

Концепция социальной ответственности бизнеса

*Гудилова Т.С., аспирант
Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*

Взаимодействие власти и бизнеса в последнее время приобретает все большую актуальность в ходе осуществления социально-экономических программ развития страны. К концу XX века большинство государств осознали необходимость становления открытого общества, основой которого являются новые формы бизнеса, основанного на партнерстве, социальных нормах.

Формирование и развитие «российского» социального партнерства связано с необходимостью внедрения в мировое сообщество. Но для этого нужно, чтобы российский бизнес соответствовал определенным современным критериям социального и общественного развития. Особенно это касается взаимодействия бизнеса и общества, бизнеса и государства.

В России главной задачей развития взаимодействия бизнеса, населения и власти, является создание благоприятной среды для развития бизнеса, правовой стабильности и благоприятного инвестиционного климата. Это необходимо для того, что бы создать комфортные условия для тех, кто стремится заниматься решением социальных проблем. Бизнес оказывает значительное влияние на развитие общества. Ведь бизнес, это часть общества, и он не должен решать только экономические вопросы.¹

Феномен социальной ответственности бизнеса уже давно привлекает внимание ученых. Сегодня решением этого вопроса занимаются специалисты в области стратегического управления и сами предприниматели.

Общая формула сотрудничества – социальное партнерство, в котором участвуют предприниматели и их объединения, работники и их организации, представители государственных органов, различных институтов гражданского общества.²

Сегодня концепция социальной ответственности (КСО)³ становится характерной чертой успешных компаний с мировым именем, социально ответственная компания привлекает к себе доверие общества, инвесторов и акционеров, повышая конкурентоспособность бизнеса.

¹ Страха Е.И., Харитоновна Л.К. Социальная ответственность власти и бизнеса//Пути формирования эффективной социально-экономической модели трансформирующейся России: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2005. С. 23.

² Якимец В.Н. Межсекторное социальное партнерство: основы, теория, принципы, механизмы. – М., 2004. С. 246-247.

³ КСО - термин, отражающий попытку определить ответственность корпораций перед различными заинтересованными группами общества.

Социальная ответственность предполагает добровольную обязанность бизнесменов проводить определенную политику, принимать решения и заниматься такими направлениями деятельности, которые необходимы обществу.

Сложились две основные модели поведения бизнеса, одну из которых принято называть американской (англо-американской), а другую – германской.

Американская модель социальной ответственности известна с XIX века. При данной модели ответственность бизнеса перед обществом ограничивается созданием рабочих мест и обеспечивает эффективность их использования через заработную плату, создание условий труда и выплату высоких налогов. В силу природы американского предпринимательства, основанного на свободе субъектов, многие сферы общественных отношений остаются до сих пор самоуправляющимися. Так же в американской модели, социальная ответственность предстает в виде заключения двухстороннего договора (трудовые отношения работник-работодатель), добровольности медицинского страхования.

В то же время в США, разработаны многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через специально созданные фонды, которые созданы для решения разнообразных социальных проблем за счет бизнеса. Они созданы для спонсирования профессионального образования, пенсионных и страховых сфер для персонала. Основная часть мероприятий по внедрению КСО лежит на плечах корпораций, поскольку государство предпочитает минимальное вмешательство в деятельность частного бизнеса.

Ответственная социальная деятельность и благотворительность корпораций поощряются соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне.

Отдельно стоит модель КСО в Великобритании, где наряду с типично европейским вниманием государства и общества к социальной деятельности организаций присутствуют элементы инициации социальных программ со стороны частных компаний: в правительстве учреждена должность министра по КСО и газета «Таймс» публикует еженедельные индексы социальной ответственности корпораций.

В германской модели бизнес платит большие налоги, а государство на эти средства реализует социальные программы для населения. В Европе КСО регламентируется законодательством, значительное место уделяется этической ответственности корпораций перед обществом. Доминирующим направлением КСО в области социальной защиты занятого населения является борьба с безработицей: уменьшение текучести кадров, создание новых рабочих мест, осуществление региональных социальных бизнес-проектов.

Органы государственной власти и местного самоуправления играют активную роль в процессе развития КСО.

