

DOI: 10.51692/1994-3776_2021_3_40

УДК 316.1

Я.А. Горнак**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ:
СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ И
ЗАРУБЕЖНЫХ КОРПОРАЦИЙ****Ya. Gornak. Corporate social responsibility: a synergistic approach in the
activities of Russian and foreign corporations**

Аннотация: В условиях Четвертой промышленной революции в международном научном сообществе все чаще обсуждаются вопросы социальной ответственности предприятий и организаций. В статье рассматриваются актуальные вопросы корпоративной социальной ответственности компаний в России и за рубежом через призму синергетического подхода. Анализируются проявления низкой и высокой синергии в деятельности представителей бизнеса. Особое внимание уделяется перспективам развития программ КСО в компаниях под влиянием пандемии 2020-2021 г., и значению синергетического подхода в период кризиса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, синергетический подход, опыт зарубежных компаний, социальная поддержка, проблемы внедрения, социально-трудовые отношения, бренд работодателя.

Контактная информация: Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; тел.: (812) 310-19-04, e-mail: gornak yana@gmail.com

Annotation: In the context of the Fourth Industrial Revolution, the international scientific community is increasingly discussing issues of social responsibility of enterprises and organizations. The article examines topical issues of corporate social responsibility of companies in Russia and abroad, through the prism of a synergistic approach. The manifestations of low and high synergy in the activities of business representatives are analyzed. Particular attention is paid to the prospects for the development of CSR programs in companies under the influence of the 2020-2021 pandemic, and the importance of a synergistic approach during the crisis.

Key words: corporate social responsibility, synergistic approach, experience of foreign companies, social support, implementation problems, social and labor relations, employer brand.

Contact information: 21 Sadovaya Street, Saint Petersburg; tel.: (812) 310-19-04, e-mail: gornak yana@gmail.com

Пандемия COVID-19 оказала негативное влияние на все сферы жизнедеятельности и отрасли экономики. Ввиду введения ограничений в деятельности, многие организации были вынуждены пересматривать привычный режим работы, находить новые технические решения, вносить изменения в штатное расписание, проводить переподготовку сотрудников и закупать новое оборудование. В то же время, во всем мире наступил период затяжной экономической депрессии, что привело к закрытию большого количества предприятий малого и среднего бизнеса. Вследствие этого многие компании столкнулись с необходимостью вносить существенные изменения в свою деятельность с целью управления ее эффективностью, и приняли решение объединить усилия в контексте применения синергетического эффекта сотрудничества. Ввиду влияния экономической депрессии руководителями предприятий и организаций были пересмотрены принципы и методы

Горнак Яна Александровна – заместитель директора по управлению персоналом ООО Издательство «Союз художников», старший преподаватель кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Ya. Gornak – deputy HR Director of the Publishing House «Union of Artists», Senior Lecturer of the Department of Sociology and Human Resource Management of the St. Petersburg State Economic University.

© Горнак Я.А., 2021.

финансового планирования. Как следствие, в научном и бизнес-сообществе актуализировалась проблема «корпоративной социальной ответственности» (corporate social responsibility), которая стала предметом дискуссий и обсуждений представителей альтруизма и корпоративного эгоизма.

Согласно Международному стандарту ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» [8], КСО – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду 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; введено во всей организации. По мысли А. Маслоу, высокой синергией обладают те общества, где социальные институты ориентированы на преодоление противоположности между эгоизмом и бескорыстием, между собственной выгодой и альтруизмом. Это позволяет провести параллель между понятиями синергии и корпоративной социальной ответственности, где высокая синергия будет проявлением корпоративного альтруизма, а низкая – корпоративного эгоизма [1].

Представители концепции корпоративного альтруизма, во главе с Г. Боуэном, автором труда «Социальная ответственность бизнесмена» [2], считали обязанностью бизнеса принимать активное участие в жизни общества и вносить свой вклад в любые процессы, происходящие в нем. Сторонники концепции корпоративного эгоизма, начиная с М. Фрийдмана, настаивали на том, что «у бизнеса существует одна, и только одна, социальная ответственность – использовать свои ресурсы осуществлять действия, направленные на увеличение его прибылей» [3], а единственная обязанность бизнеса «делать деньги, а не нежную музыку» [4].

