

Социальная и семейная политика корпораций с точки зрения экономической рациональности

© 2010 В.А. Козлов

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

E-mail: kozloww@gmail.com

В статье анализируется целесообразность проведения корпоративной социальной политики с точки зрения экономической рациональности. Также рассматриваются возможности и эффекты от проведения частными компаниями семейной политики.

Ключевые слова: корпоративная социальная политика, работник, семья.

В настоящее время роль корпоративной социальной политики (КСП) во всех странах возрастает. Это происходит в силу ряда факторов, как внутренних, заложенных в самой идее КСП, так и внешних, зависящих от ситуации в стране. Например, в России на сегодня федеральные законы, регулирующие государственную социальную политику, перекладывают ответственность за ее исполнение на бюджеты более низких уровней, в то время как государственная фискальная политика не способствует перенаправлению денежных потоков из федерального центра в регионы. В сложившихся условиях недофинансирования социальной сферы в регионах корпоративные программы, реализуемые как по инициативе руководства компаний, так и принятые в результате совместных действий руководства компаний и местных органов власти, направлены на обеспечение граждан недостающими социальными услугами.

Однако внешние факторы, если они не выгодны частному предпринимателю, не могут быть причиной постоянного развития КСП. Финансирование социальных программ не является основной задачей бизнеса, так как цель предпринимателя - максимизация прибыли, а программы КСП, на первый взгляд, приносят чистые убытки. В настоящий же момент затраты на социальную сферу многих крупных компаний как в России, так и в развитых и быстро развивающихся зарубежных странах достигают значительных сумм. В нашей стране с 2003 по 2007 г. объем социальных инвестиций вырос на 28% - с 42,8 тыс. руб. на работника до 54,3 тыс. руб., при этом в сырьевом секторе наблюдался более чем двукратный рост (с 38,9 тыс. руб. до 83,2 тыс. руб.)¹. Однако в результате кризиса рост сменился стагнацией и спадом: уже к середине 2009 г. многие программы КСП подверглись серьезному пересмотру: в итоге только 40% компаний сохранили прежний объем внутренних и 31% - внешних социальных программ².

Внутренние факторы развития корпоративной социальной политики будем рассматривать глазами рационального индивида с позиции экономической теории (анализа выгод и издержек), а также теории управления. В современной литературе широкое распространение программ корпоративной социальной политики объясняется с точки зрения *корпоративной социальной ответственности* (КСО)³. Основные вехи на пути развития теоретической концепции КСО определяют работы⁴ таких авторов, относящихся к американской школе менеджмента, как Г. Боуэн, К. Девис, Р. Бломстром, Дж. МакГуир, С. Сети, А. Керолл. Работа Г. Боуэна, опубликованная в 1953 г., положила начало научной литературе о КСО⁵. По мнению автора, социальная ответственность бизнесмена состоит в "реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества". К. Девис первым обосновал необходимость рассмотрения проблемы социальной ответственности в управленческом контексте⁶. Со временем происходило совершенствование тех теорий, в которых развитие КСО (а с ней и программ социальной политики корпораций) объяснялось управленческими причинами: необходимостью соответствовать ожиданиям заинтересованных в деятельности компании лиц⁷. Основываясь на подходах своих предшественников и пытаясь согласовать экономическую природу и социальную ответственность бизнеса, А. Керолл предложил трактовку КСО, подразумевающую "соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период"⁸.

Рамки современных теоретических исследований в области КСО во многом определяет универсальная модель А. Керолла, в концепцию которой укладываются современные внутренние и внешние, базисные и комплексные корпоративные социальные программы. Согласно модели

А. Керолла, КСО являет собой многоуровневую ответственность, которую можно представить в форме пирамиды⁹. Лежащая в основании пирамиды экономическая ответственность заключается в удовлетворении потребности потребителей и извлечении прибыли. Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствия его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах. Этическая ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в формальных правовых актах, но основанным на существующих в обществе неформальных правилах. Филантропическая ответственность побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ.

В настоящее время специалисты выделяют три основные концепции по отношению к КСО¹⁰.

*Концепция “корпоративного эгоизма”*¹¹ - сформировалась на основе понятия “компания собственников”. Предполагается, что основной целью бизнеса является максимизация прибыли в рамках соблюдения существующих правил игры. В рамках этой концепции задача компании - обеспечение экономических и финансовых интересов собственников и получение высокой прибыли, причем вопрос о принципиальной возможности инвестиций компании в социальную сферу не рассматривался.

*Концепция “корпоративного альтруизма”*¹² - сформировалась на основе понятия “компания участников”. В данном случае КСО трактуется расширительно и, наряду с социальными обязательствами, включает в себя участие бизнеса в благотворительности и социальных проектах.

*Концепция “разумного эгоизма”*¹³. В данной концепции подчеркивается, что социальная ответственность частных компаний - это просто “хороший бизнес”, потому что помогает уменьшить долгосрочные потери. Реализуя социальные программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочном периоде формирует благоприятную социальную среду для своих работников и территорий своей деятельности, создавая при этом условия для стабильности собственной прибыли.

