



<http://spero.socpol.ru>

№ 2. Зима 2005

Журнал издается Независимым институтом социальной политики

<http://www.socpol.ru>

Редакционная коллегия

Главный редактор	Малева Татьяна Михайловна, к.э.н., директор НИСП
Зам. главного редактора	Синявская Оксана Вячеславовна, к.э.н., зам. директора НИСП, директор программы международного сотрудничества НИСП
Ответственный редактор	Добрякова Мария Сергеевна, к.соц.н., директор публикационной программы НИСП

Координаты редакции

Москва, Глинищевский переулок, д. 3

Тел.: (095) 786 6718

Факс: (095) 292 9651

Е-mail: **spero@socpol.ru**

Редакционный совет журнала

Павлова-Сильванская Марина Павловна (<i>председатель</i>)	к.и.н., Московский центр Карнеги, консультант журнала <i>Pro et Contra</i> Московского центра Карнеги
Аузан Александр Александрович	д.э.н., профессор, Президент Института Национального проекта «Общественный договор», Президент Международной конфедерации обществ потребителей
Васильев Сергей Александрович	д.э.н., представитель в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от правительства Ленинградской области, Председатель Комитета Совета Федерации по финансовым рынкам и денежному обращению, научный руководитель Международного центра социально-экономических исследований «Леонтьевский центр»
Вишневецкий Анатолий Григорьевич	д.э.н., действительный член РАЕН, руководитель Центра демографии и экологии человека ИПП РАН, главный редактор информационного бюллетеня «Население и общество», главный редактор электронного еженедельника «Демоскоп Weekly»
Малева Татьяна Михайловна	к.э.н., директор НИСП, главный редактор журнала
Полетаев Андрей Владимирович	д.э.н., профессор, заместитель директора Института гуманитарных историко-теоретических исследований ГУ-ВШЭ, заведующий сектором Института мировой экономики и международных отношений РАН
Ясина Ирина Евгеньевна	к.э.н., директор проекта РОО «Открытая Россия»

Содержание

От главного редактора4

Экспертное мнение

Зубаревич Н.В. Социальное партнерство в регионах: как учитывать интересы крупного бизнеса?5

Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления.....17

Великий П.П., Михеев П.А. Российское село в перспективе вероятных перемен27

Обзор зарубежного опыта

Уочман П., Форстер М. Социальная ответственность бизнеса / Международная юридическая фирма «Freshfields Bruckhaus Deringer» (*перевод М.С. Добряковой*)....39

Мнение зарубежных экспертов

Брэдгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий (*перевод М.С. Добряковой*).....50

Социальное законодательство

Заборовская А.С. Государственные гарантии в сфере общего и профессионального образования71

Новое в аналитике: обзор научных публикаций77

Календарь событий.....85

От главного редактора

События последнего времени со всей очевидностью свидетельствуют, что проблемы социального развития окончательно вышли с политической периферии и переместились в эпицентр экономической повестки.

Некоторые из них получили официальный статус приоритета социально-экономического развития страны – директива Президента в обращении к Федеральному Собранию вдвое сократить масштаб российской бедности по общественно-политическому резонансу оказалась вполне конкурентоспособной с задачей двукратного повышения ВВП. Также не без подсказки власти бизнес активно начал обсуждать проблему своей социальной ответственности. Наконец, ставший печально знаменитым закон № 122 о монетизации льгот резко изменил весь социально-экономический и в конечном итоге политический фон начала 2005 г.

В таком контексте неудивительно, что сегодня социальные реформы в России де-факто рассматриваются в качестве крупнейших институциональных и структурных реформ.

В этих условиях как никогда востребован квалифицированный анализ и профессиональная экспертиза проблем, их причин и характера, методов решения и оценки последствий. В содействии решению этой задачи и видится миссия нашего журнала.

Настоящий номер в своей большей части посвящен вопросу о месте и возможной роли российского бизнеса в формировании и реализации социальной политики. Мы сознательно воздерживаемся от термина «социальная ответственность бизнеса», по крайней мере, до тех пор, пока не будут определены возможности и границы его активности в социальной сфере. Российский бизнес относительно молод, что частично объясняет тот факт, что зачастую он не позиционируется как реальный субъект и реальный актор в социальной политике. В этой связи мы обращаемся к мировому опыту, который демонстрирует существование различных (а не одной идеальной!) моделей социальной активности бизнеса. Надеемся, что обсуждение работ российских и зарубежных экспертов положат начало активному взаимодействию экспертного и бизнес-сообщества в поиске оптимальных моделей социальной политики, адекватных российским социально-экономическим реалиям.