Широкое распространение концепции КСО в мире поставило соответствующие организации перед необходимостью разработки специальных унифицирующих стандартов, в которых уделяется значительное внимание социальной защите работников, а некоторые из них полностью посвящены отдельным ее проблемам. Например, в стандарте SA 8000:2001 представлены критерии оценки социально ответственного подхода к защите детского и принудительного труда, охране труда, к составлению и соблюдению коллективного договора, трудовой дискриминации, определению рабочего времени и заработной платы.

В России последние несколько лет дискуссия о социальной ответственности стала одной из ведущих общественных тематик. Важной проблемой в России, по мнению российских менеджеров, является проблема взаимодействия бизнеса, государства и общества при разработке и реализации социальных программ бизнеса.

У российских предпринимателей пока нет четкого понимания того, какая модель социальной ответственности бизнеса для них наиболее приемлема. Для большинства из них выбор модели социальной ответственности пока новация, а корпоративная социальная ответственность бизнеса чаще всего отождествляется именно с внешней корпоративной социальной политикой. Можно сказать, что не только теория, но и практика социальной ответственности российского бизнеса находится в процессе становления.

В настоящее время в Российской Федерации все еще преобладают представления, согласно которым бизнес имеет право и должен самостоятельно определять степень своего участия и меру своей ответственности за социальное развитие общества. Это связано с тем, что, начиная с 1990-х гг., в России была выбрана американская модель экономического развития и, соответственно, стала практиковаться американская модель социальной ответственности. В последние годы, с ростом экономики страны, российские предприниматели начинают все больше тяготеть к современной европейской модели корпоративной социальной ответственности, считая необходимым активизацию роли государства в этих вопросах.

Государство РФ решает социальные проблемы и улучшает качество жизни населения, путем прямого финансирования и развития наиболее отсталых областей социальной сферы: здравоохранения, образования, сельского хозяйства, жилищной проблемы.

В России социальная ответственность перед обществом определяется как выстраивание деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям:

- 1) производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- 2) создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- 3) соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- 4) эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- 5) учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- 6) вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

Анализ практики участия российского бизнеса в социальных программах демонстрирует переход от традиционной «хаотичной» модели благотворительности к социально инвестирующему бизнесу.

В области социальных инвестиций в России выявляются проблемы, связанные с рядом институциональных несовершенств: государство формирует недостаточно эффективные правовые и социальные институты, и, как следствие, бизнес-структуры вынуждены решать «ошибки» государства, осуществляя значительные социальные инвестиции, и тем самым отчасти «замещать» государство в социальной сфере. Во взаимоотношениях государства и предпринимателей главную роль играет государство, а подчиненную – бизнес.

Социально ответственное поведение приносит компаниям следующие выгоды: укрепление репутации и имиджа компании; повышение качества управления бизнесом (повышение производительности труда персонала, сокращение операционных затрат, увеличение продаж и рост лояльности клиентов); повышение инвестиционной привлекательности компании (улучшение финансовых показателей деятельности компании и открывает более свободный доступ к капиталу).

Государство должно обеспечить участие всех заинтересованных сторон, имеющих отношение к деятельности компаний, в развитии концепции КСО на российской почве.

Социальные программы можно подразделить на социально ориентированные инвестиции и благотворительность. Примерами, социального инвестирования служат программы помощи детям, а к благотворительности можно отнести многочисленные примеры

спонсорской поддержки коллективов культуры, социальных учреждений, ветеранских организаций.

Вмешательство государства в область социальной ответственности бизнеса должно носить рекомендательный характер. Особенно важным для развития социальной ответственности в стране является поддержка данных процессов со стороны государства – учреждение званий, медалей, премии и грамот и т.д.

Со стороны делового сообщества целесообразна разработка либо собственного российского общественного стандарта в области социальной ответственности и отчетности, либо присоединение к какому-либо из существующих западных стандартов в данной области с адаптацией его к российским условиям.