Однако если подробнее рассмотреть указанные подходы, то выясняется, что концепция “корпоративного эгоизма” практически не предполагает проведения социальной политики внутри компании и, в особенности, на территориях ее присутствия. Более того, данная обязанность

полностью возлагается на государственные органы, так как существует позиция, согласно которой компания выполнила все свои обязательства перед обществом, заплатив налоги, в том числе и на социальные программы. Концепция “корпоративного альтруизма” также не предполагает в полной мере проведения взвешенной корпоративной социальной политики. В рамках данной концепции происходит сращивание корпоративной культуры и социальных программ, и в идеале происходит частичная замена компанией некоторых функций семьи (экономической, социально-культурной и социально-психологической).

Таким образом, на наш взгляд, только концепция “разумного эгоизма”, рассматривая КСП как программу долгосрочных социальных инвестиций, объясняет их развитие в современном мире. *С точки зрения теории издержек и выгод корпоративные социальные инвестиции трактуются как материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта от вложения в социальную сферу.*

В широком смысле, корпоративная социальная ответственность заключается не просто в проведении социальной политики, она приводит к получению долгосрочных конкурентных преимуществ, в том числе и за счет снижения рисков нанесения ущерба заинтересованным сторонам в краткосрочной перспективе. Происходит формирование социального капитала¹⁴ (взаимного доверия) как внутри компании, так и во взаимодействии с внешними заинтересованными сторонами.

В то же время нельзя не сказать о существовании риска идеологизации процесса принятия решений в области КСП, что характерно для многих развивающихся стран и стран с переходной экономикой, в том числе и для России. В случае подмены реальной выгоды идеологией начинается существенный разброс в критериях выбора направлений социальных инвестиций и критериев их оценки, что приводит к низкой результативности и перерасходу средств, а это негативно влияет на финансовые показатели компании. В итоге рациональный экономический подход к концепции социальной политики корпорации теряет свой смысл, а само явление превращается из выгодного бизнеса в ненужную обузу, что дает негативный экономический эффект, сравнимый с неэффективной налоговой системой. Несмотря на популярную риторику “стратегий” и “инвестиций”, оценку эффектив-

ности подобных инвестиций проводят только 56% компаний, а 17% не проводят вовсе¹⁵.

Существуют и другие теории и *альтернативные экономические подходы* к изучению причин появления и развития КСП¹⁶. Однако в рамках практики всех основных экономических и управленческих концепций корпоративная социальная политика объяснена как рациональный отклик компании на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон, выгодная инвестиция. Масштаб и охват корпоративной социальной политики будет зависеть как от конкретных целей, которые преследует компания, так и от многих внешних условий.

А будет ли выгодно компаниям присоединяться к демографической и семейной политике? На наш взгляд, даже если рассматривать социальную политику как выгодный бизнес, корпорации не будут заинтересованы в улучшении демографической ситуации в стране за счет своих средств¹⁷. Причина очевидна - демографическая политика предполагает слишком долгие горизонты планирования и существенные затраты, и даже представительства работников (профсоюзы) вряд ли выдвинут подобные требования. Таким образом, реализация программ демографического развития остается за государством.

С семейной политикой¹⁸ ситуация несколько иная. С одной стороны, работа членов семьи в крупной корпорации может быть препятствием в выполнении ими семейных функций. Например, интенсивный режим работы, перспективы роста и высокой заработной платы на начальном этапе карьеры будут негативно влиять на репродуктивную функцию семьи, вынуждая потенциальных родителей откладывать рождение ребенка из-за больших ожидаемых материальных издержек (особенно в Восточной Европе и в России, где реальные гарантии сохранения дохода после выхода из декретного отпуска низки). Развитие корпоративной культуры может создавать альтернативной семье возможности удовлетворения психологических и социально-культурных потребностей личности (подход более характерен для стран Восточной Азии).

С другой стороны, ряд программ внутренней и внешней КСП напрямую направлен или косвенно создает условия для реализации семьей всех своих функций, при этом выгоды от данных долгосрочных инвестиций получает и компания, и семья. В некоторых случаях выгодополучателем является не только семья работника компании, но и семьи, проживающие на территории ведения хозяйственной деятельности. К подобным программам относятся:

- корпоративная благотворительность, создающая аналог адресных государственных пособий социально уязвимым слоям населения;
- пенсионные программы, позволяющие в перспективе решить проблему бедности среди пожилых людей, особенно одиноких;
- добровольное медицинское страхование, решающее проблему доступа семьи к качественным и недорогим услугам здравоохранения, что зачастую невозможно сделать в рамках существующей системы обязательного медицинского страхования;
- корпоративное обучение, повышающее человеческий капитал работника и его потенциальный заработок, что в итоге повышает общий уровень потребления семьи;
- политика в отношении семей с детьми, как правило, проводимая с противоположными целями - или удержания ценных работников, имеющих детей, или высвобождения работников с детьми, в любом случае предполагает систему льгот и компенсаций в отношении персонала.

