

Социальная ответственность бизнеса, или долг платежом красен

Н. Ю. МАТУСОВА, управляющий директор Kelly Outsourcing & Consulting Group



С конца 2008 года большинство компаний, действующих на территории России, находятся в состоянии оптимизации затрат, и в первую очередь затрат на персонал. Согласно официальной статистике, по состоянию на июнь 2009 г. 6,3 млн человек (8,3% экономически активного населения России) были классифицированы как безработные. Количество сокращенных «благодаря» кризису в России за последние девять месяцев по разным оценкам составило от двух до четырех миллионов человек.

Согласно последнему все-российскому исследованию рынка труда, проведенному специалистами отделения «Кадровый консалтинг» Kelly Outsourcing & Consulting Group в мае 2009 года, среди опрошенных «белых воротничков» только 16% утверждали, что в данный момент не имеют работы, тогда как целых 65% респондентов отметили свою заинтересованность в приобретении новой работы. Довольно пугающие результаты, если вы — работодатель.

Исследование продемонстрировало массовое явление, характеризующее сегодняшний рынок труда, — «отложенную демотивацию», когда работники, в случае, если они найдут более интересное предложение, предпочтут покинуть своего нынешнего работодателя даже в условиях кризиса.

Кто-то может сказать — на теперешнем рынке труда разговоры о форми-

ровании бренда работодателя не очень уместны. Тем не менее, многие организации сегодня столкнулись с проблемой удержания квалифицированного персонала. Хочешь не хочешь, а приходится задумываться, как, помимо денег и карьерного продвижения, мотивировать нынешних работников на долгие годы продуктивной работы. Бренд работодателя в этом процессе играет далеко не последнюю роль. Особенно важной здесь является концепция социальной ответственности бизнеса, то есть то, как ведет себя компания по отношению к людям, в том числе будущим поколениям, общности, а также животным, окружающей среде, материальным, социальным и духовным ценностям.

Концепция социальной ответственности бизнеса на Западе развивалась в течение десятилетий. Россия преодолевает этот путь ускоренными темпами. В течение последних нескольких

лет концепция закрепилась в повестке дня многих организаций, хотя еще несколько лет назад большинство из них не имели о ней четкого представления.

В недавнем прошлом вокруг темы социальной ответственности бизнеса в России велись горячие споры. Что включает это понятие? Кто должен определять приоритеты — государство, общество или сама компания? Оправданы ли «социальные» затраты, и какую отдачу они приносят основному бизнесу компаний?

В условиях «легких денег» теоретические дискуссии временно отошли на второй план, и российские предприниматели вслед за своими зарубежными коллегами признали положительный экономический эффект социальной ответственности бизнеса.

В условиях экономической нестабильности о социальной ответственности бизнес в основном позабыл. Как оказалось, напрасно — последнее исследование отделения «Кадровый консалтинг» KellyOCG по мотивации персонала (*диаграмма 1*) показало — в то время как компании ударными темпами сокращают свои расходы, как никогда важно быть терпимыми и сохранить свою команду, так как любое действие имеет намного большее значение и резонанс. То, как поведет себя работодатель в сложное время в отношении своего основного актива, т.е. персонала, заложит либо успех, либо трудности в будущем.

Наиболее демотивирующей мерой при сокращении затрат на персонал сами работники, естественно, считают сокращение с текущего места работы. Также, хотя и в меньшей степени, людям ненавистна мысль об уменьшении зарплаты при сохранении объема и продолжительности работы.

Стоит отметить явную непопулярность сокращений как таковых, будь то сокращение, касающееся респондента лично или его коллег. Многие даже готовы пожертвовать своими премиями и бонусами, лишь бы коллектив оставался полным.

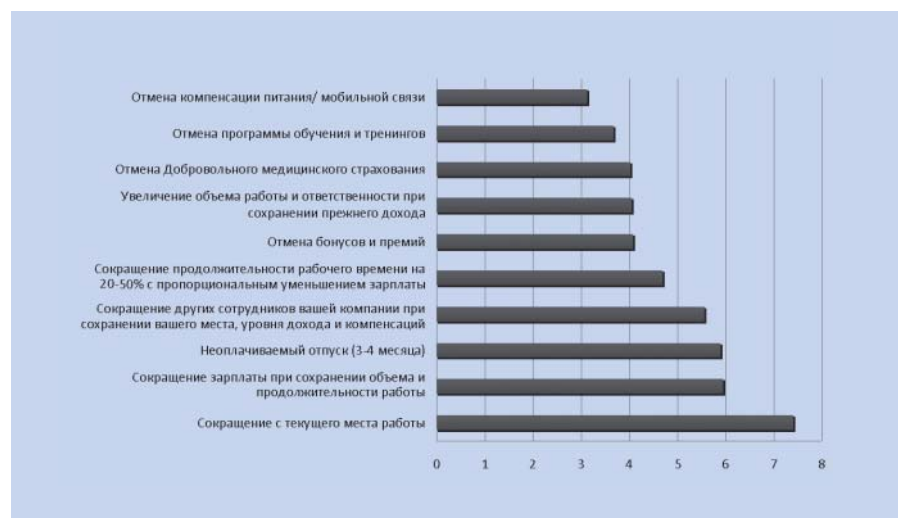


Диаграмма 1. Демотивирующие факторы в работе (балльная оценка)

Для воплощения идеи социальной ответственности любое предприятие может использовать множество различных решений, несущих вполне конкретные экономические выгоды.

