

Условия развития концепции социальной ответственности бизнеса

Исоков А.А., к.э.н., докторант кафедры финансов и кредита, Российский государственный социальный университет

Лебедева Д.В., студент 2 курса кафедры : «Бухгалтерский учет, финансы и аудит», Московский государственный университет приборостроения и информатики

Аннотация. В статье рассматривается сущность концепции социальной ответственности бизнеса (СОБ) и условия ее развития в Российской Федерации.

Ключевые слова: Социальная ответственность бизнеса, предпринимательство, стратегический менеджмент

Conditions of development of the concept of social responsibility of business

Isokov A.A., PhD, doctoral candidate, Russian state social university

Lebedeva D.V., 2nd year student of the department: "Accounting, Finance and Audit", Moscow State University Instrument Engineering and Informatics

Abstract. In article the essence of the concept of the social responsibility of business and a conditions of its development in the Russian Federation is considered.

Keywords: Social responsibility of business, entrepreneurship, strategic management

Концепция социальной ответственности бизнеса (СОБ) на западе развивается уже достаточно долгое время. Но развитие стало набирать обороты лишь в последние десятилетие, когда представители мирового сообщества стали широко обсуждать проблемы сбалансирования интересов развития

бизнеса с более масштабными интересами всего общества. На сегодняшний день, значимость концепции СОБ и общественный интерес постоянно растут.

Развиваться СОБ начала в конце 60-х — начале 70-х годов XX в. в США, Великобритании, Японии и Германии.

СОБ должна не только нести ответственность прибылях и уплате налогов, которые распределяются государством на решение социально значимых проблем, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участвуя в экономической адаптации социально незащищенных слоев населения, в охране окружающей среды.

Большое количество специалистов СОБ поддерживают стратегию бизнеса, именно как направление на реализацию своих собственных интересов с учетом интересов общества. В российских условиях она осуществляется, чаще всего, необходимостью решения острых социальных проблем. Но социальная ответственность бизнеса должна восприниматься как прагматическая концепция, которая направлена на создание и развитие устойчивого бизнеса в долгосрочной перспективе путем управления рисками. Главная проблема - наличие ограниченного круга заинтересованных сторон (государства, собственников, персонала). В связи с этим усиливается роль региональных органов власти, местных сообществ, профессиональных ассоциаций и союзов.

Главными для общества должны стать функции СОБ, которые ориентированы на уменьшение социальной напряженности, повышение качества жизни, на улучшение природы, более того необходимо чтобы представители бизнеса участвовали в преодолении социальных проблем. Значимость СОБ огромна, а именно в формировании стратегических интересов и бизнеса, и общества в целом.

В своем выступлении Председатель Правительства Российской Федерации В.В. Путин на IX Международном инвестиционном форуме «Сочи-2010» (17 сентября 2010 г.) подтвердил актуальность этой задачи: «Мы хорошо

понимаем, что только масштабные частные инвестиции позволят решить стратегические задачи модернизации страны... Никакие действия государства, никакие бюджетные ресурсы или административные решения не заменят каждодневной работы частного бизнеса. Именно его действия шаг за шагом меняют характер экономики, формируют её новое, инновационное лицо».

Вопреки распространенному мнению, экономические интересы не противоречат, а служат стимулом к осуществлению долгосрочных социальных программ. Создание и развитие в нашей стране все большего числа предприятий с развитой социальной ответственностью говорит о постепенном создании цивилизованных бизнес-сообществ в РФ.

По мнению большинства экспертов для стимулирования развития социальной ответственности бизнеса, необходимо:

- увеличить количество степеней свободы предпринимательства;
- выработать механизм передачи таких полномочий, обеспечить необходимый уровень готовности и профессиональной способности бизнеса, а также взять на себя решение социальных проблем.
- провести границу между государственным регулированием и свободным предпринимательством;
- инициировать процесс распределения социальной ответственности

Для всех секторов нынешней экономической системы крайне важно и необходимо четко сформулировать идеологию цивилизованного бизнеса, так как общественная стабильность в демократическом государстве основывается именно на сложившейся системе взаимной социальной ответственности бизнеса, власти и институтов гражданского общества

Комплексное изучение внедрения практики СОБ невозможно, так как это препятствует вхождению российского бизнеса в международное деловое сообщество. Это происходит из-за того, что не совпадают стандарты построения и ведения бизнеса. Так как для современного европейского бизнеса

верна тенденция возрастания внимания к вопросам социальной ответственности и корпоративной этики: эти аспекты уже давно стали неотъемлемой частью имиджа корпорации и успеха в конкурентной борьбе.

