

Социальная ответственность российского бизнеса. Иркутская школа публичной политики.

Наш «Институт экономики города» - это независимый аналитический центр, который занимается экономикой города. Последние пять лет мы занимаемся проблемами взаимоотношения города и бизнеса. Во многом это взаимоотношения города и крупных компаний, которые оказывают серьезное градообразующее влияние на его жизнь. Мы делаем исследования.

Я соавтор практически всех публикаций, которые выходили по этой теме, включая те доклады, которые российские деловые ассоциации готовили в последнее время, а именно доклад к съезду РСПП под названием «Российских бизнес регионов», доклад Ассоциации менеджеров «Социальные инвестиции российского бизнеса». Наш Институт выпускал несколько книжек по этому поводу. Мы занимаемся сбором и анализом лучших практик, примеров, моделей из политика различных компаний и опыта работы различных городов. Это первое.

Второе. Мы консультируем компании. Мы являемся одним из тех операторов, которым компании дают деньги, и мы им помогаем эти деньги распределять. Наш Институт помогал компании «ЮКОС» организовать тендер на предоставление муниципалитетам Самарской области средств на крупные проекты в области социального строительства и реконструкции тепло- и водоснабжения. Кроме того, мы консультируем сами компании по ряду следующих вопросов: как понять нужды местных сообществ, с которыми эти компании работают; как оценить, была ли эффективна та или иная программа, на которую компания потратила деньги. В принципе, наверное, в нашей организации есть максимально возможный опыт общения и с местным самоуправлением и гражданскими организациями и с компаниями. Кроме того, у меня есть профессиональная подготовка в области социального аудитора. Т.е. я могу подготовить заключение по отчету компании по социальному или экологическому отчету компании. Мы работаем с большим числом компаний: «СУАЛ-холдинг», НК «ЮКОС» и др. Мы немного работали с компаниями, у которых есть интерес в Братске – это «РУСАЛ» и «Илим-ПАЛП». Достаточно много работали с муниципалитетами в Шелехове и Ангарске. 25 октября 2003 года я была в этом же зале на открытии Школы публичной политики и выступала точно с такой же темой. Чтобы мне не повторять ничего, есть ли здесь кто-то из коллег, кто это уже знает? Нет? Хорошо! Мог бы кто-нибудь из вас сказать, какая здесь была ситуация в тот день, а мы потом плавно перекинем мостик к сегодняшнему дню. И пару слов о том, что такое социально-активный бизнес.

Марина Либоракина,
исполнительный директор фонда «Институт экономики города».

Воронин Олег, политолог: Здесь намечалось определенное видение, что социально-активный бизнес как массовое явление еще отсутствовало, но определенные тенденции появляются, ну и этому нужно всячески способствовать. Мы тогда много спорили по поводу того, что такое социально-активный бизнес. На самом деле, спор был о том, что филантропия и социально-активный бизнес - это разные вещи. Мы говорили о том, что если дали денег на футбольную команду или на детский дом, это совершенно не означает, что это социально-активный бизнес.

Либоракина М.И.: Надо сказать, что предчувствия, которые были у нас в 2003 году, нас не обманули. Все те тенденции, которые мы могли обозначить полтора года назад, сегодня расцвели ярким цветом. Какие это тенденции. Прежде всего, это то, что называется «благотворительным рэкетом» со стороны органов власти, которые напрямую связывают социальную ответственность с принудительной благотворительностью со стороны компании. С другой стороны, появилось очень много хороших примеров и технологий со стороны российских компаний. Про это можно уже писать книги. Новая тенденция, о которой мы будем сегодня говорить - это ослабление гражданского контроля за поведением бизнеса. Эта вещь, о которой я не стала говорить в 2003 году, вещь, о которой сегодня можно говорить только в узкопрофессиональной аудитории,

поскольку слишком велика вероятность политических манипуляций в этой сфере. Ситуация, когда власть серьезно оказывает влияние на бизнес, не благоприятная в отношении гражданского контроля за бизнесом, но мы сейчас находимся в такой ситуации, когда бизнес нуждается в серьезном присмотре со стороны общества. Вот об этом мы с вами тоже сегодня поговорим.