Помимо вопросов, которые уже сегодня приобрели статус очевидного приоритета, мы считаем необходимым обсуждать темы завтрашнего дня, и в свете обсуждаемой и грядущей реформы высшего образования предлагаем читателю обзор современного законодательства по этому блоку проблем.

Наконец, есть темы, которые либо забыты, либо по-прежнему остаются на задворках экономической повестки. К ним, например, относится вопрос об аграрной реформе и социальных проблемах современной российской деревни. Обсуждение этих тем, активизация поисков ответов на существующие в этих сферах вопросы также составляет миссию журнала.

Эти аргументы и определили содержание второго номера журнала «SPERO», который мы представляем нашему Читателю.

Т. М. Малева

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА¹

Пол Уочман, Малколм Форстер

Международная юридическая фирма «Freshfields Bruckhaus Deringer»

Введение

Социальная ответственность бизнеса, т.е. некие представления о его влиянии – социальном, этическом и относящемся к борьбе с загрязнением окружающей среды – становится все более важным вопросом для бизнес-менеджеров. Многие наиболее значимые социальные обязательства, зачастую воспринимаемые преимущественно как ответ на требования морального или этического характера, на самом деле навязаны бизнесу в результате непосредственного действия принципов законов об охране окружающей среды и публичного международного права. Социальная ответственность корпораций – это часть международной инициативы по увеличению прозрачности работы бизнеса, обнародовании отчетов о его деятельности, это способ осуществлять наблюдение за тем, насколько деятельность бизнеса отвечает этическим и социальным требованиям общества, а также требованиям в области защиты окружающей среды.

В настоящее время и правительство Великобритании, и Европейский Союз рассматривают социальную ответственность бизнеса как добровольную деятельность, один из аспектов хорошего корпоративного управления; правда, в некоторых случаях ощущается и соответствующее давление, звучат призывы в пользу принудительной системы. Независимо от того, останется ли социальная ответственность бизнеса делом добровольным, последний должен реагировать на тот вызов, который она ему бросает.

В корпоративной социальной ответственности нет ничего особенно опасного, однако компании должны относиться к ней серьезно и правильно выстраивать соответствующую политику. Информация, собираемая компаниями в русле программ социальной ответственности, моментально расхватывается менеджерами пенсионных фондов, неправительственными организациями, заинтересованными группами, средствами массовой информации и правительством.

Социальная ответственность бизнеса не должна стать ни лицемерной хартией, ни камнем, тянущим предприятие на дно. Она может быть инструментом в конкурентной борьбе или «грязным бельем», длинным списком правовых обязательств. Выбор за вами.

Что такое социальная ответственность бизнеса?

Европейская комиссия определяет социальную ответственность бизнеса следующим образом:

«...концепция, при помощи которой компании на добровольной основе интегрируют социальные обязательства и обязательства по охране окружающей среды в свою деятельность и взаимодействие с партнерами»².

¹ *Источник:* Watchman, Paul, and Malcolm Forster. Corporate Social Responsibility // Freshfields Bruckhaus Deringer. April 2004. <http://www.freshfields.com/practice/disputeresolution/publications/pdfs/8221.pdf>. Перевод с англ. М.С. Добряковой.

² Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility COM (2001) 366.

Аналогично, согласно определению Департамента торговли и промышленности Великобритании [UK Department of Trade and Industry – DTI], социальная ответственность бизнеса предполагает, что:

«...предприятия уделяют внимание тому, как улучшить свое социальное влияние, влияние на локальный сектор экономики и влияние в области охраны окружающей среды, свое воздействие на общество и социальную сплоченность, права человека и правила охраны окружающей среды, справедливость ведения торговли и возможные пути нарушения этой справедливости. Социальная ответственность бизнеса касается и крупных мультинациональных корпораций, и малых предприятий локального уровня».

Зачем нужна социальная ответственность?

