

Л.А. КОНАРЕВА*

КАЧЕСТВО И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Вот уже почти 40 лет, с того момента как за рубежом в начале 70-х годов прошлого века возник сам термин «социальная ответственность», в капиталистических странах ведутся дискуссии вокруг этого понятия, а практика реализации социальной ответственности является объектом критики и многочисленных дебатов, которые разворачиваются, в основном, вокруг поиска ответа на вопрос: кто же, главным образом, должен нести ответственность за социальную сферу жизни людей – бизнес, государство или общественные институты? Сторонники каждого из подходов выдвигают свои аргументы, как «за», так и «против», о чём нам уже приходилось писать, равно как и об истоках и сути самого понятия¹.

Напомним, что наиболее распространён и общепринят термин «социальная ответственность корпорации» (*corporate social responsibility*). Под этим термином подразумевается концепция, которая предусматривает учёт организацией интересов общества путём взятия на себя ответственности за последствия результатов своей деятельности, оказывающих воздействие на потребителей, поставщиков, своих работников и акционеров, жителей местной территории (*communities*), а также на состояние окружающей среды. Предполагается, что ответственность распространяется на все аспекты функционирования корпорации.

Сразу отметим, что речь идёт не только о корпорации. Концепция применима к любой частной компании, занимающейся бизнесом. Если она имеет корпоративную форму собственности, то уместно говорить о корпоративной социальной ответственности, в более обобщённом виде следует говорить о **социальной ответственности бизнеса**, которая зачастую является синонимом **этики бизнеса**. Но этого недостаточно. Речь идёт о социальной ответственности любой организации, функционирующей в рыночной экономике, в том числе она распространяется на неприбыльные организации, предоставляющие некоммерческие услуги, а также на административные органы власти. Поэтому в дальнейшем мы будем говорить о **социальной ответственности любой организации, а также государства в целом**.

* КОНАРЕВА Людмила Антоновна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра проблем управления ИСКРАН. Copyright © 2009.

¹ Конарева Л.А. Социальная ответственность организации: мировой опыт. – «США ❖ Канада», 2008, № 12.

Консультативная группа специалистов, собранных Международной организацией по стандартизации (*International Standards Organization* – ИСО) для разработки стратегии реализации социальной ответственности, определила её как «сбалансированный подход, в рамках которого организации решают экономические, экологические и социальные вопросы таким образом, чтобы приносить пользу людям, жителям местных сообществ и обществу в целом»². Для обозначения всех, на кого распространяется социальная ответственность, американский специалист по управлению Р. Фримен в 1984 г. ввёл в обиход обобщённый термин *stakeholder*³. Это английское слово означает «лицо или группу лиц, имеющих определённый интерес в любых действиях организации», и зачастую переводится как «заинтересованная сторона», однако в переводной литературе всё чаще встречается напрямую заимствованный термин – стейкхолдер.

Необходимо сразу же отметить одно чрезвычайно важное обстоятельство. Понятие социальной ответственности в подобной трактовке шире, чем обязательства организации соответствовать в своей деятельности установленному законодательству той или иной страны, оно предусматривает **добровольные** действия по улучшению качества жизни своих работников и членов их семей, равно как и жителей местной территории и общества в целом.

События, развернувшиеся в мировой экономике в XXI веке, заставляют нас задать следующий вопрос:

Социальная ответственность — миф или реальность?

В последнее десятилетие истекшего века это понятие развивалось параллельно с понятием этики бизнеса, которое трактуется как использование этических принципов и морали применительно к сфере бизнеса, а также разрешение возникающих при этом проблем. Корпорации стали подчёркивать свою приверженность ценностям неэкономического характера, выпуская корпоративные документы под самыми разными названиями: «Коды этического поведения», «Правила этики», размещая их на своих веб-сайтах. Они пересмотрели свои уставы, внеся в них разделы о социальной ответственности, начали запускать различные социально ориентированные программы по образованию жителей, в том числе детей, оказывать помощь беднейшим слоям населения. Международные корпорации, взяв на вооружение лозунг «ответственный гражданин» в странах пребывания, стали выпускать ежегодные многостраничные отчёты, рапортуя о том, что их деятельность находится в соответствии с международными нормами и стандартами. Некоторые страны требуют отчётности по этим стандартам, однако достаточно осмысленных критериев измерения соответствия деятельности организации социальным и экологическим нормам установить весьма трудно, поэтому общественность зачастую им не верит.

² Leonard A., McAdam R. Corporate Social Responsibility. – «Quality Progress», October 2003, p. 27.

³ Freeman R. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, 1984.