Во время кризиса очень сильно пострадали пенсионные программы из-за спада на фондовых рынках и внесения изменений в пенсионное законодательство, вместе с тем половина компаний сохранила в полном объеме программы дополнительных выплат бывшим сотрудникам. Объем программ семейной политики сократился в целом более существенно, чем общий уровень социальных инвестиций: около четверти предприятий сохранили поддержку материнства, малообеспеченных семей и социальной инфраструктуры¹⁹.

Таким образом, проведение корпоративной социальной и семейной политики приносит ряд обоюдных выгод для компании и работника:

- повышение имиджа компании, что позитивно сказывается при работе с клиентами и с потенциальными инвесторами и кредиторами (особенно иностранными);
- усиление позиции на рынке труда за счет предоставления более высоких социальных гарантий нынешним и будущим работникам;
- поддержание социальной стабильности, а также получение положительных внешних эффектов на территориях присутствия (за счет развития системы образования, здравоохранения, культуры);
- возможность получения работником и членам его семьи социальной услуги лучшего качества и с меньшими издержками, чем в государственном органе;
- создание дополнительных гарантий семьям работников, что способствует лучшему выполнению функции семей.

В то же время при неправильном подходе социальные программы имеют и негативные последствия:

- перерасход денежных средств, в том случае если проводится непродуманная КСП или программы навязываются компании государственными органами различных уровней;
- снижение производительности работников, развитие среди них патерналистских настроений (особенно в случае отсутствия внутренней конкуренции за включение в программы социальной политики), затруднение мобильности на рынке труда в случае сокращений (за счет сформированных завышенных ожиданий относительно социального пакета);
- навязывание работнику фиксированного набора ненужных социальных благ, который очень трудно поменять;
- неравенство среди жителей территории присутствия (если существует несколько градообразующих предприятий с разными программами КСП).

Улучшение демографической ситуации представляет собой критическую важность для нашей страны, и крупные компании могут быть вовлечены в данный процесс. Однако государству стоит отдавать себе отчет, что целью этих экономических объектов является социальная, семейная, демографическая политика не как таковая, а как выгодное вложение средств для компаний. Более того, учитывая масштаб проблемы, следует отметить, что только небольшие местные программы демографического развития могут быть реализованы совместно с региональными и муниципальными органами власти. В то же время корпоративные программы, направленные на развитие компетенций работника, оздоровление с целью повышения его производительности, на привлечение новых или удержание ценных кадров, и многие другие создают благоприятные условия для реализации семьей работника своих функций. На поощрение реализации подобных взаимовыгодных программ и надо работать государственным органам, так как отдача от данных вложений с точки зрения всех заинтересованных сторон будет высока.

¹ Доклад о социальных инвестициях в России / под ред. Ю.Е. Благова, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. М., 2008. С. 49-50.

² Данные мониторинга РСПП с сайта. URL: www.rspp.ru.

³ В настоящее время в самом общем смысле под корпоративной социальной ответственностью понимается философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятель-

ности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития. С этой точки зрения КСО связана с необходимостью долгосрочных инвестиций.

⁴ Обзор работ на основании статьи: *Благова Ю.Е.* Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Рос. журн. менеджмента. 2004. □ 3. С. 17-34.

⁵ *Bowen H.R.* Social Responsibilities of the Businessman. N. Y., 1953.

⁶ *Davis K.* Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. 1960. □ 2 (3). С. 70.

⁷ См., например, работы: *Davis K., Blomstrom R.* Business and Society: Environment and Responsibility. N. Y. 1975; *Sethi S.P.* Dimensions of corporate social performance: An analytical framework // California Management Review. 1975. □ 17 (3).

⁸ *Carroll A.B.* A three dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. 1979. □ 4 (4). С. 500.

⁹ *Carroll A.B.* The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons. 1991. □ 34 (4). Р. 39-48.

¹⁰ *Шишкин С.В.* Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? М., 2005. С. 14-15.

¹¹ *Friedman M.* The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times Magazine. 1970. Sept. 13.

¹² *Minford P.* Markets, Not Stakes: The Triumph of Capitalism and the Stakeholder Fallacy. L., 1999.

¹³ *Туркин С.* Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией. 2004. □ 7.

¹⁴ Понятие, введенное П. Бурдые в статье “Формы капитала” (1983) для обозначения социальных связей, которые могут выступать ресурсом получения выгод.

¹⁵ Доклад о социальных инвестициях в России - 2008 / под ред. Ю.Е. Благова, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. М., 2008.

¹⁶ См. обзор в статье: *Благова Ю.Е.* Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Рос. журн. менеджмента. 2004. □ 3. С. 17-34.

¹⁷ Например, реализация разработанной при поддержке “Деловой России” программы “Национальная программа демографического развития России на период 2006-2015 гг.” ложится в основном на государство.

¹⁸ Термин отличается от понятия “демографическая политика” (деятельность в сфере регулирования воспроизводства населения, призванная сохранить или изменить тенденции динамики его численности и структуры), семейная политика предполагает проведение комплекса мер, направленных на помощь семье в реализации своих функций. Улучшение демографической ситуации является, как правило, не целью, а следствием проведения семейной политики.

¹⁹ Данные мониторинга РСПП с сайта. URL: www.rspp.ru.