В начале давайте усвоим новый термин «корпоративная ответственность», без которого невозможно дальше ничего обсуждать. Мы должны раз и навсегда понять, как нам избавиться от благотворительности в этом определении. Давайте проведем такое упражнение. Достаньте, курящие люди, пачку сигарет. Теперь некурящие соседи должны запомнить пачку сигарет. А теперь вспомните, что есть на этой пачке, чего не было на пачке сигарет поколения ваших родителей. Акцизные марки – раз, штрих-коды – два, страшные надписи – три. На некоторых есть еще надпись, что подростковое курение – страшное зло. Увидели? Вспомните, когда вы отдыхали за рубежом, покупали ли вы там сигареты? Найдите отличия. Все по-английски написано – раз, очень крупные надписи, предупреждающие о вреде курения - два. Кроме того, в западных странах крупными черными уродливыми буквами, которых вы не избежите написано: «Спросите вашего врача, как избавиться от порочной привычки курить» или «Молодые люди, знайте, что курение убивает сперму!» и многое другое. Что же получается? А получается то, что у нас нет той истории социальной ответственности корпоративного бизнеса, который есть на западе. Это то давление, которое общество оказывает на бизнес для того, чтобы минимизировать негативные последствия того бизнеса, который ведется. Вдумайтесь на минутку в этот факт. Изменения произошли всего за одно поколение. До недавнего времени, поскольку в нашей стране ведется социальный отчет крупнейшего производителя табака «British American Tobacco», на Западе ведутся диалоги с людьми, на чью жизнь и благополучие оказывается влияние деятельность компании. В частности, представители различных общественных организаций и Минздрава собираются и обсуждают с компанией разные требования, которые компания обещает выполнять. Все это публикуется в отчете, и на следующий год все смотрят, как были выполнены эти требования. Есть еще одна вещь, которую не удастся искоренить на протяжении нескольких лет. На пачках сигарет надписи пишутся почти незаметно для человеческого глаза. Это говорит о том, что гражданское давление в нашей стране еще не достигло той степени, что мы реально можем исправлять недостатки компании и добиваться своей цели.

Есть ли в этом зале человек, который читал книгу «Здесь курят» Кристофера Т. Бакли. Я всем рекомендую прочитать эту книгу. Это рассказ о бывшем лидере табачного лобби, который служил вице-президентом общественной организации, которая выступала за табак. Он рассказывает, как впервые табачная компания начала благотворительную программу по профилактике курения среди несовершеннолетних, и как он работал с дизайнерской группой. Когда группа дизайнеров принесла ему эскизы, он поставил перед ней задачу сделать максимально невидимую рекламу. Дизайнеры очень напряглись, но приняли этот профессиональный вызов. Он сделали такой плакат «Все, что родители вам говорят о курении - это золото». Вспомните, как вы относились ко всем тому, что вам говорили родители, будучи подростком. Все это вредные советы. Кроме того, психологически запоминается три слова, а именно «курение - это золото». Это серьезная борьба, которое ведет гражданское общество с крупным бизнесом, которая носит каждодневный характер. В эту борьбу наша страна вовлечена в очень малой степени. Но такая борьба является единственной возможностью того, что все мы как потребители чувствовали себя хорошо. Вчера Борис Иванович рассказывал вам о человеке, который не побоялся выступить против крупной автомобильной компании и доказал, что автомобили несовершенны и не позволяют человеку чувствовать себя в безопасности. В благодарность за спасенные жизни Америка отдает ему 1% голосов каждые выборы. Ральфу Найдеру благодарны, в том числе, и мы, потому что все конструктивные особенности автомобилей разных фирм справлялись постепенно. А сейчас я назову классическое определение корпоративной ответственности.

Корпоративная ответственность – такое ведение бизнеса, которое соответствует этически нормам, государственному законодательству и гражданским ожиданиям и даже превосходит их.

Чокан Владимир, СО РАН: Не кажется ли вам, что борьба с курением приобретает отрицательный аспект. Мы боремся, делаем целые некурящие рестораны, в Америке, некурящие улицы, в Китае. Мы защищаем людей некурящих, а давайте защищать тех людей, которые курят, и вернемся на тот же виток. Может быть, нужно не компанию заставлять бороться с тем, что малолетние начинают курить, а просто нужно вести социальную работу и разъяснять это другими средствами. Мы топчемся на месте. Общественные организации расходуют большие суммы денег на борьбу с курением, но в итоге ничего не делается.