Интерес к этике и социальной ответственности бизнеса возрастал параллельно в кругах учёных, исследователей, в профессиональных сообществах, неприбыльных организациях так называемого «третьего сектора». Усилилась роль неправительственных организаций, ведущих образовательную деятельность и диалог с бизнесом. Возрастает роль средств информации, в особенности Интернета.

На протяжении конца прошлого столетия и в начале текущего по мере того, как общество ощущало, что бизнес чужд социальным ценностям неэкономического характера, а потребность в этически ориентированных бизнес-процессах нарастала, усилилось давление на корпорации, направленное на то, чтобы повысить их социальную ответственность с помощью новых общественных инициатив, законов и нормативных документов. Во многих странах именно профессиональные ассоциации разработали подобные документы, которые в дальнейшем были положены в основу национальных, а впоследствии и международных стандартов.

Казалось бы, были основания предполагать, что настало время социально ответственного поведения частнокапиталистических организаций. Но разразившиеся в начале XXI века скандалы с американскими компаниями «Энрон» (*Enron*), «УорлдКом» (*WorldCom*), «Тико» (*Tyco*) и «Глобал кроссинг» (*Global Crossing*) существенно поколебали уверенность потребителей в лидерах бизнеса, проблема социальной ответственности была вынесена на первые полосы газет и в течение многих месяцев будоражила умы людей.

В печати приводились многочисленные скандалы о деятельности сети гастрономов, в которых для увеличения сбыта систематически менялись наклейки на мясе и других продуктах с просроченным сроком действия. Писалось о махинациях в страховых компаниях с протоколами об исках о возмещении убытков. Сообщалось о том, что некоторые компании – владельцы общественного транспорта умышленно затягивали сроки проведения профилактического ремонта транспортных средств, что было чревато авариями на дорогах⁴.

Напомним, что в 2007 г. в США разразился очередной скандал с массовым отзывом детских игрушек, которые выпускали китайские филиалы известных американских фирм «Маттел» (*Mattel*) и RC2. Причина всех отзывов – одна и та же. В красках, которые использовались в производстве игрушек, было превышено максимально допустимое содержание свинца. Кроме того, из некоторых игрушек вываливались детали, представляющие опасность для маленьких детей⁵.

Так как, согласно оценке американской Ассоциации производителей игрушек, от 70 до 80% игрушек, продаваемых в США, делаются в Китае, государство не могло не вмешаться в этот процесс.

⁴ Andersen B. A Framework for Business Ethics. Social Responsibility not at Odds with Profitability. – «Quality Progress», March 2008, pp. 22–28.

⁵ Подробнее см.: Конарева Л.А. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI веке. – «США ♡ Канада», 2009, № 2.

В соответствии с докладом, опубликованным в журнале «Уолл-стрит джорнел», в 2008 г. многие из 15 тыс. товаров домашнего потребления, находящихся в сфере действия Комиссии по безопасности потребительских товаров – независимого правительственного агентства, созданного в 1973 г., производятся за рубежом. Если в течение всего срока своего существования главными объектами воздействия Комиссии были производители товаров, которые обязаны нести полную ответственность за их безопасность, то теперь ситуация изменилась. Как заявила в начале прошлого года председатель комиссии Нанси Норд, возможно, этому ведомству придётся ужесточить требования и ввести в сферу своей активности розничных торговцев, чтобы убедиться в безопасности потребительских товаров, таких, как игрушки, особенно иностранного производства. Комиссия требует, чтобы магазины розничной торговли, а не только производители, были обязаны проверять товары, поступающие в продажу. «Торгующие компании США несут полную ответственность за то, чтобы в конце рабочего дня быть уверенными, что продаваемые товары безопасны, а если это не так, то мы предпримем принудительные действия к продавцам товаров»⁶, сказала она.

В 2007 г. Конгресс выделил дополнительно 80 млн. долл. на работу комиссии, и уже оглашены планы расширить инспекцию на импортные товары, используя для этой цели выделенные средства.

Несмотря на то что государство принимает соответствующие меры по защите потребителей, в целом их доверие к бизнесу сильно подорвано, а вопрос о том, является ли социальная ответственность мифом или реальностью, стал особенно актуальным сейчас в условиях наступившего глобального финансового и экономического кризиса.

Несостоятельность мировой финансовой системы, крах крупнейших банков, ипотечных компаний, спровоцированный обращением виртуальных денег, операциями со вторичными и третичными финансовыми бумагами, разоблачение очередной аферы – финансовой пирамиды Бернарда Мэдоффа, создателя известной финансовой биржи и фонда, благополучно просуществовавшего 50 лет, а в результате задолжавшего инвесторам 50 млрд. долл., – всё это факты, доказывающие, что социальная ответственность в современной капиталистической системе в гораздо большей степени миф, чем реальность.

