

БИЗНЕС В СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ РЕГИОНА

Институциональные трансформации социальной политики в постсоциалистических странах, минимизация и изменение социальных функций государства, сокращение доли его социальной ответственности привели к возникновению объективных предпосылок для активизации потенциала негосударственных акторов в сфере социальной политики, для воссоздания их новых форм и возникновения новых мотивирующих факторов.

Среди негосударственных акторов социальной политики все более активную роль начинает играть бизнес, приобретающий постепенно весомый потенциал для реализации внешних и внутренних социальных функций. В этой связи большое распространение в экономической, социологической и политической академической риторике получает тематика социальной ответственности бизнеса. Приметой дня стали активно идущие дискуссии о понимании специфики и форм реализации социальной ответственности рыночными субъектами хозяйствования. В рамках таких дискуссий формируются различные подходы к пониманию социальной ответственности бизнеса, интерпретации корпоративной социальной политики. Одновременно создаются обновленные практики социальной деятельности крупных предприятий и бизнес-структур, что сопровождается изменением статуса корпоративной социальной политики на

макро- и микроуровнях и ее непропорциональным развитием в региональном и отраслевом разрезе.

Процесс формирования бизнеса как относительно нового и самостоятельного субъекта социальной политики осуществляется очень сложно, медленно и противоречиво. Он практически тождественен процессу "рождения заново" и во многом детерминирован изменениями в сфере развития промышленных предприятий, в области политической институционализации регионов, а также трансформациями, происходящими на уровне социального сознания. В связи с этим существенное значение приобретает анализ таких изменений, в том числе и на эмпирическом уровне [1-7].

Впервые официальное понятие "корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса" прозвучало на всемирном экономическом форуме в Давосе в 1999 г. из уст тогдашнего генсека ООН Кофи Аннана. И его первыми последователями стали японские компании, внедрившие стандарты качества ISO (показатель отношения к качеству своей продукции и своим сотрудникам). Потом ООН инициировала широкомасштабное международное движение в сфере соблюдения прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и борьбы с коррупцией — так называемый Глобальный договор (UN Global Compact, 2000). Присоединение к этому договору означает, что компания

выстраивает свой бизнес с учетом этих требований и, таким образом, декларирует свою социальную направленность.

Эта проблемная ситуация определяет предельную актуальность данной темы в отечественной и зарубежной литературе. Например, коллективная монография [1] посвящена вопросам специфики проявления социальной ответственности бизнеса в современных российских условиях, выявлению основных моделей и практик взаимодействия между властью и бизнесом в поле социальной политики, анализу мотивации рыночных агентов в проведении внутренней и внешней социальной политики. В ней нашли отражение результаты эмпирического социологического исследования, осуществленного под эгидой Независимого института социальной политики в Свердловской области. Исследование проводилось методом глубинного интервью с руководителями предприятий крупного, среднего и малого бизнеса, представителями региональной власти и экспертами, что оказалось весьма продуктивным. Представителям власти и бизнеса предлагалось ответить на вопросы, которые пока не имеют обоснованных ответов при анализе социальной ответственности бизнеса. Эти вопросы, прежде всего, касались выбора приоритетов внутренней и внешней социальной политики компании, готовности и мотивации бизнеса к проведению формальных и неформальных практик взаимодействия бизнеса и власти при осуществлении корпоративной социальной политики, типологии и перспектив развития социальной деятельности предприятий. Результаты 67 интервью получили развернутую и систематизированную

интерпретацию, достоверность которых скорректирована дополнением статистической информации, а также материалами научных исследований, проведенных по данной проблематике ранее.