Исследование, проведенное Ассоциацией российских менеджеров в 2004г., показало, что в российском обществе сущность социальной ответственности по-разному понимается менеджерами, потребителями, региональными чиновниками и СМИ. По мнению менеджеров и населения, социальная ответственность бизнеса – это:

- выпуск качественной продукции (47,5% опрошенных менеджеров и 46% населения);
- соблюдение законов (35% и 35,5% соответственно);
- уплата налогов (29,5% и 30,4%);
- охрана окружающей среды (31,5% и 30%);
- улучшение условий труда (33,5% и 22,5%);
- выплата высоких зарплат (11,5% и 19,1%);
- вложение денег в производство (19% и 14,8%);
- помощь бедным (2,5% и 10,5%);
- помощь регионам в решении социальных вопросов (10,5% и 10,4%);
- поддержка образования (3% и 9,3%);
- честность, прозрачность отчетности (13,3% и 8,7%).

Таким образом, в представлениях менеджеров и населения социальная ответственность отождествляется как с внешней, так и с внутренней социальной политикой.⁴

Опрос руководителей малого и среднего бизнеса в сфере производства товаров легкой промышленности, проведенный автором этой статьи, также подтвердил эти выводы. Так, по данным исследования 2008г. более 90% руководителей малых и средних предприятий считают, что бизнес должен развивать производство, платить достойную

⁴ Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания, потребители, менеджеры, СМИ и чиновники оценивают социальную роль бизнеса в России. - М.: Ассоциация менеджеров, 2004

зарплату работникам и честно платить налоги, а государство должно самостоятельно осуществлять все необходимые социальные программы.

При этом почти все респонденты подтвердили участие в региональных благотворительных акциях и помощи местным властям. Это представляется вполне понятным. Малый и средний бизнес «задушен» налогами, административными поборами, поэтому развит в России недостаточно и не имеет необходимой финансовой базы не только для социальных программ, но даже для собственного развития.

Наиболее применяемая форма осуществления корпоративной социальной ответственности для нынешнего этапа развития экономики и социальной сферы страны – социальные инвестиции.

Социальные инвестиции – вложения в объекты социальной сферы с целью получения дохода и повышения уровня и качества жизни людей посредством удовлетворения их материальных, духовных или социальных потребностей.

Социальные инвестиции – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества. К социальным инвестициям наиболее часто относят: спонсорство и корпоративная благотворительность, попечительство, взаимодействие с местным сообществом, властными структурами, корпоративные партнерские программы. Ключевые слова здесь – спорт, дети, медицина, семейный отдых.

Социальные инвестиции в развитие и пропагандирование спорта и здорового образа жизни также весьма значительны. За счет инвестиций в спорт содержатся детские спортивные клубы, финансируются детские дома, школы, интернаты, детские сады.

В области здравоохранения и реализации медицинских программ социальные инвестиции от бизнес-сообщества позволяют решать задачи в области оказания услуг детям-инвалидам, сиротам, инвалидам-колясочникам, пожилым людям, ветеранам войны, малоимущим.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса по праву должна восприниматься в современном российском обществе как выгодная для бизнеса. Социально ответственное поведение позволяет компаниям укреплять свой имидж и репутацию, повышать качество управления бизнесом и инвестиционной привлекательности компании. При этом совершенно очевидно, что, чем выше уровень развития общества, тем выше критерии социальной ответственности бизнеса.

Список литературы

1	Барбашин И.В., Федотовская Т.А., Титов С.Н. Аналитический вестник // Совет Федерации РФ. М., № 26 (278). 2005.
2	Нещадин А., Горин Н. Социально ориентированный бизнес: контуры формирующейся системы. - Человек и труд. - 2004. - № 5. С. 60.
3	Машезерская Л.Я. Социальные проблемы на фоне глобализирующейся экономики // Социальная ответственность как фактор эффективного развития современного общества. (Европейский опыт и Россия). – М., 2002. С. 117.
4	Страха Е.И., Харитоновна Л.К. Социальная ответственность власти и бизнеса // Пути формирования эффективной социально-экономической модели трансформирующейся России: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2005
5	Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года
6	Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год /под общей редакцией С.Е. Литовченко – М.: Ассоциация менеджеров, 2004 , с.9.
7	Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания, потребители, менеджеры, СМИ и чиновники оценивают социальную роль бизнеса в России. - М.: Ассоциация менеджеров, 2004
8	Социальная ответственность российского бизнеса: Новый этап. Материалы «круглого стола» 26 ноября 2003 г. – М., 2003.
9	http://www.rusnko.info/
10	http://www.mosportal.ru
11	www.b-soc.ru
12	www.economy.gov.ru
13	www.for-business.ru