Так что же может противостоять массовому мошенничеству, фальсификации, надувательству? Ответ – усиление внимания к качеству.

Философия качества

Принципы социальной ответственности, которая включает в себя элементы защиты окружающей среды, социального равенства и устойчивого развития экономики, совпадают с основными принципами управления качеством. Качество – изначально понятие нравственное, поэтому современная философия управления качеством уникальна, что выделяет её из всех других

⁶ Making Retailers Responsible? – «Quality Progress», March 2008, p. 16.

функциональных областей управления и роднит с философией социальной ответственности.

Начнём с самого короткого и распространённого определения. «Качество – это удовлетворение потребителя», той самой «заинтересованной стороны», без наличия которой в принципе невозможно существование организации. Не вдаваясь слишком глубоко в философию понятия «качество», отметим, что для потребителя это – некая ценность, которую он готов приобрести. Поэтому одна из общепринятых, с точки зрения деятельности компании, формулировок: «Качество – предоставление потребителю той ценности, за которую он заплатил». В этой формулировке отражена взаимосвязь качества и цены. Компании, следующие стратегии социальной ответственности, не должны, да и не будут, пытаться навязать потребителю некачественный товар по бешеной цене, следуя логике: раз платят, значит, есть спрос. Это – глубоко порочная практика, которая, увы, наблюдается на российском рынке.

Принципы этики и уважения к человеку, на которых базируется социальная ответственность организации, также являются главными в современной теории и практике управления качеством. Об этом неоднократно писали выдающиеся специалисты по качеству, почитаемые всеми, кто работает в этой области. Их вполне заслуженно считают учителями, гуру.

Американский учёный, специалист по математической статистике, доктор Эдвардс Деминг (1900–1993 гг.), будучи энциклопедически образованным и духовно богатым человеком, создал свою теорию управления качеством. В ней много чисто специфических методов (статистический контроль качества и управления процессами), методических подходов к регулированию процессов (так называемый «цикл Деминга»), но главное в ней – философия нравственности, основанная на уважении к работнику как к личности, вовлечённости в процесс решения текущих проблем всех сотрудников компании, на разрушении организационных барьеров, создании психологической атмосферы, искореняющей страх и обеспечивающей почву для раскрытия творческого потенциала личности с тем, чтобы человек мог гордиться результатами своего труда⁷.

Другой, не менее выдающийся и всемирно известный специалист, доктор Джозеф Джуран (1904–2008 гг.), также внёсший огромный вклад в теорию и практику управления качеством, наряду с Э. Демингом, последовательно проповедовал идею постоянного совершенствования – один из коренных постулатов современного подхода к управлению качеством. Только социально ответственная организация может и обязана ему следовать. Д. Джуран подчеркивал, что «цель обеспечения качества – всеобщее благо, цель, которая приносит удовлетворение тем, кто живёт не только во имя собственной пользы». Он также расширил рамки науки об управлении качеством за пределы сугубо технических предметов, и привнёс в неё знания, связанные с человеческим фактором. Д. Джуран пророчествовал: «XX век был веком производительности, но **XXI век будет веком каче-**

⁷ См.: «США ♦ Канада», 2000, № 10, с. 114–126.

ства»⁸ (выделено мною. – Л.К.) Именно от поведения социально ответственных организаций будет зависеть, станет ли он таковым.

Главная цель бизнеса, как известно, – получение прибыли, однако, продавая по завышенным ценам продукт или услугу ненадлежащего качества, можно получить необоснованно высокую прибыль. Вопросам соотношения цены и качества посвящено немало трудов. Сошлёмся на учение ещё одного американского специалиста Филипа Кросби, который известен своей концепцией подсчёта затрат на обеспечение качества. С его точки зрения, «затраты на качество – потери от несоответствия, т.е. потери от некачественного выполнения всех операций». В своей книге «Качество – бесплатно» он пишет: «Качество – бесплатно. Это – не подарок, но за него не надо платить. Вот, что стоит денег, так это некачественные вещи – все операции, когда работа не выполняется правильно с первого раза. Качество не только достигается без потерь, но это во всём честный способ получения прибыли». Кросби так характеризует руководителя организации, честно получающей прибыль: «Главный руководитель привержен тому, чтобы потребитель получил то, что ему было обещано, он верит, что компания будет процветать, если только и все её работники будут ощущать то же самое, и он намерен поступать так, чтобы ни между потребителями, ни между сотрудниками компании не возникало ссор»⁹.