Либоракина М.И.: Имеют право на жизнь, работу, продвижение своих взглядов и организации, которые борются против табака и организации, которые борются за табак. В демократическом обществе как нигде раскрыты каналы информации, где все прозрачно и публично. Той или другой стороне удастся привлечь массовое общественное мнение. Если в Америке 50-х годов массовое общественное мнение было на стороне

протабачных организаций, то сейчас оно на стороне антитабачных организаций. Это устройство демократического общества. Что касается того, кто должен следить за негативными последствиями того или иного бизнеса – власть, сам бизнес или общество, - то ответ очевиден – все три составляющие. У меня есть один знакомый, который является членом Международного Форума «Лидеры в бизнесе». Недавно они были в Москве и устраивали коктейль для представителей крупных компаний и говорили следующее: «Российские предприниматели: а) исправляйтесь, потому что ваше безответственное поведение в области экологии используется вашими конкурентами в борьбе за мировые рынки, вы их теряете, поскольку не занимаетесь охраной окружающей среды; б) если вы не исправитесь, то государства (имеется ввиду межправительственные международные соглашения государств) отрегулируют вашу деятельность так, что для вашего бизнеса это будет очень жестким ограничением. Он приводил в пример то, как пострадали швейцарские банки, которые, понимая проблему отмывки денег уже достаточно давно, не прилагали достаточно усилий, чтобы самим исправить данную ситуацию. Поэтому сейчас они стали объектом крайне жесткого регулирования банковской деятельности и не могут использовать ряд финансовых инструментов. А если бы они, как саморегулирующиеся сообщества приняли ряд действий до того, то у них сейчас была бы большая свобода в развитии своей основной деятельности. То, о чем я сейчас говорю, называется учет и управление нефинансовыми рисками. Внимание к нуждам общества, к нуждам потребителей – тот фактор, который позволяет компаниям, затрачивая сегодня больше финансовых средств на обеспечение промышленной экологической безопасности охраны здоровья не пострадать в будущем. То есть обеспечивают себе в перспективе прибыль.

Вокин Илья, Иркутский государственный лингвистический университет: Как вы считаете, пивные компании сейчас соответствуют общественным ожиданиям? Как вы лично относитесь к этой шумихе?

Либоракина М.И.: Я негативно отношусь к тем маркетинговым стратегиям, которые применяли пивные компании для того, чтобы продвинуть свои продукты среди подростков. Среда подростков достаточно манипулированное сообщество и ходы здесь просчитаны. Это было некорректно и неэтично со стороны пивной компании. Но, в принципе, я пиво люблю. Не поймите, эта критика направлена только на производителей оружия, табака и спиртных напитков. Ровно такая же критика может быть направлена и в адрес хороших компаний, производящих молоко, алюминий и прочее. Чтобы понять, как мы можем оценивать продукцию компании, нужно понять с какими критериями нужно подходить к деятельности компании. Сделаем небольшое упражнение. Ответьте мне, пожалуйста, на вопрос. Деятельность какой компании влияет лично на вас, ваше здоровье и материальное состояние вашей семьи? Одна минута на раздумье.

Ответы: любая компания, производящая молоко в тетрапакете; ржавая вода в микрорайоне Зеленый (претензии направлены к государству, к командиру дивизии); МТС (влияние - зависимость от необходимости связи, уходит много денег, изучение, соотношение цены и качества не соответствующее); Мерседес. Влияние: отрицательное, так как переживаю, чтобы его не украли; Товарищество Собственников Жилья. Влияние: положительное; зимняя пуховая одежда. Влияние: отрицательное. Я – аллергик; «Филипп Морис». Влияние: негативное, так это вредная привычка; ШПП. Влияние: отрицательное. Вместо того, чтобы заняться бизнесом, я занимаюсь политикой, НКО и т.д.; Братский ЦБК. Влияние: отрицательное. Плохая экологическая ситуация; «Данон». Влияние: положительное. Хорошие детские акции; «АНХК». Влияние: отрицательное. Цены высокие, выхлопы и прочее; «Митсубиси». Влияние: отрицательное. Машины перегреваются, бензина «едят» много; «Иркутсэнерго». Влияние: отрицательное. Повышают тарифы. Влияние: положительное. Есть тепло и свет.