Сущность социальной ответственности бизнеса и причины социальной деятельности предприятий раскрываются через понимание этих феноменов представителями бизнеса и власти, что позволяет вскрыть спектр внутренних интересов и мотивов основных акторов. В книге путем выявления основных принципов, приоритетов, практик и правил социальной деятельности предприятий, ориентированной на своих работников, анализируется состояние внутренней социальной политики бизнеса. При этом подтверждается весьма важная гипотеза, что в современных условиях внутренняя социальная политика является для бизнеса не просто остатком прошлого социалистического опыта, а выступает в качестве важного инструмента управления персоналом, повышения внутрикорпоративной стабильности, формирования позитивного имиджа компании и развития корпоративной культуры. Именно это позволяет позиционировать современные успешные бизнес-структуры как самостоятельные и весьма эффективные субъекты социальной политики. Взаимодействие регионального бизнеса и власти на поле социальной деятельности должно рассматриваться в контексте внешней социальной политики предприятий. Качественные методы в данном случае оказываются наиболее адекватным инструментарием для проникновения в существо исследуемых проблем и выявления их многоаспектности.

Понятие хорошего корпоративного управления носит комплексный характер. Общеизвестно, что деловая этика и корпоративная социальная ответственность (КСО) являются категориями смежными и тесно связанными с хорошим корпоративным управлением. Поэтому точное следование стандартам деловой этики и КСО — одно из закономерных требований к компании, стремящейся к созданию и поддержанию эффективной системы корпоративного управления (КУ). Хотя некоторые зарубежные эксперты определяют этику и корпоративную социальную ответственность (КСО) (*business ethics and corporate social responsibility*) как составные части хорошего корпоративного управления (*good corporate governance*), однако этика и КСО являются отдельными категориями по отношению к хорошему корпоративному управлению (хотя и смежными с ним) [9].

Это утверждение вряд ли требует развернутых доказательств. Дело за «малым» — разобраться, что же все-таки понимается под корпоративной этикой и КСО в постсоциалистических странах. В настоящее время жизнь рядового бизнесмена заметно усложнилась. Помимо традиционных видов рисков, ему приходится иметь дело с этическими рисками и рисками корпоративной социальной ответственности. На практике они проявляются при взаимодействии предпринимателя с государственными контрольными органами и региональной властью. По мнению налоговых органов, уплата налогов — это одно из проявлений корпоративной социальной ответственности. Местные же власти требуют от предпринимателей, собирающихся вести бизнес на их тер-

ритории, уплаты «добровольных» взносов на строительство дорог, школ, иных объектов социальной инфраструктуры. В случае отказа предпринимателю не выдаются лицензии или сертификаты, его «душат» всевозможными проверками и пр.

При всем обилии публикаций на данную тему остается неясным, как же должны трактоваться понятия этики и корпоративной социальной ответственности и, самое главное, каково соотношение этих областей друг с другом и с правом? При этом под правом понимается система обязательных норм поведения, обеспеченных принудительной силой государства. Главным критерием правовых норм (правил поведения), следовательно, является обеспечение их обязательности принудительной силой государства.

Под корпоративной социальной ответственностью (*corporate social responsibility*) за рубежом понимаются добровольные действия бизнес-сообщества в общественно значимых целях. Таким образом, главный критерий норм КСО — их добровольность. Что касается деловой этики, ее сущность можно выразить следующим образом. Если праву соответствует модальность «*must*» (что, по мнению государства, должен делать бизнесмен), то деловой этике — модальность «*should*» (что с точки зрения общества, общественной морали следует делать бизнесмену).

В другой своей статье [10] Д. Черваев определяет деловую этику как совокупность неправовых и правовых регуляторов, направленных на повышение культуры делового сотрудничества и, как следствие, цивилизованности, устойчивости и инвестиционной привлекательности национальной экономики в целом. В то же время в странах с развитым гражданским обществом выполнение

компанией этических правил означает повышение ее инвестиционной привлекательности и является одним из конкурентных преимуществ.