А знаменитый японский учёный Генити Тагути, изменил традиционное представление о приемлемом уровне качества, доказав, что если параметр и лежит в пределах поля допуска, то всё равно в процессе потребления изделия, обладающего таким параметром, возникает ущерб для общества. Тагути ввёл функцию потерь и новый, гораздо более жёсткий подход к контролю качества, показав, что изделие (или услуга) только в том случае обладает высоким качеством, если его производство и потребление не причиняет ущерба обществу или если этот ущерб весьма незначителен. Компании, следующие такому подходу, получают в конечном счёте большую выгоду для себя и экономят средства потребителей, т.е. ведут себя как социально ответственные организации.

Весьма важная роль, с точки зрения использования человеческого потенциала в социальной ответственной организации, принадлежит знаменитому японскому специалисту, также почитаемого как гуру, Каору Исикаве. Он известен как основатель такого феномена, как «кружки качества». Это – небольшая группа (от 3 до 12 человек) рабочих или служащих одного производственного участка или отдела, которые на регулярной основе – как правило, один раз в неделю – собираются и в течение часа, в рабочее или в нерабочее время, обсуждают возникшие проблемы, коллективными силами намечают пути их решения и впоследствии сами с помощью инженерно-технического персонала претворяют их в жизнь. Кружки качества возникли в Японии в 1962 г. и впоследствии получили весьма широкое распространение в мире¹⁰. Джозеф Джуран, ознакомившийся с работой кружков в Японии в 1966 г. и назвавший их «удивительным японским изобретением», привлёк к ним внимание

⁸ См.: «США ♦ Канада», 2005, № 12, с. 81–99.

⁹ Crosby Ph. Quality Without Tears: The Art of Hassle Free Management. N.Y., 1986.

¹⁰ Конарева Л.А. Кружки качества на предприятиях США и Японии. М., 1986.

в Европе, написав: «Япония нашла способ использовать творчество и энергию людей, находящихся на самом нижнем уровне иерархии, для решения тех проблем, которые в противном случае потребовали бы времени менеджеров и инженеров, или продолжали бы существовать без разрешения»¹¹. Именно Каору Исикаве принадлежит самая ценная мысль: «Первая забота управляющих компанией – *счастье* людей, работающих в ней. Компания, в которой люди не чувствуют себя счастливыми, и руководство не может сделать их счастливыми, не имеет права на существование»¹².

Деятельность АОК в пропаганде социальной ответственности

Учитывая важность этических принципов, заложенных в управлении качеством, неудивительно, что именно профессиональные ассоциации в сфере качества стали одними из первых разрабатывать документы и предпринимать шаги по популяризации социальной ответственности бизнеса. Так, Американское общество качества (*American Society for Quality* – АОК) разработало и приняло документ: «Правила этического поведения». Американский специалист по качеству Л. Рейнолдс отмечает: «Чем ниже этические стандарты в организации, тем меньше шансов осуществлять в ней успешное комплексное управление качеством. Если менеджеры не выполняют свои обещания в отношении служащих, это становится оправданием для последних не выполнять обещания, данные потребителям. Если менеджеры чрезмерно оживляются, говоря о краткосрочных выгодах, то сотрудники не слишком-то озабочены долгосрочным удовлетворением потребителя»¹³.

В 2003 г. были внесены дополнения, связанные с социальной ответственностью, в критерии совершенства работы, по которым оцениваются компании, выдвигаемые на присуждение национальной награды за качество им. Малколма Болдриджа¹⁴. Эту награду начиная с 1987 г. в США ежегодно присуждают трём лучшим компаниям, занятым как в промышленности, так и в сфере услуг.

Специалисты по качеству наиболее остро реагировали на известные факты, связанные с банкротством фирм. Так, вскоре после скандала с компанией «Энрон» Лиз Кейм, президент АОК в 2002 г., выступая тогда с публичным заявлением под названием «**Неправильное поведение корпораций – предательство принципов качества**», писала: «Крах корпораций, свидетельством чему мы являемся, напоминает нам о трагических и долгосрочных последствиях неискренности в отношении качества и этики»¹⁵.

Американское общество качества разделяет озабоченность Комиссии по безопасности потребительских товаров, связанной с недостаточным надзором

¹¹ J u r a n J. Architect of Quality. The Autobiography of Dr. Joseph M. Juran. N.Y., 2004, p. 292.

¹² I s h i k a w a K. What is Total Quality Control? The Japanese Way. N.Y., 1985.

