получая практические знания и навыки. В дальнейшем при желании они могут поступить на работу на предприятия Компании.

В Перми в 2014–2015 гг. проводился конкурс рисунков «Мир глазами детей», который стал продолжением начатого Фондом в 2010 г. в Нижегородской области проекта «Мы нашли таланты». Лучшие работы победителей конкурса были использованы при создании корпоративного календаря «ЛУКОЙЛ» и выпущены в виде открыток.

В сфере образования для детей реализуются совместные проекты с учреждениями культуры. Так, в 2014 г. стартовал партнерский проект «Инновационный мультимедийный лекторий и образовательные продукты нового поколения» на базе Центра эстетического воспитания «Мусейон» музея им. А.С. Пушкина в Москве. В том же году БФ «ЛУКОЙЛ» приобрел и передал Астраханской государственной картинной галерее 50 комплектов мультимедийного учебного продукта «Как смотреть картину». Такие проекты повышают привлекательность образовательного процесса для подростков. В 2014 г. БФ «ЛУКОЙЛ» для четырех детских школ искусств Астраханской области приобрел музыкальные инструменты с целью повышения качества обучения юных музыкантов.

В Пермском крае в рамках традиционной благотворительной акции «Нефтяники – сельским библиотекам» Пермский филиал БФ «ЛУКОЙЛ» снабжает школьные и сельские библиотеки книгами. Так, в 2014 г. более 50 библиотек из 16 районов края были оснащены современными компьютерами и учебной и энциклопедической литературой.

БФ «ЛУКОЙЛ» *поддерживает ряд крупнейших специализированных медицинских научно-исследовательских центров*, в частности, Российский кардиологический научно-производственный комплекс. Поддержка Фонда способствует развитию системы ме-

дицинских услуг в регионах деятельности компании. В частности, в 2013–2014 гг. было приобретено современное медицинское оборудование для Лиманской центральной районной больницы (Астраханская область), Астраханской детской городской клинической больницы № 1, родильного дома № 4 г. Москвы, Центральной клинической больницы святителя Алексия, Национального медико-хирургического Центра им. Н.И. Пирогова, Калининградского клинического комплекса; оказана помощь Мезенской центральной районной больнице Архангельской области. В 2014 г. были приобретены и переданы районным больницам Пермского края 10 автомобилей скорой медицинской помощи с комплектом медицинского оборудования.

Сохранение для будущих поколений и продвижение российской культуры и искусства «ЛУКОЙЛ» считает важной общественной миссией. Компания оказывает поддержку музеям, театрам, филармониям, галереям, творческим коллективам как на постоянной основе, так и на уровне отдельных проектов (например, проведение реставрационных работ или постановка спектакля). В 2013–2014 гг. «ЛУКОЙЛ» выступила партнером в организации нескольких крупных культурных событий: в Государственной Третьяковской галерее – выставок «Михаил Нестеров. В поисках своей России. К 150-летию со дня рождения»; «Александр Головин. Фантазии Серебряного века. К 150-летию со дня рождения»; в Музеях Московского Кремля – выставок «Искусство сохранять искусство. Реставрация в Музеях Московского Кремля», «Чарльз Рени Макинтош»; в Государственном историческом музее – выставок «Романовы. Портрет династии», «Обитель преподобного Сергия. К 700-летию со дня рождения Сергия Радонежского»; в Русском музее – выставок «Александр Головин. К 150-летию со дня рождения», «Коллекция В.А. Кокорева» из цикла «Собиратели Русского музея»; Музею современной истории России была оказана помощь для подготовки и издания каталога выставки «Страницы истории народов Северного Кавказа (середина XIX – первая половина XX веков)». Для музея им. А.С. Пушкина были выделены средства на создание архива и проведение реставрационных работ коллекции клинописных табличек на шумерском языке. БФ «ЛУКОЙЛ» также оказывает поддержку многим региональным художественным музеям: Вятскому областному художественному музею в организации выставки и создании медийных продуктов; Волгоградскому музею им. И.И. Машкова в проведении реставрационных работ; Астраханской государственной картинной галерее и Нижегородскому го-

сударственному художественному музею в организации выставок; Саратовскому музею им. А.Н. Радищева в приобретении живописных работ. В 2014 г. Фонд выделил средства на установку в Кирове памятника Федору Шалапину.