Одним из главных называемых плюсов социально ответственных предприятий является создание благоприятных для бизнеса средне- и долгосрочных перспектив, а в нынешних условиях это всего 3–5 лет. Данные краткосрочные издержки должны рассматриваться как инвестиции, и даже если инвестиции в социальную активность высоки, в долгосрочной перспективе они могут стабилизировать прибыль, поскольку у потребителей, поставщиков и местного сообщества формируется более привлекательный образ предприятия, что непосредственно влияет на стабильность компании и ее будущее на рынке.

Многие исследования показали, что существующие работники позитивно реагируют на социальную активность своего предприятия и их лояльность и производительность труда повышаются.

Помимо этого, повышается привлекательность компании для будущих сотрудников, что не стало менее важным, чем до кризиса. Согласно еще одному исследованию KellyOCG «Качество кандидатов на российском рынке труда», которое было проведено в феврале 2009 года, в связи с кризисом действительно на рынке стало больше соискателей, однако количество профессионалов и узкопрофильных специалистов не увеличилось (диаграмма 2) и борьба за них среди работодателей продолжается.

Поэтому вопрос о привлекательности предприятия для будущих сотрудников выходит на передний план, особенно принимая во внимание тот факт, что многие топ-менеджеры крупнейших компаний, действующих на российском рынке, убеждены — сотрудники, занятые в их компании, по своей квалификации не отвечают тем целям и задачам, которые компания ставит себе на будущее.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛО МАССОВОЕ ЯВЛЕНИЕ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩЕЕ СЕГОДНЯШНИЙ РЫНОК ТРУДА, — «ОТЛОЖЕННУЮ ДЕМОТИВАЦИЮ», КОГДА РАБОТНИКИ, В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ ОНИ НАЙДУТ БОЛЕЕ ИНТЕРЕСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ПРЕДПОЧТУТ ПОКИНУТЬ СВОЕГО НЫНЕШНЕГО РАБОТОДАТЕЛЯ ДАЖЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.

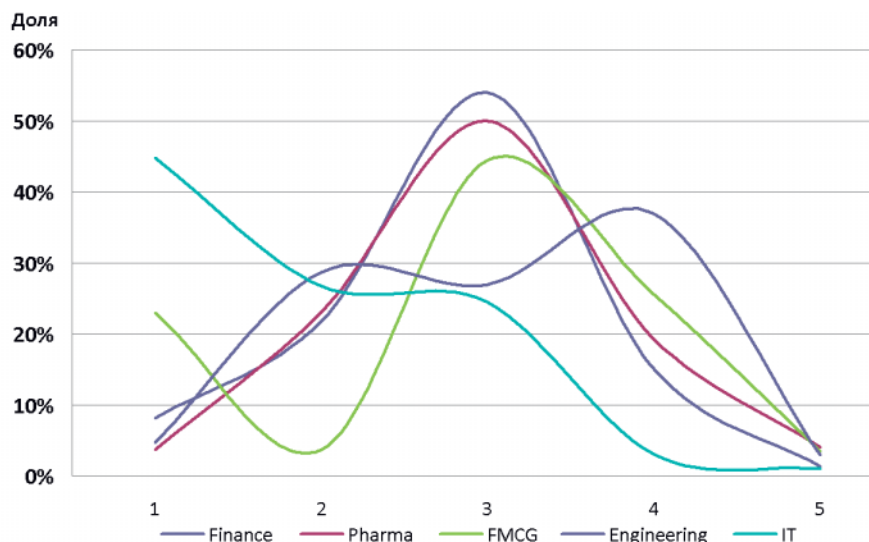


Диаграмма 2. Качество кандидатов на российском рынке труда

Социальная ответственность многолика и может, например, заключаться в том, что руководство предприятия вместо сокращения позволит своим сотрудникам уйти в отпуск за свой счет, при этом сохранив свое рабочее место.

Также она может проявляться в особом подходе к работе с текущим персоналом. Одним из наиболее эффективных инструментов, используемых за рубежом, является создание временной занятости и временных рабочих мест. В нашей стране это достаточно тяжело, так как законопроект о заемном труде до сих пор не принят, и это несмотря на то, что как явление временная занятость в России существует. Например, в этом году руководство одной из крупнейших машиностроительных компаний в России признало, что при вынужденном сокращении 70 тысяч сотрудников 10 тысяч могли быть сохранены на временной основе.

Если же работодатель все же вынужден сокращать персонал, имеет смысл провести процедуру сокращения цивилизованно и в менее стрессовом для работников режиме. Используя аутплейсмент, работодатель способствует трудоустройству своих теперь уже бывших сотрудников. Работники и члены их се-

мей получают столь необходимую им в это время психологическую помощь, дополнительную информацию о состоянии рынка труда, обучение и консультации по поиску новой работы или смене деятельности.

По-хорошему, подобные действия со стороны работодателя лишь небольшая компенсация того интеллектуального и эмоционального капитала, который люди отдают в развитие бизнеса своего предприятия во время работы. Действительно, долг платежом красен.

Важно помнить, что бизнес — это основа экономики, то есть, в конечном счете, основа самого государства. Бизнес отвечает перед людьми, которые работают у него, с ним и вокруг него. У любого кризиса есть начало и конец, а имя (или бренд) компании-работодателя останется. Лучше, чтобы он ассоциировался у работников с положительной стороны, когда компания заботится о своих людях не только в пору «легких денег».

ЛИТЕРАТУРА:

1. KellyOCG — отделение «Кадровый консалтинг» // Всероссийское исследование «Качество кандидатов на российском рынке труда». Москва, февраль 2009 г.
2. KellyOCG — отделение «Кадровый консалтинг» // Всероссийское исследование «Мотивация персонала в условиях кризиса». Москва, май 2009 г.
3. KPMG // Effective Personnel-Related Costs Optimization Survey // Moscow, Russia, February 2009.
4. Братющенко С. В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций) // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. — Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005.