

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Андриевская Людмила Сергеевна

студент, экономический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург

Сопин Вадим Станиславович

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., экономический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург

Концепция корпоративной социальной ответственности получила своё широкое распространение в России относительно недавно. При этом характерной особенностью становления в настоящее время является то, что в большинстве своем реализацией социальной деятельности занимаются представители крупного бизнеса. Представители же мелкого бизнеса, как правило, ассоциируют корпоративную социальную ответственность исключительно с мероприятиями в сфере благотворительности [6, с.23]. В то время как крупный бизнес ориентирован на корпоративную социальную деятельность в трех основных сферах: социальной, экологической и экономической. Однако в настоящее время развитие концепций и практик корпоративной социальной ответственности даже крупными представителями бизнеса находится под угрозой ввиду сложной экономической ситуации, которая стала следствием отсутствия стабильности цен на энергоресурсы, а также введением ограничительных санкций против нашей страны. Для российских компаний значительными последствиями развернувшегося кризиса явилось снижение инвестиционной привлекательности, значительное падение платежеспособного спроса населения, а также отсутствие доступа к ряду иностранных рынков. Ввиду данных последствий многие компании стараются максимально сократить свои издержки, пересмотрев основные статьи расходов. Корпоративная социальная ответственность выступает в качестве дополнительных расходов компании, при этом требуя достаточно высоких затрат. Исходя из этого, ряд исследователей считают, что КСО логически подпадает под сокращение, так как является излишним балластом. Но есть авторы, придерживающиеся другой точки зрения, которая выражается в том, что именно корпоративная социальная деятельность может обеспечить компании устойчивость и выживание в современных кризисных условиях.

Изучение мнения самих компаний, относительно вопроса реализации корпоративной социальной ответственности в кризисных условиях, возможно путем ретроспективного анализа, а именно обращения к информации о реализации программ в области социальной деятельности после кризиса 2008 года. По мнению ряда специалистов, кризис 2008 года привел к значительному снижению затрат компаний на корпоративную социальную ответственность. В среднем снижение оценивается в 70%. Однако экспертами отмечается ряд позитивных моментов, несмотря на данный показатель. Так, во-первых, проявился ряд компаний, реализующих социальную деятельность лишь поверхностно и ориентированных исключительно на получение позитивного имиджа. Декларации таких компаний о корпоративной социальной ответственности имели исключительно показной характер и на деле не подкреплялись никакими действиями. Кроме того кризис стал оправданием для сокращения затрат на КСО даже теми компаниями, которые на деле имели достаточное количество прибыли для его полноценного продолжения. Во-вторых, такое снижение затрат на корпоративную социальную деятельность обусловлено в первую очередь закрытием или сокращением финансирования благотворительных программ, причем реализуемых на федеральном уровне. Большинство же крупных проектов, влияющих на основные заинтересованные стороны, выделенные той или иной компанией, а также проектов, реализуемых на местном уровне, были сохранены и не подверглись сокращениям. Вместе с тем, кризис помог компаниям осознать насколько важна оценка эффективности и качества

проектов и направлений КСО, которые продвигаются компанией, несмотря на то, что ряд социальных проектов не несут в себе никакой коммерческой составляющей. Так, в докладе о тенденциях в сфере КСО в России, анализирующем последствия кризиса 2008 года и подготовленным национальным форумом корпоративной социальной ответственности, отмечается, что международные компании, имеющие большую практику в области реализации корпоративной социальной ответственности, в том числе и в кризисных условиях, периодически оценивают реализуемые социальные проекты и «программы, которые не удовлетворяют разработанным в компании внутренним критериям, включая оценку эффективности проекта и отчетную документацию, не получают дальнейшего финансирования» [1, с.12]. Кроме того в докладе отмечается, что заинтересованной стороной, на которой в большинстве своем отразился кризис 2008 года явились сотрудники компании. Снижение затрат на сотрудников проявлялось как путем увольнений наименее квалифицированных кадров, так и путем значительного сокращения заработной платы.