Либоракина М.И.: ТСЖ и ШПП не являются некоммерческими организациями и к нашему вопросу не относятся. Кто-нибудь из вас работает в бизнесе наемным сотрудником? А почему никто из вас об этом не упомянул. У нас здесь были роли потребителей, акционер, житель города, страдающий от экологических последствий ведения бизнеса. А почему никто из вас не сказал, какое влияние на вас оказывает ваш работодатель.

Ответ: Банк «Еврофинанс». Влияние: положительное. Этот банк является держателем контрольного пакета акций предприятия, на котором я работаю; ММВБ. Влияние: отрицательное. Рынок просел; курс Центробанка. Влияние: положительное. Евро дорожает.

Либоракина М.И.: Вы – те люди, на которые компании оказывают различное влияние. Здесь есть и покупатели, и акционеры, и местные сообщества. Система, на самом деле, еще сложнее. Какую возможность имеете вы, чтобы повлиять на поведение компании? Правильно! Это закон «О защите прав потребителей», уехать из города или «голосование ногами». Но это не влияние на компании. Но я должна вам сказать, что в последнее время бизнес очень четко реагирует на проблему воспроизводства кадров. Пару дней назад я была на представлении аналитического доклада эксперта по социальным программам российского бизнеса. Там, например, компания «WISPA» говорит, что у них есть город Верхняя Салда, где находится основное

производство. Там только что проведен соцопрос, по которому стало ясно, что 40% выпускников уедут из города. Вопрос совершенно конкретный, поскольку обложение кадров рабочих специальностей является основной головной болью всей промышленности и всей страны. Этот развод молодежи с российской промышленностью осуществляется в массовых масштабах. Но я должна вам сказать, что кроме «голосования ногами» мы не можем по-другому влиять на наши компании. Это является крайне негативным явлением. Пока российские компании сами по себе еще не вышли на ту стадию, когда нужно проводить сбор мнения потребителей, внимательный анализ потребителей и выявление финансовых рисков. Сейчас в мире все лидирующие компании строят свои бизнес-стратегии именно на таком анализе мнений. Нет ничего нового, чтобы придумали в менеджменте, чтобы корректировать стратегию развития бизнеса. Но для нашей страны это вопрос завтрашнего дня, хотя та скорость, с которой завтрашний день наступит, зависит от нашего гражданского общества.

Посмотрите, компании существуют в сети экономических и социальных связей, на нее влияет государство как регулятор деятельности. С «Иркутскэнерго» вообще классический пример, потому что «Иркутскэнерго» работает на регулируемом рынке, претензии наши по поводу роста тарифов должны быть направлены не к нему, а к специальным региональным комиссиям, которые эти тарифы устанавливают. Кроме того, мы можем влиять как покупатели, покупая или не покупая продукцию. Существует еще масса лоббистских возможностей влиять на производителей продукции, которые в нашей стране не используются. Могут влиять объединения НКО. Очень любопытный вопрос про бизнес-партнеров. Вопросы бизнес-этики со своими партнерами – это специальный рассказ. Я сейчас хочу вам привести совершенно неожиданную ситуацию на примере западной компании. Остров Сахалин. На острове работает крупнейший консорциум «Сахалин-Энерджи», в который входит ряд западных и японских инвесторов. Эта компания строит свои нефтедобывающие платформы, нефтепереработку и трубопровод. Вокруг него бегают сахалинский малый бизнес, смотрит на этот забор и спрашивает: «А можно я вам (в зависимости от ситуации) жарю шашлычков, постираю спецовки и т.д. Как вы думаете, что ему отвечает предприятие. Отвечает оно: «Нет». Потому что у них все свое, потому что они беспокоятся за качество. Но для сахалинского малого бизнеса этот ответ убийственный. Прошу оцените эту ситуацию. Представьте, что вы жители Сахалина и администрации Сахалина. Согласны ли вы с этой ситуацией? Что вы можете предложить?

Гуков Владимир, Иркутский государственный университет: При подписании договора не были учтены интересы малого бизнеса. В итоге получили то, что в любом государстве прописывается: «оказывают услуги». Нельзя допускать, чтобы такие поселки были автономные, потому что тогда мы получаем отторжение территории.