Отказ представителей бизнеса участвовать в развитии КСО привел к трагическим последствиям: возгорание реки Кахайога в США; мощный выброс ртути в речную систему Англ-Вабигун в Онтарио; взрывы на химической фабрике в Севезо (Италия) в 1976 г. и на АЭС Три-Майл-Айленд в 1979 г. (крупнейшая ядерная авария в США); мощный взрыв на заводе «Нипро» в г. Фликсборо, в Англии в 1974 г., который унес жизни 64 человек. Причинами произошедших трагедий явились халатность, пренебрежение требованиями охраны труда; игнорирование вопросов экологии и энергосбережения. Важно отметить, что взгляды и действия сторонников «корпоративного эгоизма» были согласованы и теория объединила большое количество представителей крупных корпораций.

Подобные факты корпоративного эгоизма могут интерпретироваться как проявления низкой синергии, когда единственным мотиватором для продолжения работы индивидуумов является конкуренция на пути к выживанию. Не случайно, Р.Фрейджер и Д.Фэйдимен обращают внимание на то, что «в условиях низкой социальной синергии успех одного члена группы ведет к потерям и неудачам другого» [5].

Зафиксированы примеры проявления низкой синергии в связи с типом корпоративной культуры. В частности, К. Харский выделяет три типа корпоративной культуры – «Цирк», «Театр» и «Церковь» в зависимости от применяемого механизма мотивации персонала [6]. Сотрудник, работающий в компании-«цирке» стремится, прежде всего, к финансовой выгоде – автор сравнивает его с тигром, который готов прыгать в огненное кольцо за кусочек мяса. Такой сотрудник не лоялен к компании, и если появится конкурирующая корпорация предлагающая «кусочек мяса» (финансовую мотивацию) чуть больше, данный сотрудник «сбежит из цирка». В свою очередь, «дрессировщик» (руководитель компании) заинтересован только в тиграх, которые будут прыгать максимально высоко за минимальное количество вознаграждения – то есть, в сотрудниках, которые будут готовы выполнять любую тяжелую или грязную работу за мизерную оплату.

В приведенном исследовании проводится параллель между теологическим пониманием синергии и применением синергетических принципов в диагностике корпоративной культуры: самый высший тип корпоративной культуры называется «Храм» или «Церковь». В этом «храме» руководитель организации является пророком или мессией, а сотрудники – его адептами, каждый из которых готов альтруистично участвовать в общем деле, для общего блага. Так проявляется коллаборация, содействие, сотрудничество разных людей, которые вместе могут добиться несравнимо лучших результатов, нежели по отдельности. Поэтому развитая корпоративная культура может интерпретироваться как проявление высокой синергии. Комплексное воплощение принципов высокой синергии проявляется в концепции «корпоративного альтруизма», как квинтэссенции корпоративной социальной ответственности.

В течение 2021 года на международном уровне актуализировались проблемы экологии. Странами ЕС введен углеродный налог, к 2035 году планируется отказ от автомобилей с двигателем внутреннего сгорания, включение судоходства в европейскую систему торговли квотами (ETS), и реализация других инициатив. В 2021 году США объявили о новом «зеленом» курсе американской экономики, предусматривающем, в частности, полный переход к возобновляемым источникам энергии (ВИЭ) с нулевым уровнем выбросов к 2030 г. устранению загрязнения и выбросов парниковых газов в сфере сельского хозяйства, транспорта, производства и строительства. Соответственно, одним из важнейших направлений корпоративной социальной ответственности являются программы экологического характера, в частности, экономия электроэнергии, использование водных ресурсов, утилизация отходов, минимизация выбросов токсичных веществ, мониторинг уровня загрязнения окружающей среды, ресурсосбережение, предотвращение негативных последствий изменения климата и др.

На территории РФ программы социальной ответственности в области экологии внедряются на протяжении нескольких лет зарубежными корпорациями. Так, Coca Cola в с 2016 г. реализует в РФ программу «Разделяй с нами», которая включает в себя весь спектр задач по отдельному сбору отходов: от установки контейнеров для сбора пластика в школах и университетах до обучения населения данному процессу. К 2020 году организаторы программы изготовили и установили в 55 городах России более 6 500 контейнеров для отдельного сбора отходов и передали на переработку более 90 000 тонн отходов [9]. Российская программа «Разделяй с нами» является частью глобальной стратегии Coca-Cola «Мир без отходов» (World Without Waste).