Социальная ответственность бизнеса – явление не новое. Начиная с XIX в. есть множество ярких примеров того, как предприятия инвестировали в строительство экспериментального жилья, здравоохранение и образование для своих работников и членов их семей. Однако современная трактовка социальной ответственности бизнеса предполагает более систематичную и интегрированную программу, нацеленную на оказание социального влияния и влияния в области охраны окружающей среды, для того или иного предприятия, а также управление данной деятельностью стратегическим образом.

Глобализация бизнеса еще более недвусмысленно указала компаниям на необходимость внимательнее анализировать последствия своей все более сложной и разнообразной деятельности в широком спектре географических регионов, некоторые из которых до недавнего времени были не знакомы с принципами менеджмента. Рост рыночной либерализации во многих частях земного шара привел к тому, что компании (порой относительно небольшие по размерам), которые прежде никогда не рискнули бы выйти за пределы своего национального рынка, начинают вести международные операции.

Существует ряд факторов, которые придали еще большую значимость способности компании адекватно оценивать роль своей деятельности в области социальной ответственности.

Фактор, лежащий на поверхности, связан с неуклонно возрастающими темпами регулятивного контроля. Возможно, наиболее всего это ощущается в области охраны окружающей среды, здравоохранения и безопасности на рабочем месте, однако строгие требования выдвигаются и в отношении «отмывания» денег, финансовых операций с лицами, подозреваемыми в террористической деятельности, и т.д. Многие из этих требований налагают на бизнес позитивные обязательства по ведению документации и обеспечению информацией, а также внедрению системы мониторинга и отчетности.

В более широком смысле стимул для социальной ответственности бизнеса исходит от партнеров и заинтересованных групп [stakeholders]. Это давление принимает разнообразные формы, наиболее распространенными из которых являются:

- давление со стороны партнеров, которые могут рассматривать разумно выстроенную социальную деятельность бизнеса как индикатор хорошего корпоративного управления и существенный элемент в формировании привлекательного инвестиционного профиля компании;
- давление со стороны структур этического инвестирования, для которых стало привычной практикой при оценке производительности компании обследовать широкий спектр параметров, связанных с ее программами социальной ответственности. За последние пять лет объемы этического инвестирования в

британские фонды выросло до 4 млрд. фунтов стерлингов в 2003 г. по сравнению 1,5 млрд. в 1997 г.³;

- этические проблемы стали важным фактором для государственных и частных финансовых институтов при принятии решений о предоставлении ссуды. Многие годы Всемирный банк и другие многосторонние банки развития, а также структуры экспортного кредита настаивают на том, чтобы их заемщики уделяли должное внимание вопросам охраны окружающей среды и прав человека. В последнее время частный сектор банковских услуг также отреагировал на данные требования, подписавшись под «Принципами экватора»⁴, которые отражают многие из этих вопросов;
- давление со стороны клиентов и потенциальных торговых партнеров, которые сами должны реагировать на все более явственные требования демонстрировать, что их коммерческие действия отвечают задачам социальной ответственности бизнеса;
- потенциально более прозрачная деятельность компании, чему способствует стремительное распространение информации через Интернет; а также
- настоятельное пожелание, чтобы компания на добровольной основе предоставляла результаты своей деятельности по общим вопросам социальной ответственности, начиная с уже прочно утвердившейся тенденции предоставлять отчет о деятельности компании в сфере охраны окружающей среды.

Еще один мотив связан со структурами, регулирующими оказание финансовых услуг. Результаты недавних исследований позволяют предположить, что некоторые из крупнейших мировых компаний не обеспечивали достаточного покрытия издержек, связанных с адаптацией последствий выделения углерода к изменениям климатических условий. Не одни они ошибались в своих расчетах: как показывают аналогичные исследования установок *инвесторов*, финансовые риски, связанные с вопросами изменения климата, недостаточно учитывались инвесторами – последние либо не признавали их вовсе, либо закрывали глаза на их долгосрочные последствия в угоду своим инвестициям. Однако подобное безответственное отношение не может длиться долго. Со стороны самих инвесторов и контролирующих структур, стремящихся учитывать эти новые интересы инвесторов, звучат все более настойчивые требования повысить уровень прозрачности и раскрыть информацию о природоохранных и иных социальных последствиях деятельности компаний.

Не менее значимым фактором являются ожидания гражданского общества. Поддержка правительством социальной ответственности бизнеса, хотя, как правило, и не достигающая уровня выдвижения требований, тем не менее набирает силу. Еще большую настойчивость проявляют неправительственные организации, многие из которых сохранили очень высокую

³ Источник: Всемирный деловой совет по вопросам устойчивого развития [World Business Council for Sustainable Development].