Либоракина М.И.: В вашем ответе мы видим два сюжета. Первый. Про потерю управляемости со стороны российского государства. Я должна сказать, что там такого нет. Хотя, действительно, вы были правы, говоря о том, что договор никакого малого бизнеса в виду не имеет. Они имеют в виду только распределение налогов от добычи полезных ископаемых. У корпорации есть обязательный процент, который они отдают национальным поставщикам. Кто такие национальные поставщики? Это российские компании, которые, например, строят российские компании и корпуса. Опять же никакого малого бизнеса и населения в этом перечне нет. Соглашения, которые подписываются на государственном уровне, обычно таких вопросов не регулируют, хотя с вашей постановкой в принципе я согласна.

Рудаков Олег, Иркутское товарищество белорусской культуры: На Сахалине нужно доводить до европейских стандартов местные бизнес-структуры. Например, возьмем Иркутск. Какой он был в 1989 году. Я помню свои ощущения. Это была забытая богом Сибирь. Сейчас, в 2005 году, я уже так не думаю. Меня приятно радует, например, Центральный рынок, супермаркеты, приходит цивилизация. Я думаю, что если на местном уровне все будет цивилизовываться, то и крупные зарубежные компании с удовольствием будут с местным бизнесом работать.

Саттон Джениффер, Байкальская экологическая волна: Это происходит из-за неучастия местных властей на стадии переговоров, либо потому что центральная власть не заинтересована в том, чтобы местное население принимало участие в процессе, либо потому что самые представители МСУ не понимают, что они должны принимать участие в данном процессе, либо отсутствуют общественные организации, которые могут быть двигателями этого процесса. В общем, это может быть смесь всех этих причин. Это происходит сплошь и рядом. Сами компании не заинтересованы в том, чтобы тратиться на процесс обсуждения силы и средства. Наверняка, есть определенные связи или давление в центре, где принимаются такие решения. Например, Министерство, которое проводит экспертизу, может игнорировать те общественные организации, которые стараются привлечь к проблеме других.

Либоракина М.И.: Я с вами согласна. Если говорить конкретно о Сахалине, там было все проще. Министерство могло бы игнорировать общественные организации, но их просто не было. Местные организации не смогли представить свои мысли, что они могут требовать от компании вовлечение малого бизнеса в его производственную цепочку. Хотя, если бы они начали этого требовать, то компания реализовала бы на Сахалине те социальные программы, которые они реализуют в Латинской Америке. Есть два компонента. Первый. Повышение квалификации малого бизнеса. Малый бизнес должен обеспечить стандарты гигиены и санитарии и написать предложение о принятии участия в тендере. Обычно это делается в партнерстве компании и местных властей. И компания инвестирует в это средства. С другой стороны, компания выделяет определенный маленький процент от всех договоров на то, чтобы они были распределены среди малого бизнеса. А пока у нас недостаточно было именно такой работы по формулировке своих требований местным сообществом и по предъявлению их компании со стороны местной общественности. Этот пример показывает, что наше общество могло бы выигрывать значительно больше, если бы общественное давление было более структурировано, более сообразительно и более структурировано.

Воронин О.Л.: Все, что сейчас говорилось это, конечно, реально существует. Но есть значительно более общая вещь. Соглашение о разделе продукции (далее СРП) это, вообще, грабёж страны. Никаких СРП, в принципе, создаваться не должно, а должны быть концессии, которые могут изыматься в случае несоблюдения социальных норм.

Либоракина М.И.: Я согласна, что это тема отдельного разговора. Нам пока очень важно показать, что корпоративная ответственность происходит тогда, когда взвешиваются цели развития бизнеса и ожидания потребителей. И эти ожидания – это не просто мечты, а то, на что я могу повлиять. Для любой компании самым важным является доброе имя – репутация. Все компании одинаковы. Главное, что их заботит – это прибыль. И это хорошо, это здоровая ситуация для социально-экономического развития, это призвание бизнеса. Но когда компания существует в обстановке общественного контроля, то она будет действовать для того, чтобы иметь прибыль в долгосрочной перспективе. Для этого она будет удовлетворять ожидания потребителей, не загрязнять окружающую среду, не вести себя так, чтобы 45% молодежи уезжали из города. Как вы думаете, что нужно, чтобы люди не уезжали из города? Вот какой ответ дала сама компания.