Таким образом, в современный кризис российские компании вступили уже имея некоторый опыт ведения корпоративной социальной ответственности в столь сложных условиях. Изучение ряда современных статей на данную тематику позволило нам выделить основные изменения в поведении компаний, а именно:

1. Стремление сохранить штатный персонал, а также социальные выгоды, получаемые сотрудниками;
2. Стремление сохранить социальные программы, реализуемые как на местном, так и на региональном уровне.

Анализируя первый пункт, отметим, что, безусловно, сокращение штата присутствует и в настоящее время, однако экспертами отмечается, что «если раньше в «трудные времена» компании урезали социальные пакеты, сокращали количество программ, отказывались от каких-то опций полностью, то сейчас бизнес в основном стремится сохранить перечень социальных льгот для сотрудников» [5].

Сокращение финансирования и реализации социальных программ по состоянию на 2015 год оценивается в 20%, что является существенным достижением в сравнении с действиями компаний в кризис 2008 года. Сохранение социальных программ становится возможным благодаря реализации ряда методик. Одной из основных является создание партнерства с некоммерческой организацией. Данная методика активно реализуется горно-металлургической компанией «Норильский Никель» в рамках программы «Мир новых возможностей». Среди основных преград в реализации данной методики специалистами выделяются:

1. Отсутствие согласованного подхода и грамотного построения коммуникаций;
2. Неумение НКО донести свою значимость до бизнеса;
3. Недоверие, проявляемое обеими сторонами сотрудничества;
4. Недостаточность поддержки, осуществляемой со стороны государства (как законодательной, так и ресурсной) [5].

Вторым инструментом сохранения социальных программ является вовлечение сотрудников в реализацию данной деятельности. Исследователями отмечается, что данная методика пока что не получила широкого распространения у российских компаний, однако очень активно используется в своей деятельности международными.

Кроме указанных выше факторов необходимо отметить, что компании стали в большей степени ориентированы на долгосрочную перспективу. Это привело к тому, что ряд реализуемых программ заложен в долгосрочную стратегию развития компании, а значит, их прекращение может привести к гораздо более существенным потерям, нежели их реализация. Кроме того, прекращение программ может привести к потере репутации, которую очень легко потерять, но чрезвычайно сложно восстановить.

Предоставление корпоративной нефинансовой отчетности является одним из наиболее эффективных способов коммуникации с заинтересованными сторонами компании. Однако составление нефинансовой отчетности также несет в себе ряд достаточно существенных издержек, которые, как мы уже упоминали выше, компании стремятся сократить. Проанализируем статистику предоставления нефинансовой отчетности, которая отражена в данных Российского союза промышленников и предпринимателей. Согласно данным организации, в 2014 году было опубликовано 65 нефинансовых отчетов. Данный показатель ниже соответствующего в 2013 году на 12 пунктов [3, с.8]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что ряд организаций отказались от нефинансовой отчетности.

Подводя итог, можно сказать, что российские компании стремятся к тому, чтобы действия, реализуемые ими в рамках корпоративной социальной ответственности, не переставали быть одним из главных атрибутов их деятельности даже в кризисных условиях настоящего времени.

Список литературы:

1. Доклад о тенденциях в сфере КСО в России в 2009 г. / Национальный форум корпоративной социальной ответственности. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/12/12308.pdf> (Дата обращения: 9.04.16)
2. Инвестиции в социальный капитал особенно важны в кризис – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rg.ru/2015/04/07/investitsii.html> (Дата обращения: 10.04.16).
3. Корпоративные нефинансовые отчеты 2012-2014 годы выпуска: аналит. обзор, 2015, Российский союз промышленников и предпринимателей. – 14 с.
4. Кризис не заставил российские компании забыть о КСО – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akmeinfo.ru> (Дата обращения: 08.04.16).
5. Социальная ответственность бизнеса: как сохранить КСО-программы в кризис – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://soc-otvet.ru/kak-sohranit-kso-programmy-v-krizis/> (Дата обращения: 12.04.16).
6. Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства: аналит. обзор, 2015, компания Новард. – 77с.