Способность к социальному взаимодействию власти, бизнеса и общества, более того, потребность в их социальном взаимодействии, не предопределяется первоначально.

Одним из самых первых, кто поставил вопрос о СОБ, был знаменитый Э.Карнеги. Именно он сформулировал 2 основных положения, на которых строится понятие СОБ. Первое положение это принцип благотворительности, а второе - принцип служения.

Занимались благотворительностью такие люди в мире бизнеса, как Д. Рокфеллер (основал фонд Рокфеллера), Д. Морган, Г. Форд (сделал в свое время самый дешевый автомобиль).

Хорошо известны именно социальные эксперименты Г. Форда. Генри Форд создал для рабочих ссудно-сберегательную кассу, социологический отдел, который анализировал материальное положение рабочих; осуществлял социальные программы на своих предприятиях; проводил политику предпринимательской благотворительности. Социальная ответственность занимает одно из значимых мест в теории предпринимательской деятельности. Известные теоретики предпринимательства Й. Шумпетер и Ф. Хайек подчеркивали именно его социальную природу, поскольку «предпринимательству приходится действовать в условиях сложного социального окружения, которое может оказывать на него значительное воздействие». Необходимо уравнивать цели бизнеса с экономическими и социальными задачами его окружения. Чем же будет мотивироваться такая добровольная помощь обществу со стороны бизнеса? Во-первых, в обществе, более благополучном с социальной точки зрения, гораздо подходящие условия для предпринимательской деятельности. Во-вторых, в обществе складывается более привлекательный образ данной компании, что, дает преимущества в

конкурентной борьбе за рынки и государственные заказы. Это, в итоге, может дать дополнительный рост объемов производства и размеров прибылей.

Как известно, до Октябрьской революции в России владельцы крупных предприятий строили для своих рабочих жилье, больницы, открывали магазины, где товары продавались со скидкой. Некоторые российские фабриканты (самый известный среди которых Савва Морозов) и заводчики по собственной инициативе устанавливали 9-часовой рабочий день, стремились совершенствовать положение рабочих, условия их труда и быта; выдавали «наградные» за длительный стаж и безупречную работу. Понятно, что такая забота о работниках не была бескорыстной. Она преследовала и определенные цели, а именно: привлечь на свои предприятия дешевую рабочую силу, удержать любыми средствами квалифицированных мастеров, избежать социально-трудовых конфликтов, которые приносили ощутимые убытки, оказать нужное влияние на умонастроение людей. Предусмотрительные хозяева и управленцы, не всегда сознательно, прокладывали дорогу к будущему социальному партнерству. Меценатство стало характерной чертой русского предпринимательства и купечества, финансировавших культуру и искусство.

На сегодняшний день проблема развития общества является актуальной и для современной России. Согласно Проекту основных направлений социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу, перед Россией на 1 месте стоит задача - установить новый социальный контракт и исходя из этого сформировать основы гражданского общества, осуществить реформу власти и модернизировать экономики. Это возможно только лишь при объединении усилий власти, бизнеса и общественных институтов.

Но перед нами встает вопрос: «Должно ли государство контролировать бизнес?» Контроль государства должен быть прозрачным, т.к. иначе государство не дает развиваться бизнесу самостоятельно и свои цели ставит ему в приоритет. Федеральная Антимонопольная служба (ФАС) России осуществляет контроль за соблюдением законодательства о размещении

заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд, выполняет функции по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в РФ. Конечно, для бизнеса состояние «свободы» сказывается благоприятно и не стоит забывать о Сухом законе 1985 г., когда государство ввело закон о запрете продажи алкогольной продукции, следствием чего стало закрытие заводов и потеря большого количества рабочих мест. Получается, что при невозможности диалога между бизнесом и государством страдает население. Так же бизнес и государство должны быть партнерами, но грань сотрудничества должна присутствовать, когда грань стирается, начинается коррупция. Диалог между бизнесом и государством безусловно должен быть, бизнес должен развиваться как можно более в свободных рамках.