¹³ R e y n o l d s L. Beyond Total Quality Management. Sheldon Business Books, 1994.

¹⁴ L e o n a r d D., M c A d a m R. Op. cit., pp. 27–32.

¹⁵ K e i m L. Corporate Wrongdoing: A Betrayal of Quality Principles. Public Statement by ASQ President (www.asq.org, 2002).

над изготовленными за рубежом товарами. В 2008 г. АОК выпустило специальный отчёт, в котором подчеркнуло, что импортирующие компании должны нести большую ответственность за неадекватную оценку риска в делах с зарубежными поставщиками, за отсутствие дисциплины в применении основных принципов контроля качества у поставщиков. АОК призывает провести ряд предупреждающих действий, включая более строгие меры защиты потребителей и придание больших полномочий федеральным агентствам, действующим в этой сфере. Общество также рекомендует, чтобы американские компании при построении взаимоотношений с зарубежными поставщиками руководствовались не только ценой, но усилили мониторинг за их деятельностью и осуществляли надзор за соблюдением требований к качеству продукции.

Именно АОК выступило в 2004 г. одним из инициаторов разработки Международного стандарта ISO 26000 – Руководство по Социальной ответственности (*Guidance on Social Responsibility*), предназначенного для организаций любого размера во всех странах вне зависимости от уровня их экономического развития. В январе 2005 г. Международная организация по стандартизации (ИСО) создала рабочую группу (ISO/TWB/WG SR) с целью разработки этого документа. В группе соблюдены балансы интересов. В неё вошли представители нескольких категорий заинтересованных сторон: промышленности, правительства, потребителей, неправительственных организаций, а также рабочие. В группе есть и женщины, и мужчины (гендерный баланс), в её состав вошли граждане разных стран (географический баланс). Американский национальный институт стандартов назначил АОК представлять интересы США в этой группе¹⁶. Последняя версия рабочего проекта утверждена 24 мая 2006 г., окончательно стандарт будет принят в 2010 году.

Стандарт ИСО 26000 определяет следующие области, составляющие основу социальной ответственности: защиту гражданских прав человека; обеспечение надлежащих условий труда работников, включая охрану здоровья и соблюдение техники безопасности; пресечение нечестных приёмов ведения бизнеса; надлежащее управление организацией; защиту окружающей среды; решение проблем потребителей и возникающих вопросов на рынках сбыта; вовлечение жителей местных сообществ в решение проблем социального характера; вопросы социального развития как внутри организации, так и в месте её расположения¹⁷.

В официальном послании, выпущенном АОК в 2007 г., сказано: «АОК надеется, что быть социально ответственным означает, что люди и организации соблюдают этику и чувствительны по отношению к социальным, культурным, экономическим и экологическим вопросам. Стремление к социальной ответственности помогает отдельным людям, организациям и правительствам оказывать положительное воздействие на развитие экономики, бизнеса и общество»¹⁸.

¹⁶ Leonard D. Strong Foundation. Solid Future. Social Responsibility Drives Forward. – «Quality Progress», March 2008, pp. 31–35.

¹⁷ Sanders S. Defining Social Responsibility. Standards Helps Clarify a Nebulous Term. – «Quality Progress», March, p. 6.

¹⁸ ASQ White Paper. Common Ground: Quality and Social Responsibility. Wash., 2007.

Качество как гарантия социально устойчивого и экономически выгодного развития

Стандарт ИСО 26000 носит добровольный характер, и организации не обязаны его применять, более того, даже формально внедрив его и получив соответствующий сертификат, они могут этим ограничиться и не следовать принципам, заложенным в нём, поскольку понимают, что весьма трудно количественно оценить многие аспекты деятельности, составляющие понятие «социально ответственная организация», соблюдающая этические нормы в своей деятельности. Вот что пишет по этому поводу известный специалист по вопросам этики бизнеса профессор норвежского Института науки и технологии Бьёрн Андерсен: «Несмотря на то что этика бизнеса – весьма популярная тема, она рассматривается больше в философском плане и отсутствует практический подход, когда “благие намерения вести этический бизнес” дают ощутимые результаты»¹⁹.

Тем не менее, социально ответственные компании понимают, что их репутация может быть мгновенно разрушена в случае коррупционного скандала или же инцидентов, связанных с загрязнением окружающей среды. Эти события вызывают последствия в виде подачи исков в суд, привлекают внимание со стороны регулирующих органов, а также правительственных чиновников и прессы.