Понимание содержания деловой этики важно для отечественных предпринимателей, поскольку она способствует укреплению сотрудничества с представителями зарубежного бизнеса. Как отмечали, например, Р. Андерсон и П. Шихирев, для экономического сотрудничества США и России необходимо соблюдение единых для всех норм деловой этики как важнейшего условия дальнейшего взаимодействия [11]. Немногие знают о богатых традициях деловой этики. Эта сфера не включала такой аспект, как взаимодействие с государством, что полностью соответствовало общемировым воззрениям того времени. Чтобы понять современный зарубежный «язык» деловой этики, необходимо знать серьезные различия в трактовке этого понятия в США и в Европе.

По материалам Программы «Этические аспекты корпоративного управления» Министерства торговли США, в США содержание понятия «деловая этика»: 1) близко к понятию «*compliance*» (соблюдение законодательства); 2) не включает КСО; 3) подразумевает «игру по правилам». В Европе содержание понятия «деловая этика»: 1) сфокусировано на КСО; 2) *compliance* (соблюдение законодательства) – всего лишь один из частных аспектов деловой этики; 3) подразумевает ответ на вопрос, «какие правила игры являются правильными?»

Что касается постсоветской практики, содержание деловой этики только начинает формироваться. Хотя, например, российская научная доктрина выработала определения этого термина (П. Шихирев, Е. Красникова), однако определяющим фактором в толковании

содержания деловой этики должна стать именно позиция общества в лице участников отношений в экономической сфере, а именно: предпринимателей; судебных органов, принимающих решения по экономическим спорам. Указание на роль судов не случайно. Здесь просто констатируется сложившийся факт, что государственные органы исполнительной власти играют все большую и большую роль в регулировании бизнеса и контроля над ним, в том числе и в налоговой сфере. Поэтому именно на суды ложится основная нагрузка по оценке содержания таких этических понятий, широко используемых в законодательстве, как «добросовестность», «разумность», «справедливость». Все они относятся к числу так называемых «каучуковых формулировок» (термин английского права), которые в каждом судебном деле наполняются индивидуальным содержанием.

Можно привести следующие примеры использования этических категорий в правовой системе постсоветских стран.

Категория «добросовестный налогоплательщик» введена постановлением Конституционного Суда РФ от 12.10.1998 г. № 24-П, широко используется в судебных разбирательствах в налоговой сфере. В свое время налоговые органы столкнулись с проблемой неуплаты налогов в бюджет, когда налогоплательщик «уплачивал налог» путем предъявления платежного поручения на уплату налога в банк, не имевший денег на корреспондентском счете [12]. Несмотря на то что Конституционный Суд РФ распространил указанное решение только на добросовестных налогоплательщиков,

до 2001 г. налоговые органы при борьбе с уклонением от уплаты налогов практически не использовали само понятие «добросовестный налогоплательщик». Сейчас они используют его весьма интенсивно, поэтому время и результаты судебных разбирательств позволяют наполнить его конкретным содержанием.

Необходимость добросовестности и разумности действий директоров и топ-менеджеров в интересах акционерного общества (п. 1 ст. 71 Закона РФ об АО). Данные требования в англо-американском праве называются *фидуциарными* (доверительными) *обязанностями*. Обширная судебная практика в странах общего права наполнила эти обязанности конкретным содержанием, поскольку их несоблюдение влечет за собой ответственность, предусмотренную законом. Российские суды еще не выработали единого толкования принципа добросовестности и разумности директоров и топ-менеджеров, поскольку судебная практика применения ст. 71 Закона РФ об АО фактически отсутствует [13].

Добросовестность и разумность участников гражданских правоотношений – данные категории часто применяются судами при пресечении злоупотребления правом, борьбе с недобросовестной конкуренцией. Идет процесс накопления судебной практики и, соответственно, правильного истолкования этих понятий. Опыт стран с развитой экономикой показывает, что судебное правоприменение этических формулировок позволяет повысить эффективность функционирования правовой системы и оптимизировать нахождение баланса между публичными и частными интересами.

Проблема состоит не в том, что в Украине государство влияет на выработку содержания деловой этики (то же самое явление наблюдается в США и Европе при определении сути такого аспекта этики, как *compliance* — соблюдение правовых норм). Проблема в другом: в отечественной трактовке соединяются черты, характерные как для европейского, так и для американского понимания деловой этики. Под этичным поведением некоторые чиновники понимают одновременно и соблюдение законодательства, и реализацию корпоративно/социально ответственного поведения.