На активность компаний в области экологической КСО повлияли недавние экологические катастрофы в Норильске и на Камчатке – события, вызвавшие серьезный общественный резонанс. По результатам исследований, 75% респондентов считают, что российские компании должны помогать поддерживать местные сообщества, в которых они работают, а 58% респондентов отмечают, что при покупке товара или услуги отдадут предпочтение социально ответственной организации [10]. Большинство российских компаний включает вопросы защиты окружающей среды в свою программу КСО или план по устойчивому развитию.

Компанией «Аэрофлот» в 2020 году была разработана «Программа энергосбережения и повышения энергетической эффективности ПАО «Аэрофлот» до 2030 года [11], которая базируется на энергоэффективности парка воздушных судов. Программа направлена на уменьшение нагрузки на окружающую среду путем снижения объема потребления топлива и сокращения выбросов парниковых газов.

Аналогичные проекты реализованы зарубежными корпорациями. Так, автомобильным концерном «Ford» увеличен объем инвестиций в электрификацию и к 2050 г. запланировано производство углеродно-нейтральных автомобилей [12]. Пивоваренной компанией New

Belgium Brewing Company используются альтернативные источники энергии (в том числе, солнечные батареи) и к 2030 г. запланировано достижение нулевого уровня выброса углеродов [13]. Компания Walt Disney в отчете о корпоративной социальной ответственности за 2020 г. [14] декларирует цели достичь нулевых выбросов парниковых газов, углерода и обеспечить экономию водных ресурсов. Всемирный фонд дикой природы (WWF) запустил партнерскую программу коллаборации [15], в рамках которой организации, объединившись, вносят вклад в поддержку экологии. По данным официального сайта WWF, банк HSBC несколько лет поддерживает проект по сохранению дальневосточного аиста, Pernod Ricard Rouss участвует в спасении снежного барса, а Ситибанком оказана поддержка реализации проекта по восстановлению хвойно-широколиственных лесов на Дальнем Востоке. Приведенные примеры являются подтверждением эффективной реализации сотрудничества предприятий и организаций в контексте содействия охране окружающей среды, обеспечивая синергию Человека и Природы.

На уровне микросоциальной среды синергетический эффект реализуется в процессах командообразования организаций и предприятий. Для этого создается благоприятная среда, формирующая коллектив предприятия, в котором решаются научно-технические, экономические, производственные и социальные задачи представляет собой постоянно развивающуюся социальную систему, что, в конечном счете, предполагает формирование ответственных социальных и экономических отношений на основе общепринятых социальных норм [16]. Одной из форм командообразования является корпоративное волонтерство. Компании L'Oreal, Novartis, и многие другие организации проводят «Дни социальной ответственности» и «Дни волонтерства», вовлекая в проведение данных мероприятий сотрудников, поощряя их социально активную позицию. Samsung Electronics America ежегодно проводит Day of Service, когда офисы компании закрываются, а сотрудники в рабочее время оказывают помощь местному сообществу.

В чем же выражен синергетический аспект перечисленных социальных инициатив? Характерным отличием социально-ответственных программ современности можно считать факт сотрудничества между участниками. Так, например, фондом BMW и Taproot Foundation создан проект Global Pro Bono Network, объединивший 57 компаний из 34 стран мира, готовых предоставлять услуги социального характера населению [17]. Если ранее компания могла самостоятельно сделать разовое (или регулярное) финансовое отчисление в пользу нуждающихся слоев населения или общественных объединений, то сейчас организации и предприятия объединяются и вовлекают граждан в конструктивное участие в жизни общества. Особенно очевидно это становится, при рассмотрении поведения представителей бизнес-сообщества в форсмажорных условиях, таких, как беспрецедентная пандемия COVID-19. Пандемия поставила перед обществом вопросы, которые ранее были не приоритетными для работодателей. Возможно ли перевести работу офисов в дистанционный режим и скажется ли это на эффективности сотрудников? Может ли удаленная работа стать «новой реальностью»? И если может, то смогут ли компании, на условиях удаленной работы, предложить больше вакансий людям с ограниченными возможностями.

