

Дилеммы корпоративной социальной ответственности в деятельности энергетических компаний

САРАХАНОВА Наталья Сергеевна,

Голубкова Наталья Александровна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Sarahanova Natalia, S.

Golubeva Natalia, A.

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению дилемм в области корпоративной социальной ответственности энергетических компаний, которые формулируются в соответствии с выявленными их особенностями на основании исследования крупнейших энергетических компаний.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, энергетический сектор

DILEMMAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENERGY COMPANIES

Abstract. The article deals with the dilemmas in the field of corporate social responsibility of energy companies, which are formulated in accordance with the identified features of their studies on the basis of the largest energy companies.

Keywords: corporate social responsibility, the energy sector

Обращение к теме социальной ответственности энергетического сектора экономики связано с интересом общества и государства к возрастающей роли энергетических компаний, их влиянием на развитие общественных институтов и политику. На смену пассивной приходит активная позиция общества, в соответствии с которой общество осознает свою возможность влиять на практику ведения бизнеса, руководствуясь своими ожиданиями и даже требованиями по отношению к бизнесу. С точки зрения самих энергетических компаний корпоративная социальная ответственность представляет собой актуальную «форму» взаимодействия со всеми заинтересованными лицами (стейкхолдерами), наиболее точно позволяющей воспринимать существующую реальность и реагировать на возрастающие требования, которые общество, деловое сообщество и государство выдвигают перед бизнесом.

На смену прошлому, часто связываемому, например, для России с государственным патернализмом, пришла новая реальность, которую отличают возросший уровень конкуренции и влияние, оказываемое обществом на компанию, в связи с чем бизнесу необходимо находить методы выявления таких требований. Корпоративная социальная ответственность может рассматриваться в качестве одного из таких методов.

Являясь одним из динамично развивающихся секторов экономики, энергетические компании играют значительную роль. В утвержденной в 2008 году Председателем Правительства РФ В.В. Путиным Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [1] среди поставленных целей для превращения России в одного из лидеров мировой экономики XXI века, державу, занимающую передовые позиции в глобальной конкуренции [1, гл.1 п.3], сформулированы цели по усилению и укреплению энергосырьевой специализации России на глобальном рынке, которые планируется достичь к 2020 году реализовав конкурентный потенциал РФ в том числе в сфере энергетики. Такие ориентиры, выдвинутые на государственном уровне, свидетельствуют об актуальности темы социальной ответственности энергетического комплекса.

Выявление дилемм корпоративной социальной ответственности в деятельности энергетических компаний базируется на анализе социальной отчетности пятнадцати как частных, так и государственных крупнейших энергетических компаний по данным на 2015 год [6].

Принимая во внимание, что под энергетическими компаниями понимаются «объекты тепло- и электрогенерации, объекты, занимающиеся транспортировкой и сбытом теплоэлектроэнергии и т.д.» [3, с. 54], среди особенностей исследованных энергетических компаний можно выделить следующие:

- масштабность деятельности и глобальный характер;
- международный характер деятельности. Часто энергетические компании осуществляют деятельность в глобальном масштабе и являются транснациональными, то есть имеющими конкретное национальное происхождение и базирующимися и оперирующими за пределами страны происхождения;
- значительное воздействие энергетических компаний на окружающую среду, связанное со спецификой осуществляемой деятельности;
- сложная экономическая и политическая конъюнктура, связанная с масштабами компаний и их присутствием на различных рынках.

В связи с вышеупомянутыми особенностями представляется возможным сформулировать следующие дилеммы.

Является ли социальная ответственность энергетических компаний их добровольной инициативой либо это оправдание их деятельности перед обществом?

Представляется возможным сделать вывод, что верными являются оба предположения. С одной стороны, масштабы деятельности и финансовые результаты позволяют этим энергетическим компаниям заниматься социальной ответственностью, а сущность корпоративной социальной ответственности заключается в сознательном отношении компании к требованиям социальной необходимости и социальных задач, гражданского долга, норм и ценностей, осознание последствий осуществляемой деятельности и их влияния на определенные социальные группы и общество в целом, на его текущее состояние и на перспективы развития. С другой стороны, характер деятельности энергетических компаний требует от них проведения социальных и экологических программ.