Поэтому компании, реализующие стратегию социальной ответственности, в результате выигрывают в конкурентной борьбе на мировых рынках, поскольку уменьшается количество исков, и они реже привлекаются к судебной ответственности; поддерживают имидж своей торговой марки; повышают степень удовлетворенности потребителей; уменьшается текучесть кадров и число прогулов, увеличивается способность сохранять высококвалифицированный кадровый состав; они сохраняют лояльных работников, испытывающих гордость за работу в своей компании.

Всё вышеперечисленное в конечном счёте ведёт к экономии средств. Поиск путей экономии не только всегда даёт ощутимый финансовый результат, но ещё и в социально ответственных организациях обеспечивает возможность заботы о своих служащих. Так, компания «Ксерокс», выпуская продукцию, подлежащую вторичной переработке, с 1991 по 2003 г. сэкономила 50 млн. долларов. Она помогает своим служащим выплачивать первоначальные денежные взносы за покупку домов, обеспечивает медицинские страховки членам семей своих работников, предоставляет им возможность после выхода на пенсию в течение года работать в местной сервисной организации, получая при этом полную зарплату и все дополнительные выплаты²⁰.

Есть реальные свидетельства, говорящие о том, что в социально ответственных компаниях выше отдача на капитал, больше объём сбыта и быстрее

¹⁹ Andersen B. Op. cit., p. 24.

²⁰ Leonard D., McAdam R. Op. cit., p. 30.

растут прибыли²¹. Так, согласно одному из обследований, 500 крупнейших компаний, те из них, кто следует принципам этики бизнеса, получают лучшие финансовые результаты²². В другом обследовании, проведённом в Нью-Йорке в 1995 г. почти 90% опрошенных ответили, что при равных условиях в отношении качества, цены и обслуживания репутация социально ответственной организации является главным фактором их решения купить товар именно у этой компании²³.

Хотя упомянутый нами Бьёрн Андерсен отмечает, что «не было уделено достаточного внимания многим способам, благодаря которым этика бизнеса может конвертироваться в реальные действия, как-то: установление умеренных цен на продукцию, сокращение расходов на ведение бизнеса, справедливое отношение к своим служащим и потребителям»²⁴, с нашей точки зрения, перечисленные реальные действия это не что иное, как рецепты выхода из кризиса. И можно смело утверждать, что следование философии качества и есть путь подобной «конвертации» в упомянутые «реальные действия».

Именно **отличные** компании, философия деятельности которых основана **на совершенствовании качества всех аспектов своей деятельности и, в первую очередь, на совершенствовании качества управления, являются социально ответственными**, именно они обеспечивают себе устойчивость, долговременное пребывание на рынках сбыта, более того, социально ответственный бизнес становится еще и экономически выгодным.

Подытоживая сказанное, можно сделать вывод о том, что в развитых капиталистических странах, несмотря на глобальный кризис, вселивший неверие потребителей в социальную ответственность организаций, в долгосрочном плане этика и основные моральные ценности становятся существенными для бизнеса. И профессиональные ассоциации, занимающиеся качеством, и организации, объединяющие представителей бизнеса, много делают для пропаганды социальной ответственности, а социальная сфера жизни людей всё больше становится объектом регламентирования с помощью добровольных нормативных документов и стандартов, принимаемых международным сообществом.

Уроки для России

Вопрос о социальной ответственности бизнеса в истинном значении этого понятия давно назрел в России, но пока рано говорить о том, что она им реально осознается, а без её осознания не может быть и речи об эффективной, инновационной экономике.

Российский бизнес в целом пока ещё глубоко аморален: академик Н.П. Шмелёв называет его «зажравшимся», поскольку привык получать норму прибыли в 300%, в то время как за рубежом весьма хорошей нормой считается

²¹ Andersen B. Op. cit., p. 26.

²² Verschoor C. A Study of the Link Between a Corporation's Financial Performance and Its Commitment to Ethics. – «Journal of Business Ethics», October 1998, p. 1,509.

²³ Reicheld F. The Loyalty Effect. Harvard Business School, 1996.

²⁴ Andersen B. Op. cit., p. 24.

5–10%. Крупнейшие частные компании, составляющие основу экономики страны, не вкладывают достаточных средств в обновление основного капитала, в охрану труда, защиту окружающей среды. По некоторым данным, 80% рабочих мест не соответствуют предъявляемым нормам. Экологи утверждают, что в стране ежегодно проливается 20 млн. т нефтепродуктов. Потребители имеют дело с массовой фальсификацией продукции на рынке, причем с товарами первой необходимости – продуктами питания и лекарствами.