Таким образом, у нас этика, право и корпоративно-социальная ответственность смешиваются, притом совершенно произвольно. В США этика близка к соблюдению законодательства, но не включает КСО. В Европе этика сфокусирована на КСО, но только отчасти связана с соблюдением законодательства. Общая черта у США и Европы в этом вопросе – КСО не носит принудительного характера [14]. Сейчас в нашем обществе необходимо определить соотношение между этикой, КСО и правом, чтобы произвольное правоприменение этики и КСО не привело к ущемлению прав и законных интересов предпринимателей. Поэтому остановимся на противоречивости понимания КСО в Украине и за рубежом.

Бесспорно, что сам термин КСО пришел к нам из-за рубежа. С английского языка «*corporate social responsibility*» точнее было бы перевести как «корпоративная социальная обязанность», но не «ответственность» (*liability*). Может быть, именно неверный перевод послужил причиной тому, что КСО в нашей стране стали воспринимать как нечто принудительное, поскольку ответственность в нашем посттоталитарном обществе чаще всего

ассоциируется с юридическими санкциями за несоблюдение общеобязательных правил поведения.

Результаты исследования, проведенного ООН в Украине, свидетельствуют, что почти 75 процентов опрошенных представителей бизнеса уверены в необходимости социальной ответственности своей деятельности, и это несмотря на то, что у нас еще нет четкого определения понятия «социальной ответственности». Но уже ясно одно – крупнейшим инвестором инициатив социальной ответственности становятся преимущественно представители крупных национальных и международных компаний. И именно они первыми в Украине поставили свои подписи под Глобальным договором, присоединяясь к сети, которая работает для устойчивого развития общества.

Вообще инициативу, которая получила название «Глобальный договор», взял на себя Генеральный секретарь ООН Кофи Аннан в 1999 г. Ее цель – осуществить 10 принципов, которые касаются прав человека, стандартов труда, борьбы с коррупцией и охраной окружающей среды, частью стратегии деятельности деловых кругов во всем мире, а также помочь развитию партнерства между частным сектором и правительствами, агентствами ООН, профессиональными и общественными организациями для совместных действий в разрешении наиболее острых проблем в мире. Глобальный договор ООН уже стал международной сетью, в которую входят компании, правительства, организации ООН в 52 странах мира. За пять лет из экспериментальной идеи Глобальный договор превратился в движение, члены которого признают, что деловые круги должны поддерживать и уважать защиту международных прав человека в сферах их влияния; не быть причастными к нарушению прав человека; поддерживать

свободу собраний и эффективное признание права на коллективный договор; содействовать ликвидации всех форм принудительного труда, ликвидации детского труда, дискриминации при приеме на работу и в профессиональной деятельности; применять взвешенный подход к вопросам защиты окружающей среды, принимать меры в поддержку усиления экологической ответственности, поощрять развитие и распространение экологически безопасных технологий. И что немаловажно, – деловые круги должны бороться с любыми проявлениями коррупции, включая вымогательство и взяточничество.

Официальная презентация Глобального договора в Украине состоялась в апреле 2006 г., когда 34 компании подписались под этим документом. Надо честно признать, что с тех пор немного представителей деловых кругов изъявили желание присоединиться к Глобальному договору—только 13 [5]. Возможно, дает себя знать неосведомленность по этому вопросу? И поэтому было принято решение провести различного уровня встречи и презентации договора. Например, в октябре 2006 г. в Украине состоялась презентация компании Тетра Пак, которая представила на суд общественности свою программу социальной ответственности, в частности в сфере сбора и переработки отходов. А первая региональная презентация Глобального договора прошла на форуме корпоративной социальной ответственности, который состоялся во Львове. (В 2007 г. такие презентации пройдут по всем регионам Украины). Инициатором и одним из организаторов презентации Глобальной программы во Львове стала Львовская торгово-промышленная палата, которая, кстати, первой поставила свою подпись под

соглашением на территории Львовщины [2].