Отечественный опыт СОБ, ранее рассматривавшийся только на примере традиций российского меценатства, в последние десятилетия ставший важным этапом становления реальных рыночных отношений в России, представляется в виде построения системы конструктивного социального партнерства всех заинтересованных сторон – инструмента, который призван предотвратить и снизить существующие риски социальной напряженности как во взаимоотношениях бизнеса и общества, так и во взаимоотношениях бизнеса и власти. Что должно не только увеличить лояльности общества к власти, к бизнесу, но и снизить уровень государственного регулирования, который в теории должен привести к общему улучшению состояния общества, конкурентоспособности отечественного бизнеса, росту темпов экономического развития и инвестиционного потенциала страны.

Корпоративная ответственность перед обществом (КО) определяется как философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям:

- 1) производство качественной продукции и услуг для потребителей;

2) эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;

3) создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;

4) соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;

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.

Большинство отмеченных направлений деятельности бизнеса включает в себя экономические принципы предпринимательской деятельности, этические и юридические нормы ведения бизнеса. Социальная составляющая изображена в этом определении через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в развитие гражданского общества через партнерские программы и проекты формирования местного сообщества.

Еще в ноябре 2004 года в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) была принята Социальная хартия российского бизнеса. Этот документ устанавливает общие этические принципы деятельности российского бизнеса. В качестве основных приоритетов бизнеса названы принципы обеспечения здоровья и безопасности труда работников, признания трудовых прав работников, в том числе право на достойное вознаграждение труда, предотвращения любых форм дискриминации и принудительного труда.

В Социальной хартии провозглашаются принципы экономической и финансовой устойчивости предприятий, обеспечения качества продукции, экологической безопасности, участия в развитии местного сообщества. Считается, что нужно законодательное принуждение бизнеса к социальной

ответственности, а поощрение СОБ необходимо осуществлять через доступ предприятий к льготам и кредитам.

Необходимо уделить внимание тому, что развитие корпоративной социальной ответственности организует более благоприятные условия для усовершенствования социального климата в российском обществе и предназначается для повышения качества жизни населения, а так же конкурентоспособности российской экономики.

Примером может быть политика компании ЛУКОЙЛ и ее дочерних предприятий. В условиях модификации налогового законодательства компания ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ» освоила новые методы взаимодействия с территориями деятельности - это социальное проектирование и социальные инвестиции. Социальное проектирование - новейшая технология, разрешающая преобразовать работу общественных организаций. Основным форматом социального проектирования является Конкурс социальных и культурных проектов, который проводился компанией ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ» на территориях деятельности с 2002 г. Номинации конкурса включают в себя темы, имеющие социальную направленность, - образование, семья, молодежная культура, экология, политика. Основными принципами поддержки общественных инициатив являются конкурсное распределение средств, финансовая прозрачность, гласность результатов, отчетность перед местным сообществом.

Результатом Конкурса стало сильное вовлечение населения в проектную деятельность, что привело к росту гражданской активности, формированию отношений социального партнерства. Инновационный метод конкурсного финансирования разрешил в новых жестких условиях бюджетного финансирования продвигать новые пути развития территории. Привлекаются средства из разных источников и устанавливаются постоянные контакты как с различными уровнями власти, так и представителями бизнеса, с одной стороны, и многочисленными общественными организациями, с другой. Взаимодействие компании и местных администраций основано не только на привлечении

материальных средств, но и на передаче интеллектуального капитала, что в настоящее время не менее важно. Проводя активную социальную политику на территории деятельности, компания не только способствует социально-экономическому и культурному возрождению районов, но и повышает собственный имидж социально-ответственной компании, что сказывается на ее мировых рейтингах и уровне капитализации.