Сегодня на наших глазах разыгрывается драма корпоративной социальной ответственности. С чего мы начали? С того, что наши крупные предприятия унаследовали социальный контракт советского типа. Что у нас было? Садики и ремонты. Перед советским предприятием не стояла задача зарабатывать прибыль, нужно было осваивать финансовые средства. Вторая задача состояла в том, чтобы советский народ был пристроен к станку, обеспечить всеобщую занятость. Задача получения прибыли появилась сейчас на втором этапе в ходе приватизации возникновения нормального, здорового, конкурентноспособного рынка. Здесь надо сказать, что наши российские предприятия совершили огромный рывок, если сравнивать с предприятиями Вьетнама или Западной Европы. Многие из наших предприятий кроме «БРАЗа», имеют активы за рубежом, например, у «РУСАЛа» есть активы даже в Африке, «Северсталь» прикупила предприятия в Детройте. Кстати, власти штата Мичиган относятся к компании лучше, чем власти Вологды и власти РФ. Потому что они уже пережили период резкого падения занятости. Во имя наращивания занятости они готовы пойти на многое. «Норильский Никель» прикупил предприятия в Канаде. Перевел на русский язык коллективный договор, чем поверг в шок канадские профсоюзы. Канадские профсоюзы, оказывается, имеет гораздо меньше, чем русские. Теперь они просят не распространять этот документ на русском языке. Советский контракт, унаследованный от прошлого периода контракт, во многом сейчас ограничивает конкурентоспособность наших предприятий за рубежом. Плюс к этому то давление - «благотворительный рэкет», который оказывает региональные и федеральные власти, ставит его в не очень хорошее положение. И все это на фоне отсутствия гражданского контроля за деятельностью бизнеса. Я специально первую часть нашей беседы посвятила гражданскому контролю, чтобы вы поняли, что у нас сейчас сильно давят с одной стороны и совсем не давят – с другой. Это нездоровая ситуация.

Но в то же время бизнес развивается в силу своей бизнес-логики. Совершенно нормально, что бизнес пытается переложить свою бизнес-логику на свое взаимоотношение с внешним миром. То, что рассказывали о создании корпоративных фондов, это очень хорошая штука. Когда деньги даются с прицелом на конечный результат, так же как и вложения в основное производство делаются с прицелом на конечный результат. Новые российские предприятия или точнее сказать, новые собственники российских предприятий, сделали очень много для экологии. У нас очень массово идет сейчас техническое перевооружение. Оно опять же направлено на то, чтобы больше прибыли зарабатывать, но при этом рабочие меньше болеют. Сами технологии улучшают состояние технической среды вокруг. При этом есть одно существенное соображение. Недавно «Альфа-Банк» выпустил социальный отчет. «Мы делаем все, чтобы изменить жизнь к лучшему», - говорит «Альфа-Банк», рассказывая о своих вложениях в развитие культуры, в организацию культурных

обменов, в спонсорство разных предприятий. С одной стороны, это хорошо! Компания чувствует себя лидером перемен и пытается все замечательное и хорошее распространить вокруг. С другой стороны, плохо! Потому что современные требования общества к бизнесу следующие. Компания должна говорить: «Мы делаем все, чтобы самим измениться к лучшему в соответствии с требованиями потребителей». Так делают корпорации всего мира под давлением экологических организаций. А те, кто не делает этого, как, например, в Китае, уже сейчас видят глобальные ограничения роста. Между прочим, это очень хороший пример. На чем базируются темпы роста в Китае? На том, что промышленность и государственный бюджет не несут никакой ответственности за жизни стариков в китайской деревне. Там нет пенсий, за исключением пенсий государственных служащих и в армии. В селе, вообще, нет здравоохранения. Во-вторых, экология. Бурный рост промышленности Китая отравил множество сельскохозяйственных территорий таким образом, что там рис просто не растет. И уже есть прогнозы, что в ближайшие годы Китай станет импортером продуктов. Он уже достаточно богат на промышленности, чтобы закупать зерно. Сейчас ТНК – инвесторы, у них большое предложение в Китай, чем он может абсорбировать. У них есть уже реальные экологические ограничения темпов роста. В тот момент, когда компания не изменяется к лучшему, она должна четко понимать, что на следующем этапе ее рост замедлится и прибыль, которую она получает сейчас, истощится. Наши российские компании пока кто-то находится на первой ступеньки, кто-то находится на второй, кто-то начинает переползть со второй на третью, но это только единичные примеры и они очень хорошие.