На протяжении многих лет «ЛУКОЙЛ» поддерживает Большой симфонический оркестр им. П.И. Чайковского под руководством В. Федосеева, Пермский государственный театр оперы и балета, Калининградскую областную филармонию.

«ЛУКОЙЛ» также направляет средства на поддержание и сохранение народных промыслов в Прикамье и Новгородской области. В рамках специальной программы организуются ежегодные межрегиональные выставки-ярмарки, на которых самобытные ремесленники имеют возможность представить свои изделия широкому кругу потребителей и потенциальных инвесторов. Кроме того, «ЛУКОЙЛ» поддерживает конкретные ремесленные артели, размещая заказы на изготовление ими сувенирной продукции. Например, в 2014 г. была оказана помощь фабрике знаменитой Городецкой золотой вышивки.

Важным направлением социальной деятельности «ЛУКОЙЛ» является *адресная поддержка* ветеранов войны и труда, инвалидов, социально незащищенных групп населения. Фронтовики-нефтяники, ветераны Великой Отечественной войны и трудового фронта пользуются особым вниманием и заботой компании. Ежегодно в канун Дня Победы они получают денежные пособия и подарки. Компания оказывает поддержку также семьям военнослужащих, погибших в локальных конфликтах.

Большое значение в социальных инвестициях «ЛУКОЙЛ» придается развитию *спорта* и, в частности, автоспорта. Гоночная команда «ЛУКОЙЛ Рейсинг Тим», лидер отечественного автоспорта, – единственный пример долгосрочного инвестирования со стороны нефтяной компании в автоспорт.

Начиная с 2001 г. «ЛУКОЙЛ» поддерживает одну из самых крупных российских детских спортивных организаций – Детскую футбольную лигу (ДФЛ). В соревнованиях ДФЛ ежегодно участвуют около 3 тыс. команд и более 50 тыс. молодых футболистов в возрасте от 9 до 13 лет из 80 субъектов РФ, стран Европы и Азии. В 2013 г. спортивный клуб «ЛУКОЙЛ» совместно с Российским футбольным союзом и Европейской сетью организаций по борьбе с проявлениями расизма в спорте «Fare Network» учредил Детский кубок чемпионов «ЛУКОЙЛ», объединивший юных футболистов 30 стран Европы и звезд футбола в борьбе с проявлением нетер-

пимости в мировом футболе. По итогам 2014 г. проект номинирован в УЕФА на соискание награды как «Лучший проект в массовом футболе в Европе», а в 2015 г. стал частью образовательной программы «Играем против расизма», запущенной в преддверии Чемпионата мира по футболу в 2018 г.

Необходимо отметить, что «ЛУКОЙЛ» являлся официальным партнером Олимпийского комитета России и одним из учредителей Фонда поддержки олимпийцев России. Поддержка оказывается также региональным командам по волейболу и национальной команде по лыжным гонкам.

Развивая одну из форм корпоративного волонтерства, с 2010 г. «ЛУКОЙЛ» ежегодно проводит *Дни донора*. За пять лет в донорских акциях только в центральном аппарате «ЛУКОЙЛ» приняли участие более 1700 сотрудников. Всего медицинским учреждениям было передано более 250 литров крови. Проведение донорских акций является для компании важнейшим проявлением социальной ответственности.