Также стоит отметить, что заинтересованность бизнеса в реализации корпоративной социальной ответственности обусловлена и объясняется выгодами, которые обеспечиваются участием в жизни местных сообществ и общества в целом. В этом случае социальная деятельность, улучшающая жизнь общества или устраняющая необходимость государственного регулирования, представляет собой прямой интерес для компании, поскольку в более благополучном с социальной точки зрения обществе условия для осуществления деятельности бизнеса также более благополучные. Издержки же, связанные с социальной деятельностью компании, приводят к формированию у инвесторов, поставщиков и потребителей более привлекательного образа компании, и, как следствие, в долгосрочной перспективе стимулируют получение прибыли [2, с. 21].

Анализ корпоративной социальной ответственности энергетических компаний, проведенный на основании социальных отчетов и отчетов об устойчивом развитии за 2013–2014 гг., позволяет выделить основные направления социальной деятельности энергетических компаний, среди которых: поддержка социальной инфраструктуры местности, где осуществляет деятельность компания; охрана труда, защита прав рабочих и снижение количества производственных травм; системная работа, направленная на образование и здравоохранение местного населения; охрана окружающей среды, выполнение экологических программ; экономическое развитие района, в котором осуществляет деятельность компания; благотворительные кампании.

Дилемма экономической эффективности деятельности компании и общественного блага в контексте бизнес-развития.

Данная дилемма заключена в вопросе, что представляет собой корпоративная социальная ответственность, является ли вклад бизнеса в развитие социальной, экономической и экологической сфер добровольной инициативой или же на данном этапе развития взаимоотношений бизнеса, государства и общества это уже является обязанностью бизнеса, неисполнение которой влечет для компании негативные последствия.

Согласно законодательству, корпоративная социальная ответственность не вменяется в обязанности

бизнесу, иначе не возникало бы вопросов относительно обязательности выполнения тех или иных требований. Более того, в определениях, приводимых учеными, государственными органами, международными неправительственными и межправительственными организациями, подчеркивается добровольный характер такой деятельности. Например, определение корпоративной социальной ответственности Европейской комиссии трактует корпоративную социальную ответственность как концепцию, «отражающую добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды» [5].

В современных условиях функционирования бизнеса важность приобретают настроения общества в отношении капитализма в целом и бизнеса в частности. При этом социальную ответственность бизнеса не следует противопоставлять капитализму с его «эксплуататорской» природой, а, наоборот, стоит трактовать ее в качестве одной из форм капитализма, но соответствующей современной действительности, «более мягкой, завуалированной, даже кроткой», которая мимикрирует «под заботу о своих работниках и общественных интересах» [4, с. 126]. Важно подчеркнуть, что сегодня такая форма является вынужденной мерой бизнеса, обусловленной условиями существующих реалий.

Основными выгодами от включения в стратегию развития бизнеса экономических, социальных и экологических аспектов являются следующие: улучшение делового имиджа и репутации компании на местном, национальном и международном уровне; повышение рейтингов компании; завоевание дополнительных сегментов рынка и доступ к новым рынкам; улучшение финансовых показателей; привлечение новых работников; улучшение взаимоотношений с партнерами и инвесторами; повышение капитализации компании; возможные налоговые льготы; поддержка местными органами власти [2, с. 21-22].

Дилемма источника инициативы корпоративной социальной ответственности и ее меры.

Иными словами, требуется ответить на вопрос, кем социальная ответственность иницируется и каков размер вклада бизнеса в рамках реализуемой корпоративной социальной ответственности.

Вариантами решения данной дилеммы являются следующие:

- 1) компания самостоятельно определяет меру своего вклада;
- 2) неофициальными институтами производится согласование интересов основных групп стейкхолдеров, которые впоследствии трансформируются в обязательные требования.