⁴ «Принципы экватора» – пакет установок, добровольно разработанных ведущими банками мира для управления социальными и природоохранными вопросами, связанными с финансированием проектов. Банки будут применять данные принципы во всех странах мира при финансировании проектов во всех отраслях промышленности, в том числе в добывающей, нефтегазовой отрасли и в лесном хозяйстве. Банки будут применять «Принципы Экватора» в отношении всех займов, предоставляемых для финансирования проектов на сумму от 50 млн. долл. При применении «Принципов Экватора» проекты будут отбираться на основе предварительной экологической и социальной оценки проектов, разработанной Международной финансовой корпорацией, входящей в группу Всемирного банка // *Время новостей*. 2003. 5 июня. (<http://www.vremya.ru/print/72240.html>). – *Прим. перев.*

степень прозрачности и придают большое значение публикации отчетов о своей деятельности. Среди таких организаций – «Amnesty International», «FTSE4Good», «Dow Jones Sustainability Index» и другие.

Эта деятельность находит отражение в целом ряде инициатив делового мира – таких, как индекс социальной ответственности «Бизнес в сообществе» [Business in the Community] и рекомендации по социальной ответственности бизнеса Ассоциации британских страховщиков [Association of British Insurers].

Более косвенная, но вполне идентифицируемая мотивация связана с вероятностью того, что компания, которая – предположительно – не отвечает всем нормам корпоративной социальной ответственности, по крайней мере станет мишенью гражданского действия в благоприятных для истца судебных разбирательствах [plaintiff-friendly jurisdictions].

Правительственная и международная деятельность в области социальной ответственности бизнеса

Рекомендации ОЭСР для мультинациональных корпораций

Рекомендации, принятые Организацией экономического сотрудничества и развития в сентябре 2000 г., призывают бизнес вносить свой вклад в развитие экономической и социальной сфер, охрану окружающей среды, что позволит достичь устойчивого развития и соблюдения прав человека. Они также призывают участвовать в деятельности, способствующей укреплению позиций стран, в которых работают корпорации, и не стремиться обойти правила, сформулированные в местных законах об охране окружающей среды, здравоохранении, безопасности труда и труде в целом, налогообложении, даже в случаях, если те или иные льготы им предлагаются; не следует также принимать «недостойное» участие в местной политической деятельности. Кроме того, следуя высоким стандартам распространения информации, отчетности и аудита, бизнес должен предоставлять своевременную, регулярную, надежную и релевантную информацию о своей деятельности, структуре, финансовой ситуации и производительности. Эта информация должна включать сведения о социальной, этической и природоохранной политике предприятия, а также иных кодах поведения, исповедуемых компанией.

Компании должны стремиться избегать принудительного или детского труда, дискриминации во всех ее формах и уважать право своих наемных работников на организацию профсоюзов и иных ассоциаций, представляющих их интересы, участвовать в конструктивных переговорах, соблюдать стандарты занятости и производственных отношений, не менее выгодных работникам, чем те, что приняты аналогичными работодателями в данной стране.

Бизнес должен внимательно относиться к вопросам охраны окружающей среды, здравоохранения и безопасности труда, а также в целом осуществлять свою деятельность таким образом, чтобы максимально способствовать достижению общей цели устойчивого развития. Бизнес должен оценивать прогнозируемые последствия своей деятельности, ассоциируемые с его процессами, продукцией и услугами на протяжении всего их жизненного цикла, в сфере охраны окружающей среды, здравоохранения и безопасности труда, и затем принимать соответствующие решения. В случаях, когда предполагаемая деятельность может повлечь за собой значительные последствия в сфере охраны окружающей среды, здравоохранения или безопасности труда либо требует решения со стороны компетентных структур, компания должна подготовить соответствующую оценку возможного влияния своей деятельности.

Что касается практик коррупции, то бизнес не должен прямым либо косвенным образом предлагать, обещать, давать или требовать взятки и иных способов выгодоприобретения в обмен на покупку или сохранение бизнеса или иные незаконные выгоды.