Во время презентации Глобального договора Берди Найтли, специалист Глобального договора в Украине, подчеркивала, что для деловых кругов в Украине сегодня важно, как никогда ранее, дать стимул для расширения развития распространенной в мире практики социальной ответственности бизнеса и внести свой вклад в разрешение наиболее острых проблем в стране. Однако нельзя закрывать глаза и на то, что все еще имеет место скептицизм в отношении реальной выгоды для бизнеса от вложения средств в проекты, отмеченные усилением социальной ответственности. Компании и фирмы рассматривают это как «внутренние мероприятия» (страхование, обучение персонала, оздоровление и пр.). Благотворительные же инициативы имеют разовый характер, нацеленный на улучшение репутации компании и поддержание добрых отношений с властью.

Последний тезис обрел реальность во время встречи во Львове, когда предприниматели откровенно спрашивали: а что я буду иметь от участия в соглашении? Конечно, можно пренебрежительно улыбнуться по этому поводу: как это ставить на одну доску чистую выгоду и филантропические инициативы, – ты же работаешь на благо общины, очень часто – для самых незащищенных ее слоев? Но и в цивилизованных странах, где социальные инициативы и благотворительность стали очень распространенной традицией, бизнесмены также задают подобные вопросы и получают на них ответы в виде налоговых льгот.

«Конечно, мы еще не имеем выработанных этических принципов ведения бизнеса, – сказал, комментируя ситуацию, президент Львовской торго-

промышленной палаты. – Однако немало компаний уже признают, что в растущей конкурентной среде украинской экономики эффективность деятельности предприятия можно повысить посредством соблюдения принципов социальной ответственности» [2]. Понимание пониманием, однако, чтобы содействовать широкому распространению отмеченной деятельности, надо, чтобы и законы в нашем государстве «пошли навстречу» предприятиям, которые работают на благо общины и практически из своего кармана поддерживают немало социальных проектов. Даже проведение известных уже экономических форумов и инвестиционных ярмарок было бы невозможным без поддержки бизнесменов. И это также становится свидетельством их социальной ответственности. Законодательная база нашего государства должна, наконец, благоприятствовать и благотворительности, и тому, что фирмы, которые вовремя платят зарплату, заботятся о здоровье работников, улучшают экологию местности, где расположено их предприятие, имеют реальное право на соответствующее содействие общины и правительственных структур.

Аналогичная ситуация и у наших северных соседей, где в российских СМИ, на конференциях и собраниях предпринимателей регулярно приводятся примеры, иллюстрирующие тот факт, что органы государственной власти (особенно в регионах) рассматривают КСО как принудительные платежи. Более того, предприниматели малого и среднего бизнеса нередко вынуждены скрывать, что они занимаются благотворительностью: в противном случае неизбежно увеличивается административный пресс на такую компанию – чиновники требуют, чтобы

благотворительные платежи проходили через них [15]. По данным благотворительного фонда «Charities Aid Foundation», российские компании ежегодно тратят на благотворительность около 0,5 млрд. дол. США (не включая спонсорские проекты), из которых 80% передаются региональным и муниципальным властям, а оставшиеся 20% тратятся непосредственно на целевые программы и адресную помощь [16].

В настоящее время происходит адаптация понятия КСО к отечественной деловой среде, уяснение правильного его содержания как предпринимателями, так и чиновниками. Однако различия в понимании термина по-прежнему сохраняются, что нередко приводит к почти анекдотическим ситуациям.