Исследование реализуемой рассматриваемыми компаниями их социальной ответственности позволяет сделать вывод, что энергетические компании совмещают оба варианта.

С одной стороны, ими исследуются и выявляются требования и ожидания основных групп стейкхолдеров. Необходимость выявления запросов стейкхолдеров связана с возрастающими ожиданиями и даже требованиями общества. На сегодняшний день социальная ответственность энергетического бизнеса является обязательным атрибутом в случае, если компания преследует цели устойчивого долгосрочного развития, взаимовыгодных партнерских отношений с государством и обществом, улучшения имиджа и репутации, повышения своей инвестиционной привлекательности.

С другой стороны, энергетические компании, осознавая свое воздействие на окружающую среду и принимая во внимание свою значимость в жизни местных сообществ, реализуют социальные программы сверх требований, которые выставляются к ним.

Исследование социальных отчетов десяти крупнейших компаний позволило прийти к следующим выводам относительно того, как рассмотренные дилеммы решаются на практике.

Принимая во внимание характер деятельности энергетического сектора, его масштабы и воздействие на окружающую среду, реализуемая социальная ответственность является необходимой мерой, вызванной современными требованиями общества относительно ответственного поведения компаний. С точки зрения компаний реализация концепции корпоративной социальной ответственности обусловлена и объясняется выгодами, которые предоставляются посредством участия компаний в жизни местных сообществ и общества в целом.

Являясь добровольной по законодательству, на сегодняшний день реализация концепции социальной ответственности является обязательной для энергетических компаний в соответствии с выдвигаемыми требованиями современного общества. Сегодня можно говорить о том, что включение социальной ответственности в стратегию развития бизнеса позволяет улучшить деловой имидж и репутацию компании на местном, национальном и международном уровнях; повысить ее рейтинг; завоевать дополнительные сегменты рынка и получить доступ к новым рынкам; улучшить финансовые показатели; привлечь новых работников и повысить их лояльность; улучшить взаимоотношения с партнерами и инвесторами; повысить капитализацию компании; получить возможные налоговые льготы и поддержку местными органами власти.

Источником корпоративной социальной ответственности являются ожидания и требования основных групп стейкхолдеров, которые собираются энергетическими компаниями посредством встреч с представителями местных сообществ и бизнеса, посредством сети интернет и СМИ, во время личных и групповых встреч с представителями разных групп заинтересованных сторон и других методов коммуникации со стейкхолдерами и в дальнейшем трансформируются в социальные программы, реализуемые энергетической компанией. Необходимость исследования и выявления требований и ожиданий всех заинтересованных сторон обусловлена их влиянием на успешную деятельность компании.

Что касается объема реализуемых программ, исследование показало, что энергетические компании, осознавая степень своего воздействия на окружающую среду, принимая во внимание свою значимость в жизни местных сообществ и обладая необходимыми средствами, реализуют социальные программы сверх требований, которые выставляются к ним, зачастую проводя программы, не только связанные с местными сообществами и направленные на поддержание окружающей среды в районе осуществления деятельности, но и проводят программы в других регионах, принимают участие и организуют благотворительные проекты.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»).
2. Корпоративная социальная ответственность: потенциал и перспективы реализации в региональной экономике: Монография / Авт. коллектив: А.П. Карибов, И.Д. Аникина, Д.П. Фролов, А.А. Горошилов, Р.В. Шарифов и др. Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2013. 194 с.
3. *Зубакин А.А., Карпунина А.В.* Социально ответственные энергетические компании как объект фандрейзинга// Омский научный вестник. № 3. 2014. С. 54–56.
4. *Фролов Д.П., Шулимова А.А.* Институциональная системность социальной ответственности бизнеса (природа, институции, механизм) // Journal of Institutional Studies. 2013. Т. 5. № 1. С. 124–144.
5. Corporate Social Responsibility. European commission [Электронный ресурс]. URL: http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm (дата обращения 14.02.2016 г.).
6. The Platts Top 250 Global Energy Company Rankings 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://top250.platts.com/Top250Rankings/2015/Region/Industry> (дата обращения 14.02.2016 г.).