Другим примером удачной деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности служит компания ОАО «РЖД», каждый год сбывающая ряд социальных проектов. В частности, в результате осуществления проекта «Технологическое жилье» (2010 г.), направленного на обеспечение производственно-технологической потребности, сохранение и привлечение кадрового потенциала, компании удалось увеличить специализированный жилищный фонд на 69,9 тыс. кв. м. В рамках реализации Экологической стратегии ОАО «РЖД» в 2010 г. удалось сократить выбросы вредных веществ в атмосферу от стационарных источников на 31%, а образование отходов — на 29% по сравнению с 2007 г. Ежегодно компания повышает объем расходов на социальные проекты средств: в 2010 г. бюджет ОАО «РЖД» по разделу «Проекты социального развития» составил 6,3 млрд руб., что на 0,6 млрд руб. больше, чем в 2009г.

Именно создание системы взаимодействия заинтересованных сторон, а так же улучшение системы в рамках развития СОБ должно стать основным направлением социально-экономической обновления российского общества, так как:

– предпринимательские цели, экономическая и социальная ответственность дополняют друг друга;

– сбалансированная и приносящая результаты социальная ответственность компаний уменьшает предпринимательские риски, повышает конкурентоспособность, эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию предпринимателей;

– взаимоотношения бизнеса с государством и обществом должны строиться на правовой основе;

– важнейшее условие экономического и социального благополучия страны - формирование солидарной ответственности государства, бизнеса и гражданина, в основе которой - демократия, соблюдение гражданских прав и свобод, включая право частной собственности, равенство возможностей, уважение человеческого достоинства и закона;

– достижение высоких долгосрочных экономических и социальных результатов возможно только благодаря деятельности акционеров, государства, работников, поставщиков и потребителей, общественных институтов и других сторон, затрагиваемых деятельностью.

СОБ является важнейшей частью стратегического менеджмента, функцией управления, она объединена со стратегическим планированием. Бизнес заинтересован в долговременной деятельности и прогнозировании ситуации как на рынке, так и в более широкой общественной среде. Для того чтобы бизнес-деятельность стала более предсказываемой, бизнес стремится расширить свое влияние на более обширную общественную сферу. Внедрение принципов СОБ в свою практику является законным способом управления форматом в интересах бизнеса с следованием интересам общества. Основным критерий оценки СОБ для бизнеса - это его экономическая целесообразность, связанная с долгосрочными перспективами развития, увеличением прибыли, укреплением имиджа, следовательно, с ростом нематериальных активов, устойчивым положением в бизнес-среде и при взаимоотношении с разнообразными социальными группами, устойчивостью в кризисах. Непременным условием реализации принципов СОБ субъектами бизнеса в своей деятельности являются присутствие и функционирование механизмов и правил, определяющих и регулирующих ответственность бизнеса, государства и общества. А так же для эффективного участия бизнеса в управление необходимо, чтобы сам бизнес был непосредственно заинтересован в

управлении, для осуществления цивилизованного управления нужно дать бизнесу преференции - льготы, послабления, продвижение продукции и другое, тем самым создать благоприятную среду для его деятельности.

Литература:

1. Адамов Н.А., Сваталова Ю.С. Модели финансового управления холдингом // Все о налогах. 2009. №1. С. 21
2. Кеменов А.В. Логистическое управление инвестиционно-строительными процессами на корпоративном уровне // Российский экономический интернет-журнал. 2012. № 3. С. 130-140.
3. Программа развития ООН: «Партнерство с частным сектором (Вовлечение бизнеса в программы развития). (www.undp.ru/index.php?iso=RU&lid=2&pid=260)
4. Социальная хартия российского бизнеса (www.csr-rspp.ru/social)
5. Усачева Д.В. Корреляционный SWOT-анализ как основа формирования корпоративной стратегии управления // Российский экономический интернет-журнал. 2012. № 4. с. 17.
6. Усачева Д.В. Теоретико-методологические подходы к анализу внешней среды корпоративных бизнес – структур // Российский экономический интернет-журнал. 2012. № 4. с. 16.
7. Устименко К.Ю. Механизмы внедрения инновационных процессов на промышленных предприятиях // Российский экономический интернет-журнал. 2012. № 4. с. 18.
8. Якутин Ю. Региональный вектор деятельности корпоративных объединений. // Российский экономический журнал. 2000. № 9.
9. www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2005/vestniksf278-26/vestniksf278-26010.