О позитивных примерах и технологиях, которые у нас есть. В целом всю политику в области корпоративной ответственности можно разбить на три блока и спрашивать с компании нужно про все три. Первое, то, что называется «предупреждение», «компенсация рисков», прежде всего экологических рисков, рисков, связанных со здоровьем. Сама продукция может наносить вред здоровью. Промышленное производство наносит ущерб окружающей среде. У экологов есть презумпция экологической виновности абсолютно к любой промышленной компании. И она правильная. Более того, сейчас в ряде отраслей промышленности нет таких технологий, чтобы сделать ее безвредной. У человечества очень простой выбор, либо оно вообще не имеет алюминия и стали, либо оно имеет плюсом к алюминию и стали негативные экологические последствия. Ответственное поведение компании заключается в том, чтобы постоянно работать над новыми технологиями, а с другой стороны, минимизировать этот риск. Что такое «минимизировать этот риск»? Дать компании денег на очистку территории или включить в систему критерия для премирования бригадира такой показатель, как ресурсосбережения? Ваше мнение? Второе! Когда требования в области ответственности экологии включаются внутрь менеджмента – это и есть ответственное поведение компании. Сами компании это понимают недостаточно. Вот очень хороший пример. Саратовский МПЗ находится в черте города. Сами представляете, какие могут быть последствия? Он построен в 1934 году. Сами понимаете, что он унаследовал? Несколько лет назад они взяли на вооружение управленческую технологию, которую в свое время создал «ДЮПОН» и переучили весь свой менеджмент. Там были интересные управленческие штучки. Каким образом расследовать аварию. Как оценивать рабочее место с точки зрения безопасности. Параллельно начали процесс технического вооружения. Но я хочу подчеркнуть, что главное – в менеджменте. Когда они перестраивали один из своих цехов. На это ушло двадцать с половиной месяцев, это была сложнейшая задача, и у них не было ни одной аварии. В результате такого менеджмента, когда каждый мастер, каждый рабочий знает, что его премия зависит от безопасности, они смогли в разы сократить аварийность и все другие последствия на своих рабочих местах. Но при оценке деятельности компании в области экологии и здоровья жителей, которые живут вблизи компании, все должны прекрасно понимать и требовать от компании. Это не благотворительность, это минимизация того ущерба, которое компания наносит окружающей среде. Между прочим, производство молока не всегда безопасно для экологии.

Вклады в развитие человеческих и других ресурсов. Компания потребляет человеческие ресурсы. Производят их, вообще говоря, другие. Воспитание, школа, университет, система подготовки кадров в принципе финансируется обществом в целом через бюджетную систему, через государственную политику. Сейчас российский бизнес столкнулся с глобальными ограничениями в воспроизводстве человеческих ресурсов. Вся советская промышленность была трудоизбыточная. Все компании как огня боялись резкого сокращения штатов. Сейчас мы пришли к тому, что самые оборотистые и перспективные все равно ушли. В итоге, когда заказы наконец-то пошли, поняли, что если оборудование еще не все разворовали, то работать-то на нем некому. Трудоизбыточности уже нет. У нас есть трудонедостаточность на недостаточно эффективных предприятиях, где предприятия не могут выплачивать конкурентоспособную заработную плату. Но у нас есть и дефицит человеческого капитала. Знаете, есть известная байка, что на заводе был конвейер, к конвейеру был пристален специальный рабочий, который ходил и пинал в нужных местах конвейер, когда тот останавливался. Этот рабочий знал, где нужно пнуть. А когда рабочий был уволен, на его место была закуплена автоматизированная система управления, которая справлялась через раз. Это очень хороший пример того, что такое человеческий капитал. Те знания, навыки, глубокое понимание, интуиция. Они тоже ушли из многих предприятий и не воспроизводятся сейчас. Поэтому компании сейчас стали очень много