Европейский Союз

Европейская Комиссия выдвинула ряд базовых принципов программы Европейского Союза применительно к социальной ответственности бизнеса. Эти принципы таковы:

- социальная ответственность бизнеса должна оставаться добровольной инициативой;
- практики реализации социальной ответственности бизнеса должны быть прозрачными и надежными;
- собственная стратегия сообщества в вопросах социальной ответственности бизнеса должна быть сосредоточена в областях, где ее реализация может принести наибольшую добавочную стоимость;
- данная стратегия должна следовать сбалансированному и всеобъемлющему подходу к социальной ответственности бизнеса, включая не только интересы потребителей, но и экономические, социальные и природоохранные вопросы;
- стратегия должна уделять особое внимание содействию малым и средним предприятиям; а также
- поддерживать международные правовые обязательства (такие, как соглашения об охране окружающей среды, основные права человека, законы о труде и т.д.).

Комиссия позиционирует свою стратегию как механизм:

- благотворного влияния практик корпоративной социальной ответственности на бизнес и общество в целом в результате распространения информации;
- обмена информацией по поводу успешных практик корпоративной социальной ответственности как между отдельными предприятиями, так и между странами-участницами;
- выработки навыков управления практиками корпоративной социальной ответственности;
- содействия малым и средним предприятиям в реализации практик социальной ответственности, отвечающих их особым возможностям и потребностям;
- выработки кодов поведения в отношении практик коррупции, охраны окружающей среды, защиты прав человека и вопросов трудового права;
- разработки стандартов управления практиками корпоративной социальной ответственности, возможно, по подобию стандартов управления практиками по охране окружающей среды, принятыми в Схеме экологического менеджмента и аудита [Eco-Management and Audit Scheme – EMAS];
- поддержки «тройной базовой» (экономической, социальной и природоохранной) отчетности компаниями, особенно теми, на которых занято более 500 человек (как планировалось в сообщении Комиссии 2001 г. о стратегии устойчивого развития Европейского Союза); и
- изучения возможностей введения системы наименования продуктов или предприятий, следующих принципам социальной ответственности.

Комиссия учредила и возглавляет многосторонний форум Европейского Союза по вопросам корпоративной социальной ответственности, в который входят представители работодателей, профсоюзов, гражданского общества и профессиональных ассоциаций. Она будет стремиться повышать степень прозрачности и гармонизировать практики социальной ответственности путем обмена информацией, координирования существующих инициатив в рамках Европейского Союза и попытки выработать единую позицию Европейского Союза, на основе которой затем строить переговоры с третьими странами, а также выявить области, в которых необходимы дальнейшие действия на уровне ЕС.

Аналогично, Комиссия предлагает интегрировать принципы корпоративной социальной ответственности во все политические стратегии, проводимые Европейским Союзом, включая те, что связаны с экономическими и социальными вопросами, предприятиями, охраной окружающей среды, защитой прав потребителей, государственными закупками, иностранными делами, политикой развития и торговли.

В результате в декабре 2002 г. Совет призвал страны-участницы к следующему:

- способствовать развитию корпоративной социальной ответственности на национальном уровне наряду с развитием стратегии на уровне ЕС, особенно путем информирования компаний об их выгодах и подчеркивания потенциальных результатов, которые принесет конструктивное сотрудничество между правительством, бизнесом и другими секторами общества;
- продолжать поддерживать диалог с социальными партнерами и гражданским обществом;
- повышать прозрачность практик и инструментов корпоративной социальной ответственности;
- обмениваться информацией и опытом относительно своих стратегий;
- интегрировать принципы корпоративной социальной ответственности в национальные стратегии развития; и
- интегрировать принципы корпоративной социальной ответственности, где это уместно, в собственные практики управления.

Правительство Великобритании

Следуя своему намерению участвовать в реформе законодательства о компаниях, в июле 2001 г. правительство Великобритании опубликовало Белую хартию, озаглавленную «Модернизация закона о компаниях»⁵. Данный документ освещает роль директоров в современных условиях: это сочетание традиционных обязательств стремиться наилучшим образом удовлетворять финансовые интересы акционеров и осознания того более общего факта, что компания будет работать наиболее эффективно при условии учета широкого спектра экономических, природоохранных и социальных проблем и их последствий.