Например, в годовом отчете крупного пивоваренного ОАО под КСО понимается «участие компании в пивных фестивалях». Другой курьез. Во время круглого стола «Социальная ответственность бизнеса», организованного Всемирным Банком, приводились следующие факты реализации КСО одной известной компанией среднего бизнеса: поддержка различных фондов, созданных правоохранительными структурами, перечисление средств Госпожарнадзору, отделам внутренних дел и пр. [5]. Тот факт, что многие адресаты пожертвований были созданы административными государственными органами или находились под их непосредственным контролем, наталкивает на мысль о сугубо отечественных чертах КСО как источнике дополнительных (добровольно-принудительных) сборов с предпринимателей.

Опасность состоит в том, что данные «корпоративно/социально ответственные сборы» (в отличие от

налогов и сборов): 1) не нормируются, и их размер произволен; 2) расходуются совершенно бесконтрольно, по усмотрению руководителей фондов, созданных административными государственными органами. В худшем случае «социально ответственные» платежи могут использоваться в коррупционных сделках, маскируя цепочку передачи взятки чиновникам [17].

Основное различие между этикой и КСО как раз кроется в их соотношении с правом. КСО должна носить исключительно добровольный характер. Совсем по-другому обстоят дела с трактовкой понятия деловой этики. Между этикой и правом были, есть и будут «мостики», способствующие эффективному правоприменению в целом. Многие примеры свидетельствуют о наличии этических норм в налоговом, корпоративном, гражданском законодательстве. Можно перечислить следующие средства повышения эффективности использования этических норм в юридических целях: наработки судебной практики по экономическим спорам для уяснения их содержания предпринимателями с целью соблюдения требований законодательства; включение этических правил в учредительные и локальные документы компаний, благодаря чему им придается юридически обязательный характер внутри компании; применение этических правил при регулировании правоотношений внутри саморегулируемых организаций.

11 декабря 2006 г. общественная организация "Женская профессиональная лига" совместно с Бизнес и финансовым комитетом британско-украинской профессиональной сети (UUPN) при Британском совете провели экспертный "круглый стол" по вопросам

корпоративной социальной ответственности. Мероприятие стало очередной общественной дискуссией на тему отношений бизнеса, государства и общества. Вот уже год в Украине действует Меморандум о социальной ответственности бизнеса, который был торжественно подписан в Киеве 16 декабря 2005 г. представителями различных предпринимательских структур, международных и общественных организаций (в России подобный документ существует с октября 2005 г.). Тогда же было объявлено о начале всеукраинского движения – так называемого Форума социальной ответственности бизнеса в Украине (Форум СОБ).

Организаторы движения исходят из того, что ответственное отношение компании к своему продукту или услуге, к потребителям, сотрудникам, партнерам, ее активная социальная позиция как сообщества "корпоративных граждан", участвующих в решении острых социальных проблем. – это неизбежное влияние глобализации. Мол, стремление к столь высоким общественным идеалам непременно скажется на имидже компании в целом и повысит ее конкурентоспособность на рынках.

Что же удалось сделать организаторам движения, среди которых значатся не только общественные организации, но и некоторые крупные компании Украины за год? Вроде немало, но, по большому счету, лишь одно – экспертная комиссия успела подготовить методологический документ, объединяющий в себе международный и отечественный опыт, исходя из которого компаниям даны рекомендации по внедрению в деятельность принципов корпоративной социальной ответственности.

Обмен мнениями на "круглом столе" показал, что теория социальной

ответственности бизнеса уже достаточно глубоко проработана отечественными экспертами и что уже пора смещать акценты в практическую плоскость. Вместе с тем до сих пор предприниматели не совсем четко представляют себе, что от них, собственно, хотят. Как оказалось, большинство бизнесменов воспринимают свою социальную ответственность перед обществом в основном как заботу о персонале, законопослушность в выплате налогов и широкую благотворительность. Например, в ходе "круглого стола" представитель компании UMC М. Сапрыкина рассказывала, что компания в 2006 г. выплатила 2 млрд. грн. налогов. "Согласитесь, для социальной ответственности это очень важно", – уверяла г-жа Сапрыкина, хотя никто даже и не пытался с ней спорить. Далее в основном она говорила о материальном и моральном стимулировании сотрудников UMC, их обучении и благотворительности компании – образовательных программах для студентов, поддержке детей-сирот, инвалидов, спонсирование культурных мероприятий и т.д. Вторила ей и HR-менеджер компании Microsoft Ukraine. По оценкам эксперта по правовым вопросам организации UCAN (финансируется Агентством по международному развитию США), по итогам III квартала на различные благотворительные цели в Киеве направлено около 935 млн. грн. Эксперты отмечали, что, мол, все это хорошо, но хотелось бы большего. "Социальная ответственность – это же не пиар, а функция менеджмента, составляющая общей корпоративной стратегии", – говорила глава Совета экспертов общественного движения "Форум СОБ" [5].