вкладывать в человеческие ресурсы. Но самая важная вещь, которую сейчас стали делать уже практически все – это стипендии. Например, АФК-система дает стипендии, которые потом нужно отработать, Фонд В. Потанина дает стипендии без каких-либо обязательств, но это в каком-то смысле поддержка растущей элиты и снятие сливок с системы образования. Но этого явно не достаточно. К сожалению, государство, несмотря на все выплаченные налоги, не в состоянии радикально преобразовать систему образования и сделать ее более соответствующей требованиям. Поэтому, говорят, что сейчас компании уже берут на содержание школы. Это, конечно, не очень нормально и здорово, но является попыткой выхода из критической ситуации. Точно также поступила компания из Верхней Салды, откуда 45% выпускников хотят уехать. Они к каждому школьному подъезду прикрепили по цеху. Вот вам шефство. Вот вам выход из ситуации. Теперь специалисты из компании красят, убирают и моют. Как вы думаете, приведет ли это к чему-нибудь? То, что школа станет чище и уютнее, без сомнения! А привести это может к чему? К тому, что выпускники школы Верхней Салды станут конкурентоспособными во внешнем мире и уедет из города уже не 45%, а 70% выпускников. В этом случае компании нужно было перестраивать производство и менять непривлекательный труд, который сейчас для учеников работает. Здесь работа по поводу образования, науки и культуры. Компании начали поддерживать культуру у себя, почему? Иначе путь понятен: водка, наркотики. Начинает в 9 лет, в 11 – он уже не человек. Даже если он и останется в городе, то приставить его к станку уже невозможно. Вот такого рода вещи вызваны абсолютно прагматичными нуждами компаний.

Вклады в экономическое развитие территории. Это самый сложный вопрос. У нас сейчас система межбюджетных отношений такова, что налоги, которые платятся компанией для территории ее присутствия, значат не много. Все равно они все уходят «туда», а возвращается лишь небольшая часть средств в виде трансфертов. Выходом из этой ситуации является поддержка малого бизнеса. Я вам уже говорила про «Сахалин-Энерджи». Он этого не сделал, а есть компании, которые это успешно практикуют. Например, НК «ЮКОС», «СУАЛ - холдинг», «Илим-ПАЛП». Они финансируют не только бизнес в своей производственной цепочке, но и целом финансируют создание бизнес-инкубаторов и повышение квалификации для такого рода структур, которые есть у них на территории. Для чего? Для того, чтобы их сотрудники могли удовлетворить свой покупательский спрос, чтобы было пойти в какие-то культурные заведения, чтобы можно было в культурной обстановке выпить чаю с пирожными, чтобы сдать вещи в химчистку не надо было ехать в областной центр. А с другой стороны, чтобы немножко диверсифицировать поступления в бюджет города. Чтобы в бюджет «капало» не только от градообразующего предприятия, но и от бизнеса в городе.

Социально-ответственная реструктуризация. Мы сейчас стоим на пороге огромной новой волны реструктуризации. Она объективна. Выделение непрофильных производств, избавление от ненужного. Это объективные требования конкурентоспособности российских предприятий. Понятно, что без давления со стороны общества, реструктуризация может пойти по достаточно жесткому плану. Это нормально, это в интересах бизнеса. Я не имею в виду законодательство, где официально признаны градообразующие предприятия и они должны делать это постепенно. В целом, рассказ о том положительном опыте, который есть в реструктуризации. А именно: заранее предупреждать о своих планах; предоставлять освобождающимся работникам возможности для повышения квалификации, в т.ч. по поводу выделения собственного бизнеса, возможности обучения. Некоторые компании дают ссуды на начало малого бизнеса. Такие примеры существуют. Но очень важно, что такого рода мероприятия нуждаются в согласовании и координации. Есть очень хороший пример. Недавно я была в Екатеринбурге и узнала, что концерн «Калина», производитель замечательной косметики «Черный жемчуг», когда было благоприятное законодательство, принял на работу 4000 инвалидов, а когда налоговое законодательство поменялось, их (инвалидов) в рамках реструктуризации одновременно уволили. Это нормальное поведение бизнеса по отношению к государству, но я, узнав об этом, как потребитель покупать косметику этой фирмы больше никогда не буду и думаю, что многие поступят точно также. Вот это и есть потребительское поведение, которое может быть очень действенно для бизнеса. На этом у меня все.

Автор: Артур Скальский © Открытая Россия ОБЩЕСТВО, БАЙКАЛ 3236 04.05.2005, 20:25 392
URL: <https://babr24.com/?ADE=21497> Bytes: 35166 / 35028 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)