В качестве следующего шага компаниям предлагается ежегодно публиковать операционные и финансовые отчеты [operating and financial review – OFR]. Данная обязанность будет возлагаться на:

- открытые публичные компании с ограниченной ответственностью [удовлетворяющие ряду требований по британскому закону 1980 г. – *Прим. перев.*] с оборотом более 50 млн. фунтов стерлингов в год или бухгалтерским балансом, демонстрирующим чистые доходы и резервы объемом более 25 млн. фунтов стерлингов; или

⁵ Cmnd. 5553 (2002).

- компании с ограниченной ответственностью с оборотом более 500 млн. фунтов стерлингов или бухгалтерским балансом, демонстрирующим чистые доходы и резервы объемом более 250 млн. фунтов стерлингов.

Операционные и финансовые отчеты должны освещать и анализировать деятельность компании, а также основные тенденции и факторы, которые влияют на ее работу в настоящее время и могут влиять в будущем. Решение о необходимости осветить ту или иную проблему принимается директорами и определяется следующим условием: отсутствие ясной и однозначной информации может «повлиять на оценку компании акционерами, а значит и их решения, а также прямые и косвенные последствия этого для других акционеров и, следовательно, самой компании».

Предполагается, что таким образом акционеры, инвесторы и прочие стороны смогут сформировать более ясную картину относительно возможных последствий этических и природоохранных вопросов для прибыльности компании, оценить иные потенциальные угрозы ее функционированию (например, в связи с инвестициями в другие страны, которые могут подвергнуться экономическим санкциям; в результате вовлечения в действия, которые могут привести к бойкотированию ее продукции, продаже ее акций под влиянием этических мотивов (как в случаях, когда некоторые компании попадают под прицел групп, борющихся за защиту животных), сокращению банковских, страховых и прочих услуг со стороны поставщиков, стремящихся избежать «негативной ассоциации» с данной компанией).

В Белой хартии отмечается, что для сбора информации для операционных и финансовых отчетов директорам следует выстроить для себя систему, которая позволит иметь доступ к широкому спектру информации. Согласно проекту приложения к Белой хартии, операционные и финансовые отчеты должны включать следующую информацию:

- деятельность компании, ее цели и стратегии;
- обзор работы компании за последний год и оценка ее позиции по состоянию на конец года, включая все крупные изменения и события;
- перечень всех событий и тенденций, которые в будущем могут значимым образом повлиять на работу компании или ее инвестиционные программы.

Помимо этого, директорам должны включать информацию, которая, на их взгляд, позволит операционным и финансовым отчетам достичь своей цели (т.е. позволит членам компании на основе адекватной информации оценить ее работу, финансовую позицию и будущие задачи и стратегии бизнеса). К этой категории относятся вопросы управления, отношений с деловыми партнерами, а также вопросы, связанные с репутацией компании (в том числе в сфере охраны окружающей среды, социальные и этические вопросы). В частности, директорам следует проанализировать возможность включения в отчеты информации о следующих аспектах деятельности компании:

- политика занятости в компании;
- вопросы охраны окружающей среды, связанные с деятельностью компании;
- социальные вопросы и вопросы развития сообщества, также связанные с деятельностью компании.

Белая хартия предполагает, что получение необходимой информации и построение механизмов для ее получения – это задача директоров. Предполагается также, что директора могут убедиться в достоверности и надежности полученной информации, например, путем ее оценки третьей стороной.

Для оказания помощи директорам в оценке того, какую информацию следует включать в отчеты, была создана Рабочая группа по вопросам операционных и финансовых отчетов. Летом 2003 г. Рабочая группа подготовила вспомогательный документ, освещающий эти

вопросы. После этого правительство заявило о своем намерении опубликовать проект закона о требованиях к операционно-финансовой отчетности. Ожидается, что проект будет выпущен летом 2004 г.

Правительственные структуры также принимают участие в некоторых инициативах, нацеленных на выработку методологии подготовки отчетов и стратегий социально ответственного поведения бизнеса. Представители Департамента торговли и промышленности (DTI), Департамента по вопросам охраны окружающей среды, питания и сельского хозяйства (DEFRA) и Департамента международного развития (DfID), вместе с Агентством по охране окружающей среды включены в состав управляющего комитета программы SIGMA, представляющей собой совместный проект Британского института стандартов и групп «AccountAbility» [международная профессиональная организация по вопросам отчетности] и «Forum for the Future» [благотворительный и аналитический центр – *Прим. перев.*]⁶, в рамках которого был выработан ряд инструкций, сформулированы принципы, призванные помочь коммерческим организациям понять значимость их устойчивого развития и возможной реакции, а также предложена схема интеграции вопросов социальной ответственности бизнеса в процедуры принятия решений на уровне корпораций.