Особое значение в условиях пандемии приобрели инклюзивные направления корпоративной социальной ответственности. Многими корпорациями были созданы рабочие места для людей с ограниченными возможностями. Так, российский социальный проект «Все получится» [18], реализованный при стратегической поддержке благотворительного фонда «Сбербанка» «Вклад в будущее» привлек к партнерству крупнейших работодателей – компании Ikea и Мэлон Фэшн Груп, для трудоустройства людей из социально не защищенных слоев населения. Не менее значимым стало сотрудничество представителей сферы торговли и общественного питания: в период, когда деятельность организаций данных отраслей в РФ были приостановлена на несколько месяцев, началась реализация «партнерски

программ трудоустройства» - сотрудники закрытых предприятий временно трудоустраивались в партнерские торговые сети «Дикси», «Магнит», «Пятерочка» и др. После снятия режима самоизоляции сотрудники смогли вернуться на основные рабочие места.

Таким образом, синергия является значимым аспектом социального управления, что подтверждается эффективной реализацией данного подхода в различных отраслях народного хозяйства: в образовании, медицине, бизнесе и др. Проведенное исследование позволяет сделать выводы об экономических и аксиологических предпосылках, способствующих развитию теории и практики применения синергетического подхода в решении социально-значимых проблем общественных отношений. Кризисная и турбулентная социально-экономическая среда стимулирует организации и предприятия к сотрудничеству для повышения эффективности деятельности. Синергетический подход в данном контексте создает возможности, с одной стороны, для обеспечения защиты интересов предприятий, с другой стороны, для защиты общественных интересов. Кроме того, реализация концепции эффективной совместной деятельности, достижения синергии в деятельности различных социальных субъектов, направленной на решение актуальных общественных проблем, отражает синергичный характер ценностей современного общества.

Литература

1. А. Маслоу. Новые рубежи человеческой природы. М.: Смысл, 1999
2. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman // New York: Harper and Row, 1953
3. Капитализм и свобода / Милтон Фридман ; [пер. с англ. Владимир Козловский]. - Москва : Фонд Либер. миссия : Новое изд-во, 2006. - 236, [1] с
4. Levitt, Th. Globalization of Markets // Harvard Business Review. -1983. - Vol 61. May-June
5. Фрейджер Р., Фейдимен Дж. Теории личности и личностный рост — М.: ОЛМА ПРЕСС, 2004. - 657 с.
6. Харский К.В. Монография "Благоннадёжность и лояльность персонала", изд. "Питер" 2003
7. А. Маслоу «Теория человеческой мотивации» (цит. по: Маслоу А. Мотивация и личность. — СПб.: Евразия, 1999. — С. 77—105)
8. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://libed.ru/knigi-nauka/1062874-1-okonchatelny-iso-fdis-mezhdunarodny-proekt-26000-standart-tmb-wg-sr-rukovodstvo-socialnoy-otvetstvennosti-na.php> (дата обращения 28.04.2021)
9. «ЭкоТехнологии» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ecotechnologies.ru/corporate-social-responsibility>(дата обращения: 09.09.2021)
10. «Благотворительный фонд развития филантропии «КАФ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cafussia.ru/storage/files/file-105.pdf> (дата обращения 08.09.2021)
11. «Аэрофлот. Российские авиалинии» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ir.aeroflot.ru/ustoichivoe-razvitie/ehkologija-i-bezopasnost/zashchita-okruzhajushchei-sredy> (дата обращения 01.09.2021)
12. «Ford» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fordsite.ru/news/ford-velichit-investicii-v-elektromobili>(дата обращения 02.09.2021)
13. «CPR News» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cpr.org/2020/08/07/new-belgium-earns-1st-us-carbon-neutral-certification-for-its-fat-tire-beer> (дата обращения 08.09.2021)
14. «The Walt Disney Company» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thewaltdisneycompany.com/social-responsibility/> (дата обращения 07.09.2021)
15. «Всемирный фонд дикой природы(WWF)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wwf.ru/business/support-for-environmental-projects/> (дата обращения 07.09.2021)
16. Инновационный менеджмент персонала предприятий: принципы, методы, результаты / В. К. Потемкин. - СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2016. -387 с
17. «Forbes» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://test-branch.forbes-client.forbes.ru/forbeslife/429663-vliyaet-na-vyruchku-i-imidzh-zachem-kompaniyam-razvivat-korporativnoe-volonterstvo> (адаг обращения 07.09.2021)
18. Социальный проект «Все получится» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vsepoluchitsya.org/> (дата обращения: 07.09.2021).