Несомненно, программы корпоративной социальной ответственности оказывают влияние на имидж компании, ее капитализацию, лояльность потребителей и в целом на устойчивое развитие. В «ЛУКОЙЛ» осознают, что вложения в программы КСО – это долгосрочные затраты, направленные на формирование благоприятного окружения, внешней среды компании. Зарубежная практика свидетельствует о том, что программы КСО положительно влияют на стоимость акций и финансовые показатели компании [ЛУКОЙЛ: Отчет о деятельности..., 2015].

* * *

Тема социальной ответственности все больше актуализируется в сознании российского бизнеса, так как предприятия и корпорации являются не только основой экономических отношений, но влияют на социальные процессы, протекающие в современном обществе. Бизнес становится все более вовлеченным в жизнь общества, выходит за рамки его профессиональной ориентации. Он должен выстраивать отношения со множеством взаимозависимых лиц, так как на его деятельность, помимо внутренней среды, оказывает влияние внешнее окружение – власть, некоммерческие организации, потребители, СМИ, международные организации и партнеры, жители территории, на которой непосредственно расположено предприятие, и т.д. [Мингалева Ж.А., Смилевская И.П., 2012].

Развитие социально ответственного предпринимательства КСО в России находится на начальной стадии. Большинство наших бизнес-структур недопонимают чисто практической важности КСО. Социально ответственная практика характерна в основном для крупных компаний и совсем неизвестна для остальной массы предприятий. В целом создается впечатление об отсутствии у большинства российских компаний осмысленной долгосрочной стратегии в КСО. Достаточно неразвитыми остаются такие направления социально ответственной стратегии, как экологическая ответственность, информационная прозрачность бизнеса, соблюдение правовых норм и др. По оценкам более половины российских компаний вообще не уделяют внимание КСО и лишь 10% серьезно работают в этом направлении, а остальные имеют так называемую «хаотичную» КСО (внедряют отдельные элементы, применяют некоторые инструменты).

Взаимодействие с заинтересованными сторонами превратилось в обычную деловую практику большинства компаний, но системный подход к этому взаимодействию только формируется. КСО ориентировано в основном на ближайший круг стейкхолдеров – государство, собственников и сотрудников, а другие заинтересованные стороны – местные сообщества, поставщики и пр. – пока редко попадают в сферу внимания. Существенным отличительным признаком российской модели КСО является решающая роль государства в ее развитии. Вместе с тем участие неправительственных организаций в процессе становления КСО в нашей стране (в отличие от ведущих западных стран) крайне ограничено.

Тем не менее, как показывают результаты исследований Ассоциации менеджеров России, несмотря на ряд серьезных факторов, сдерживающих переход компаний к социально ответственной деятельности, фактический сдвиг в позитивном направлении уже произошел. В первую очередь речь идет о крупных и транснациональных корпорациях. У российских компаний, которые осознают факт крайней важности добровольного (не регулируемого законодательно) внедрения принципов КСО, появился практический опыт, который может использоваться и другими компаниями.

Список литературы

1. Алекперов В. Мы построили социально-ответственный бизнес // Социальное партнерство. – М., 2005. – № 3. – Режим доступа: <http://www.oilru.com/sp/8/313/>

2. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: К созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю.Е. Благова, И.С. Соболева. – СПб.: Авторская творческая мастерская «Книга», 2014. – 144 с. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/wp-content/uploads/2015/02/«Национальный-доклад-о-социальных-инвестициях-в-России-2014».pdf>
3. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год: Роль бизнеса в общественном развитии / Под общей ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с. – Режим доступа: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjPm7bDIZDLA hVG9HIKHcn yCu4QFgg bMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.undp.ru%2Fdownload.phtml%3F%24350&usg=AFQjCNELpVe2W8JxTM78P4 xEmbpclJ0 y6 Q&bvm=bv.114733917,d.bGQ>
4. Коротков Э.М. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Юрайт, 2013. – 445 с. – Режим доступа: <http://csreduhub.com/wp-content/uploads/2015/12/Корпоративная-социальная-ответственность-Коротков.pdf>
5. Корпоративная социальная ответственность: Российский опыт // Устойчивый бизнес. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-rossijskij-opyt>
6. Куринько Р.Н. Термин социальная ответственность бизнеса и его определение // Устойчивый бизнес. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/839-chto-takoe-sobchto-takoe-socialnaja.html>
7. ЛУКОЙЛ: Отчет о деятельности в области устойчивого развития на территории Российской Федерации 2013–2014. – М.: ЛУКОЙЛ, 2015. – 129 с. – Режим доступа: http://www.lukoil.ru/materials/doc/social/2013/Book_SO_rus_s.pdf
8. Матасов М.В. Взаимодействие органов власти и промышленной корпорации: Форматы, механизмы и технологии: Монография. – М.: Нестор-История, 2014. – 164 с.
9. Мингалева Ж.А., Смилевская И.П. Социальная ответственность предприятий как основа успешного бизнеса и социально-экономического развития // Российское предпринимательство. – М., 2012. – № 17(215). – С. 120–125. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/25015/>
10. Национальный регистр и библиотека корпоративных нефинансовых отчетов. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru/simplepage/157>
11. Нефтяники – партнеры, а не хищники: Беседа корреспондента ТПП-Информ Владимира Савкова с начальником управления координации корпоративной деятельности ПАО «ЛУКОЙЛ» Максимом Тарарашкиным // Торгово-промышленные ведомости. – М., 2015. – 30 дек. – Режим доступа: http://www.tpp-inform.ru/economy_business/6492.html
12. Ответственная деловая практика в зеркале отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов: 2012–2014 годы выпуска / Л.В. Аленичева, Е.Н. Феоктистова, Н.В. Хонякова, М.Н. Озерянская, Г.А. Копылова. –

- М.: РСПП, 2015. – 136 с. – Режим доступа: <http://media.rspp.ru/document/1/e/3/e3d081206376ede84e097a798928c699.pdf>
13. Савичева Е.Ю. Модели социальной ответственности малого бизнеса в России // Проблемы современной экономики. – М., 2010. – № 4(36). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3366>
 14. Социальная хартия российского бизнеса. Редакция 2007 г. – М.: Российский союз промышленников и предпринимателей, 2008. – 24 с. – Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>
 15. Социальная хартия российского бизнеса. – Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <http://рспп.рф/simplepage/474>
 16. Социально ответственный бизнес: Госпрограмма добра возможна? // Современные страховые технологии. – Режим доступа: <http://www.consult-cct.ru/tpprf/5776.html>
 17. Феоктистова Е. О корпоративной социальной ответственности в России: Сущность, цели, практика российских компаний // Акционерное общество: Вопросы корпоративного управления. – М., 2010. – № 5(72), май. – Режим доступа: <http://www.ao-journal.ru/journal/lib/free/detail/articleid/176>

Экономические и социальные проблемы России

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА
КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

2016 № 1

Сборник научных трудов

Редактор-составитель выпуска –
канд. экон. наук **Семеко** Галина Викторовна

Техническое редактирование
и компьютерная верстка О.В. Егорова
Корректор Л.Н. Казимирова

Гигиеническое заключение

№ 77.99.6.953.П.5008.8.99 от 23.08.1999 г.

Подписано к печати 31/V – 2016 г. Формат 60х84/16

Бум. офсетная № 1. Печать офсетная Свободная цена

Усл. печ. л. 9,5 Уч.-изд. л. 8,5

Тираж 100 экз. Заказ № 41

**Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Нахимовский проспект, д. 51/21, Москва, В-418, ГСП-7, 117997
Отдел маркетинга и распространения информационных изданий
Тел/Факс (925) 517-36-91
E-mail: inion@bk.ru**

**E-mail: ani-2000@list.ru
(по вопросам распространения изданий)**

Отпечатано в ИНИОН РАН
Нахимовский проспект, д. 51/21,
Москва, В-418, ГСП-7, 117997
042(02)9