Кампания Коалиции по вопросам корпоративной ответственности (CORE)

На последней сессии парламента Коалиция по вопросам корпоративной социальной ответственности [Corporate Responsibility Coalition – CORE] поддержала подготовку билля, нацеленного на ввод обязательных требований к компаниям следовать принципам социальной ответственности в вопросах защиты прав человека и охраны окружающей среды. Данный билль (отчасти финансируемый также программами «Друзья Земли» и «Международная амнистия») отражает отчаяние, порою ощущаемое сообществом некоммерческих организаций в связи с недостаточной активностью государства в развитии программ социальной ответственности бизнеса и, в частности, его поддержкой добровольного подхода. Предполагается, что статьи билля будут распространяться на все компании (за исключением тех, годовая оборот которых составляет менее 5 млн. фунтов стерлингов в год). Он будет обязывать компании выстраивать свою деятельность в соответствии с местными законами (что само по себе не означает высоких стандартов!), а также с «международными соглашениями об ответственности и стандартах» в отношении:

- охраны окружающей среды;
- здравоохранения и безопасности труда;
- устойчивого развития;
- занятости;
- прав человека;
- защиты прав потребителей.

Билль предписывает сделать обязательной отчетность по вопросам влияния компании в социальной, экономической и природоохранной сферах за отчетный год, а также ее планах в этом отношении. Кроме того, предусматривается, что материнская компания будет нести ответственность за:

- причинение серьезного физического или умственного вреда [сотрудникам и прочим лицам];

⁶ Подробнее см.: <http://www.projectsigma.com/Default.asp>. – *Прим. перев.*

- причинение серьезного вреда окружающей среде в результате деятельности компании, если эта деятельность осуществляется не в соответствии с имеющимися стандартами и тем самым не позволяет обеспечить безопасность истцов или окружающей среды.

До сих пор попытки введения Билля (названного Биллем о деятельности (и отчетности) компаний и государственных подразделений) оказывались безуспешными. <...>

Источники социальных обязательств бизнеса в международном праве

Указания на социальные обязательства бизнеса можно обнаружить в следующих документах.

- Основные соглашения об охране окружающей среды:
 - Конвенция о биологическом разнообразии;
 - Конвенция о климатических изменениях и Протокол Киото;
 - ключевые соглашения по вопросам охраны дикой природы – например, Конвенция об охране мигрирующих видов диких животных, Конвенция о заболоченных территориях.
- Принципиальные соглашения о правах человека:
 - Всеобщая декларация прав человека;
 - Международные соглашения об экономических, социальных и культурных правах (ICESCR), Международные соглашения о гражданских и политических правах (ICCPR);
 - Международная конвенция о ликвидации всех форм расовой дискриминации и Конвенция ООН «О ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин»;
 - Конвенция ООН о правах ребенка;
 - ключевые соглашения Международной организации труда.

Помимо этого, Подкомиссия ООН по поощрению и защите прав человека недавно завершило работу, озаглавленную «Нормы и обязанности транснациональных корпораций и других деловых предприятий в отношении прав человека». Комиссия по правам человека рассматривала данный документ в апреле 2004 г. «Нормы» во многом носят морализаторский характер: в большинстве статей просто сформулирован призыв к транснациональным корпорациям соблюдать положения, уже сформулированные в национальном и международном законодательстве по правам человека. Однако в этом документе есть и ряд особенностей, на которые стоит обратить внимание.

- Права человека, перечисленные в «Нормах», имеют более расширительную трактовку и включают Дополнительные протоколы к ICCPR (в том числе посвященные возможности индивидуальных обращений к Комиссии и отмене смертной казни). Включено в них также и по-прежнему вызывающее дискуссии «право на развитие».
- Обязанность обеспечивать равные возможности включает отсылки к методикам «целевой поддержки» для преодоления последствий дискриминации.
- Обязанность обеспечивать адекватный уровень зарплаты предполагает оценку потребностей работников в адекватных жилищных условиях с учетом будущих потребностей.