Возникает вопрос, так можно ли считать законопослушную компанию уже

социально ответственной? "Да, можно, но в Украине случаются и "курьезы" — компания декларирует благотворительность, при этом зарплату выплачивает в конвертах. Вот и пример социальной ответственности по-украински. Поэтому нельзя подменять понятием "законопослушность" понятие "соответственность", они должны существовать параллельно", — считает заместитель директора "Бюро экономических и социальных технологий". Интересную мысль высказал независимый эксперт К. Ермишин. Мол, да какая разница, кто и что вкладывает в понятие "социальная ответственность бизнеса", главное, чтобы компания творила блага — как для себя, так и для окружающих. По его мнению, понятие "корпоративная социальная ответственность" намного шире, чем понятие "благотворительность", и показывает не только то, как тратятся деньги, но и как они зарабатываются. "На состояние корпоративной ответственности в странах СНГ влияет родовая травма приватизации и изначальная презумпция виновности бизнеса (иногда не безосновательная). А также то, что в наших странах еще не сложилось верховенство права и законы конкуренции работают несколько иначе, чем в странах с развитой экономикой", — считает эксперт [5].

Действительно, о социальной ответственности предприниматели еще не задумываются. Как справедливо полагает руководитель группы британских экспертов лорд Джон Браун, социальную ответственность можно позволить себе тогда, когда инвесторам обеспечена адекватная отдача их средств. Сейчас, по мнению экспертов, украинские компании уже довольно успешно структурировали свои материальные активы и постепенно приходят к пониманию, что пора налаживать инструменты управления

нематериальными активами — человеческим капиталом и репутацией. В связи с этим эксперты справедливо замечают, что практика социальной ответственности является внутренними наработками компании, и компания имеет полное право не афишировать свои технологии менеджмента, дабы удерживать высокие конкурентные позиции на рынке. Тем не менее есть некоторые инструменты менеджмента, которые не являются ноу-хау, например социальная отчетность. Распространение этой информации было бы очень полезно для компании.

В России около 20 предприятий уже публикуют социальные отчеты (составленные согласно стандартам Глобальной инициативы об отчетности, GRI). В Украине до сих пор не опубликовано ни одного! "В этом вы отстаете от россиян на 3-4 года. Зачастую украинские компании считают "публикацией" подобных отчетов выступление на публике своих пиар-менеджеров. Но этого недостаточно, например, в свете выхода украинских компаний на рынки IPO. В мировой практике социальные отчеты подтверждаются еще и аудитом", — считает К. Ермишин. По его словам, сейчас западные компании разрабатывают новый стандарт социальных отчетов G3, и его появление ожидается в течение ближайших месяцев. Такие стандарты нужны, чтобы общественность и инвесторы не сравнивали яблоко с апельсинами [5].

Интересовал украинский предприниматель и такой вопрос: легко ли поставить подпись под соглашением: только заполнить образец листка и отправить его в адрес представительства ООН в Украине, которое находится в Киеве на Кловском спуске? А кто будет проверять, отвечает ли деятельность предприятия выдвинутым требованиям?