Несмотря на то что в стране есть закон «О защите потребителей», он крайне слабо защищает их права, а сами потребители пока ещё не научились по-настоящему их отстаивать. Судебная система чудовищно неэффективна и сильно коррумпирована. Кроме того, в стране нет адекватных правовых норм и узаконенных процедур, позволяющих оградить потребителя от поступления на рынок опасных в употреблении товаров. Вспомним скандал с массовым отзывом китайских игрушек фирмы «Маттел» с рынка США. Автору неизвестны официальные статистические данные о том, какая доля рынка в России принадлежит игрушкам китайского производства, но думается, что весьма большая. Наши средства массовой информации неоднократно фиксировали случаи обнаружения в торговой сети, причём не только на рыночных прилавках, а в крупных супермаркетах опасных для детей игрушек. Телезрителям демонстрировали, как представители органов внутренних дел громят киоски, изымают вредоносный товар, но никакой последующей информации о проведении узаконенной кампании по отзыву и о юридической ответственности виновных не приводилось. Созданные в России общественные институты крайне слабы, чтобы всерьёз заниматься вопросами социальной ответственности, а в ряде случаев необходимых институтов просто нет.

Казалось бы, в такой ситуации решающая роль в деле социальной защиты населения должна принадлежать государству, но и государство у нас в этом плане безответственное. В зуде реформаторства и в стремлении сделать всё, как в странах капитализма, в России принят ряд законов, только ухудшивших социальное положение большинства граждан. Причём сделано это с полным и циничным пониманием. На заседании правительства, состоявшемся 7 апреля 2005 г., тогдашний глава Министерства экономики и торговли Г. Греф заявил, что лёгких реформ не осталось. «Каждая реформа будет болезненна, будет затрагивать интересы тысяч, десятков тысяч, а то и миллионов людей». В программе «Времена» 17 апреля 2005 г. он опять публично подтвердил: «Интересы государства будут противоположны интересам большой прослойки населения».

Что же это за государство такое, которому наплевать на людей, для кого оно существует? При победных рапортах правительства о неуклонном росте ВВП, бюджетных средств, выделяемых на социальную сферу, явно недостаточно. В европейских странах на социальную сферу тратится в среднем 27,7% ВВП, в России в 3 раза меньше. На здравоохранение в странах Европы в среднем расходуется 7–8% ВВП, в России 2,9, а услугами платной медицины могут воспользоваться лишь 5% населения, поскольку во всех развитых странах заработные платы и пенсии составляют до 70% ВВП, а в России – 30%. За последние годы социальное неравенство в стране увеличилось, а доля так на-

зываемого «среднего класса» растёт очень медленно, поскольку государством создана масса препон для успешного развития малого бизнеса.

Государство надеялось, что, разрушив монополии в сфере услуг, оно создаст поле для конкуренции, что должно было бы сказаться на снижении цен и повышении качества услуг. Однако созданные в ходе реформирования взамен бывших государственных служб частные компании в таких сферах, как жилищно-коммунальное хозяйство, связь и другие, работают из рук вон плохо. Они настолько безответственны, что в ряде случаев не только не делают положенную работу, но с ними даже связаться невозможно. Это – натуральные «башни из слоновой кости», наглухо отгородившиеся от потребителя.

Чудовищно разросшийся в ходе реформ государственный административно-управленческий аппарат также ведёт себя абсолютно безответственно, зачастую перекладывая именно на потребителя ту работу, которую обязан делать сам, причём оснащение всех этих служб компьютерной техникой и телефонами не только не исправило, а усугубило ситуацию. Государство является также самым безответственным работодателем. В бюджетной сфере, где существует 18 тарифных разрядов, зарплата служащих от 15 тарифа и ниже – меньше прожиточного минимума (во всяком случае, в Москве). Последнее решение о повышении минимальной заработной платы в свете реальной инфляции мало что меняет.

России ещё многому следует поучиться у цивилизованных капиталистических стран в области социальной ответственности, однако, к сожалению, с заимствованием зарубежного опыта дело обстоит неблагоприятно.

На протяжении последних 17 лет российская власть с целью интеграции России с Европейским Союзом и ВТО предпринимает безуспешные попытки приспособить российскую экономику к международным рынкам, каждый раз неудачно копируя зарубежный опыт. Так, в частности произошло с системой стандартов на российскую продукцию. С начала реформирования была практически разрушена вся система государственного надзора за соблюдением государственных стандартов и ТУ. В конце 1980-х – начале 1990-х годов по инициативе Росстандарта в России была введена столь распространенная на Западе система подтверждения соответствия стандартам с помощью выдачи сертификатов, и в стране была создана обширная сеть сертифицирующих организаций.