- Обязанность соблюдать национальные законы распространяется на определенные инструменты политики, в том числе «интересы общества» (неопределенные) и цели развития.
- Вменяется в обязанность обеспечивать то, чтобы предоставляемые компанией товары и услуги не использовались для ущемления прав человека.
- Указывается (недостаточно ясно) на обязанность не использовать материалы, которые могут оказаться вредными для потребителей.
- Обязанности по охране окружающей среды выходят за рамки существующих международных требований: указывается на необходимость следовать принципам превентивности, «биоэтики» и ориентироваться на «более отдаленную цель устойчивого развития».
- «Нормы» содержат неясно сформулированное, обращенное к государствам обязательство создавать правовые и административные структуры, которые позволят обеспечить их реализацию.
- «Нормы» предусматривают выплату «компенсаций» сторонам, чьи права пострадали в результате действия транснациональных корпораций.

<...>

Построение успешной стратегии социальной ответственности бизнеса

Принципиальным вопросом для компании является цель стратегии социальной ответственности.

Простое подчинение местным законам

Как отмечалось выше, это не всегда самый безопасный путь, если речь идет о законодательствах, предписывающих местные стандарты ниже уровня, чем тот, что считают допустимыми инвесторы и прочие заинтересованные группы в государстве, в котором находится головной офис компании (или материнская компания). Кроме того, принципы социальной ответственности бизнеса, которым следуют страны ОЭСР и Европейского Союза, предполагают, что компания должна стремиться к более высоким стандартам, чем те, что предписываются местным законодательством. Подчеркивается добровольное стремление компании «сделать еще один шаг».

Применение единых стандартов по всему миру, независимо от местных минимальных стандартов

Данный подход, часто описываемый как «решение Бхопала», предполагает использование единых стандартов (например, в области охраны окружающей среды или безопасности труда) повсюду, где работает компания, невзирая на то, что данные стандарты могут казаться неизмеримо выше тех, что обычно предусматриваются местным законодательством. Этот подход упрощает управление компанией по вопросам социальной ответственности, но не лишен своих рисков. Например, если деятельность по защите здоровья работников не передана полностью местным структурам, а осуществляется на глобальном уровне напрямую из головного офиса, любая неудачная попытка обеспечить требуемые стандарты может привести к тому, что истцы будут обращаться в суд государства, в котором расположен головной офис компании.

Сознательная ориентация на более высокие стандарты, чем те, что предусмотрены любым законодательством

Социальная ответственность бизнеса не обязательно порождена лояльностью корпорации или альтруизмом – она также может выступать и в качестве важного элемента повышения прибыльности или эффективности компании и даже оказываться средством обеспечения ее конкурентного преимущества.

Компания должна стремиться к выработке реалистичной стратегии и не ставить перед собой недостижимых целей (что даст возможность наблюдателям говорить о ее неудачах). В качестве ориентира компания может использовать международные инструменты (для этого часто выбирается Всеобщая декларация прав человека). Если это необходимо, компания не должна стыдиться привлекать соответствующие некоммерческие организации для выработки необходимой политики: некоторые сектора промышленности (например, страхование и добывающие отрасли) уже выработали кодексы социальной ответственности бизнеса, которые можно использовать в качестве моделей.

Чрезвычайно важно заручиться поддержкой высшего управленческого персонала (в идеале – на уровне совета директоров), даже несмотря на то, что наиболее эффективным способом достижения целей социальной ответственности может быть не деятельность на глобальном уровне, а работа отдельного подразделения или сектора промышленности (в зависимости от структуры управления). Аналогично, отдел управления человеческими ресурсами или отдел по вопросам развития корпорации могут оказаться не самой эффективной площадкой для реализации программ социальной ответственности в компании, в которой структуры управления четко разделены на почти автономные подразделения.

Компании следует составить «карту» проблем и географических регионов, где программы социальной ответственности имеют более всего шансов потерпеть неудачу. Особое внимание следует уделить вопросам просвещения местного управленческого персонала в сферах, где реализация программ социальной ответственности требует отхода от принятого делового поведения, и обеспечить поддержку (и контроль) сотрудников, отвечающих за это. Потенциальными участниками программ социальной ответственности являются также поставщики, субподрядчики и прочие партнеры по бизнесу (например, потенциальные партнеры в совместных предприятиях).

Все программы социальной ответственности должны включать механизм выявления слабых мест и внесения необходимых корректив. Важно рассказывать об успешной реализации программ, рассказы же о неудачах – худшее из того, что можно представить!

<...>