Объяснение было таким – заполнить и работать два года без отчетности, а на третий – отправить отчет по выполнению программ социальной ответственности. Однако «наши люди» хорошо знают, что составить отчет ни для кого не является проблемой – дайте только тему, а мы вам «нарисуем». Поэтому вполне целесообразными будут составление перечня представителей украинского бизнеса, которые действительно активно вводят принципы Глобального договора, и дальнейшая презентация такой деятельности. Такую Директорию-справочник напечатают в Украине впервые, ориентировочно в мае 2007 г. Проект получил финансирование от ISC-USAN, к партнерству будут приглашены также лидирующие бизнес-ассоциации, в частности Американская торговая палата, Европейская бизнес-ассоциация, Торгово-промышленная палата Украины.

На основании проделанной работы можно сделать следующие выводы.

1. Главный вывод состоит в том, что к корпоративной социальной ответственности нельзя принуждать.

2. На законодательном уровне для малых предприятий, работающих на общей системе налогообложения, следует расширить перечень социально-значимых затрат, относимых на себестоимость продукции предприятий и соответственно снижающих налогооблагаемую базу.

3. В ходе уточнения Региональной стратегии развития малого предпринимательства в Донецкой области, разработки соответствующих стратегий в г. Донецке и других городах предусмотреть проведение научных и социологических исследований с целью подготовки предложений и рекомендаций по распространению корпоративной социальной ответственности и включению соответствующих мероприятий в

программы развития малого бизнеса в городах области с соответствующим финансовым обеспечением.

Литература

1. Чирикова А.Е., Лапина Н.Ю., Шилова Л.С. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / Под ред. С.В. Шишкина. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2005. – 232 с.

2. Егорова И. Чистая выгода и филантропия // День. – 2006. – 22 дек. – С. 23.

3. Шимшилов С. Стратегия современного предпринимательства и социального развития корпораций. – М.: Изд. – торг. корп. «Дашков и Ко», 2004. – 246 с.

4. Стратегия развития региона / Под ред. проф. В.А. Ильина. – М.: Academia, 2006. – 192 с.

5. Полищук О. Все не как у людей // Бизнес. – 2006. – № 51. – С. 86-88.

6. Черевко О.В. Управління соціально – економічним розвитком регіону на стратегічних засадах // Економіка та держава. – 2006. – № 9. – С. 57-58.

7. Регіональна стратегія розвитку малого і середнього бізнесу в Донецькій області до 2010 року / А.В. Лях, В.І. Ляшенко та ін. – Донецьк: Донецька ОДА, 2006. – 29 с.

8. Черкаев Д. Корпоративная социальная ответственность и этика: проблемы соотношения с российским правом // Журнал управления компанией. – 2005. – № 3. – С. 62 – 65.

9. Черкаев Д. Цена независимости директора // Журнал для акционеров. – 2004. – № 3. – С. 34.

10. Андерсон Р., Шихирев П. «Акулы- и «Дельфины» (психология и этика российско-американского делового партнерства). – М.: Дело ЛТД, 1994. – 324 с.

11. Гаджиев Г. Черкаев Д. Правовые позиции Конституционного Суда Российской Федерации о моменте уплаты налога юридическим лицом // Российский налоговый курьер. – 2001. – № 9. – С. 38.

12. Черкаев Д. Член совета директоров: проблемы юридической ответственности // Акционерное общество. Вопросы корпоративного управления. – 2005. – № 1. – С. 5-8.

13. Taking the Temperature of CSR Leaders // A survey of global CSR leaders by Business for Social Responsibility and the Dutch Ministry of Economic Affairs. – January 13. – 2005. – <http://www.bsr.org>).

14. Шаповалов А., Анохин К. Социальная ответственность становится налогом // Коммерсантъ. – 2004. – 2 дек. – С. 6.

15. Компания. – 2004. – № 45. – С. 33-34.

16. Черкаев Д. Коррупция в предпринимательстве: российская действительность, зарубежный опыт и пути решения проблемы // Вопросы правоприменения. Судебно-арбитражная практика Московского округа. – 2003. – № 1-2. – С. 118.

17. БИЗНЕС – 2006. – №33. – С. 56-59.