Однако система сертификации, которая создавалась параллельно с хищнической приватизацией, приведшей к практическому разрушению целых жизненно важных отраслей российской экономики и масштабной коррупции, оказалась не в состоянии защитить интересы отечественного потребителя. С одной стороны, с производителей стали требовать сертификаты на те товары и те показатели качества, которые за рубежом отнюдь не подлежат процедуре обязательной сертификации. По некоторым данным, в России сертифицируется 80% выпускаемой на рынок продукции. Поскольку изготовитель обязан платить за выдачу сертификата, это ведёт к необоснованному росту цен на продукцию. За рубежом же в обязательном порядке требуется подтверждение соответствия нормативному документу с помощью сертификатов только в от-

ношении тех видов продукции, тех показателей и технических характеристик, от которых зависит безопасность в эксплуатации и потреблении и нанесение ущерба окружающей среде.

С другой стороны, наличие сертификата отнюдь не обеспечивает высокого качества продукции. Не секрет, что в ряде случаев сертификаты в открытую покупаются без проведения предшествующих испытаний либо подделываются недобросовестными производителями или посредниками на рынке. Но даже формально получив сертификат, одни производители ни за что не отвечают, а другие выбрасывают на рынок либо подделки, либо продукцию низкого качества, опасную в эксплуатации. Итак, заимствованная по форме, но не по сути, зарубежная система сертификации оказалась не слишком эффективной в России.

Стремясь к скорейшему вступлению в ВТО, российское государство решило сделать следующий шаг по приспособлению российской экономики к зарубежным нормам и правилам. Государственная дума утвердила разработанный Минэкономразвития закон «О техническом регулировании», который начал действовать с 1 июля 2003 г. В соответствии с ним вместо 60 тыс. существующих Гостов и ТУ было введено понятие национальный стандарт – необязательный к применению, и технические регламенты, обязательные к применению. Иными словами, был утверждён действующий в странах с развитой рыночной экономикой порядок, когда так называемые добровольные, т.е. не имеющие законной силы, стандарты устанавливают сами производители, однако в условиях современной российской экономики такой порядок отнюдь не защищает интересы потребителей.

Принятие закона «О техническом регулировании», будучи необходимой мерой интеграции России в мировую экономическую систему, на данном этапе является лишь ещё одним шагом к дальнейшему ослаблению государственного контроля над обеспечением безопасности населения, что итак уже имеет катастрофические последствия. Свидетельство тому – чудовищная трагедия, случившаяся в Москве 14 февраля 2004 г., когда из-за обрушения крыши в аквапарке «Трансвааль» в Ясенево погибло 26 человек (из них 12 детей) и 68 с тяжёлыми травмами и непредсказуемыми последствиями были доставлены в больницы. Подобные трагедии случались и далее в других регионах. Вне зависимости от официально названных причин и лиц, виновных в трагедии, совершенно очевидно, что это – катастрофа, свидетельствующая о **системном кризисе в государстве**. По официальным данным, за последние 10 лет число катастроф в сфере жилищного и коммунального хозяйства возросло в 5 раз. За 2003 год в техногенных катастрофах погибло 20 тыс. человек. Помимо тяжёлого наследия в этой сфере, доставшегося от советской власти, это ещё и результат разрушения за годы реформ **всей системы государственного контроля** на фоне чудовищной коррупции (что позволяет, в частности, проектировщикам покупать любые экспертные заключения, а строителям безнаказанно нарушать СНиПы) **без адекватной замены его институтами и механизмами, характерными для западных стран**. Ведь даже официальные чиновники Мингосстроя вынуждены были признать, что в ходе строительства жилищных и

общественно значимых объектов в современной России осуществляется в десятки раз меньше проверок, чем на Западе.

Таким образом, в условиях тотальной безответственности российского бизнеса, коррумпированности чиновников, отсутствия адекватных общественных институтов, психологической неподготовленности потребителя бороться за свои права вопрос о социальной ответственности стоит очень остро, и именно государству предстоит создать нормативные документы, которые, в отличие от распространённых в странах с развитой рыночной экономикой, должны стать **обязательными к применению**. Напомним, что бизнесу невыгодно **добровольно** брать на себя социальную ответственность, если это не сулит прибыли или иных выгод в виде благорасположения государственных чиновников, от подкупа и хорошего отношения которых зачастую зависит само существование их бизнеса.

Представляется, что знакомство с зарубежным опытом и его адекватное восприятие помогут предотвратить многие неверные действия, в том числе и с помощью непродуманных законодательных мер, и разработать новые механизмы и меры защиты населения страны в социальной сфере, соответствующие тем, что существуют в современной рыночной экономике.