

Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation
European Researcher
Has been issued since 2010.
ISSN 2219-8229
E-ISSN 2224-0136
Vol. 91, Is. 2, pp. 72-78, 2015

DOI: 10.13187/er.2015.91.72
www.erjournal.ru



Economic sciences

Экономические науки

UDC 331.105.6

The Development of Forms of Corporate Social Responsibility in Russia in the Current Economic Conditions

¹Natalya Arzumanova

²Venera Ayrapetyan

¹Russian State Social University, Branch in Sochi, Russian Federation
354053, Krasnodar region, Sochi, Krymskaya st., 29B
PhD (Economy), senior lecturer
E-mail: arzum-natalya@yandex.ru

²Russian State Social University, Branch in Sochi, Russian Federation
354053, Krasnodar region, Sochi, Krymskaya st., 29B
PhD (Economy), associated professor
E-mail: venusar@mail.ru

Abstract

The article reveals the characteristic features of modern trends in the formation and implementation of corporate social responsibility in Russia in the current economic conditions, which is based on the fact that reasonable economic interests oriented business not only on maximizing profits, but also to improve their own macro - socio-economic, natural, political, through voluntary investment profits in the respective areas.

Keywords: social responsibility of business; corporate social responsibility; social business strategy; state support of business; social investments.

Введение

Проблема формирования корпоративной социальной ответственности бизнеса сегодня находится в центре всеобщего внимания, как за рубежом, так и в России, также как и тема частно-государственного партнерства. В научной и бизнес-среде активно обсуждаются базовые аспекты взаимодействия социальных партнеров, правила ведения диалога между бизнесом, обществом и властью, задачи контроля результатов активности бизнес-единиц для внешнего окружения. Всё это можно объяснить заметно возросшей ролью бизнеса в развитии общества, усилением требований в его прозрачности и открытости.

Обсуждение

Исследования в обозначенной предметной области пока не носят системного характера, научные изыскания большинства специалистов по формированию и развитию корпоративной социальной ответственности построены на изучении и адаптации зарубежного опыта, что не всегда учитывает экономические традиции, исторический опыт и институциональные-правовые особенности социально-экономической системы нашей страны. Вопросам развития социальной ответственности посвящены научные работы отечественных и зарубежных авторов: А. Вацковский, В. Горфинкель, Н. Родионова, Г. Тульчинский, Э. Коротков, Дж. Рассел.

Цель исследования. На основе обобщения теории и практики формирования и внедрения корпоративной социальной ответственности, исследовать содержательную природу, а также выделить основные тенденции данного направления современного бизнеса в России.

Результаты

Понятие «социальная ответственность бизнеса» сформировано в середине XX века в образе концепции, согласно которой любая бизнес-структура, помимо строго соблюдения соответствующего законодательства, производства качественной продукции или услуги, по собственному желанию возлагает на себя дополнительную ответственность перед обществом, внося значительный вклад в повышение качества жизни людей [7].

В зарубежных странах развитие социальной ответственности бизнеса в XX веке прошло несколько этапов, таких как расцвет традиционной благотворительной деятельности (как правило, пожертвования на основе личных симпатий руководителя), далее – становление стратегической филантропии (увязка решения социальных проблем с стратегическими целями предприятия) и формирование концепции социальных инвестиций (совместная работа коммерческого, некоммерческого и государственного секторов для решения социально значимых проблем различных масштабов) [3].

Традиционно бизнесмены всего мира занимаются благотворительностью. И, к счастью, Россия сегодня не исключение.

Исторически российские предприниматели славились своим меценатством не меньше, чем знаменитые европейские и американские филантропы. Необходимо отметить, что на сегодняшний день участие современного бизнеса в социально значимых инициативных программах играет важнейшую роль в процессе реформирования современной экономики России [11]. В настоящее время все больше появляются компании, которые понимают, что своевременная активность предоставит бизнесу достаточно много преимуществ. Большинство лидеров российского бизнес-сообщества рассматривают свою социальную ответственность как неотъемлемую часть основной коммерческой деятельности в современных условиях. Она составляет достаточно важную часть стратегии этих компаний как приоритетный аспект менеджмента.

На сегодняшний день существуют ряд прямо противоположных подходов к определению социальной роли современного бизнеса. Одна из самых распространенных характеристик сводит понимание КСО только лишь к постоянному наращиванию капитала, получению стабильной прибыли и уплате налогов. Согласно другой распространенной трактовки КСО должна оцениваться по количеству реализуемых социальных программ и участию в общественных мероприятиях местного и регионального уровня, не имеющих прямого отношения к бизнесу [14]. Данные противоположные точки зрения, остаются слишком узкими и не могут выявить реальной общественной роли бизнеса и круга его социальной ответственности и социальных обязательств.

Перед всеми частными компаниями стоит целый ряд серьезных проблем. Как известно, достижение бизнес-целей лежит в основе корпоративной стратегии, которая в свою очередь учитывает такие моменты как [5]:

- как возможно развиваться и управлять множеством отношений с поставщиками и клиентами, государственными органами и местными сообществами, включающих различные некоммерческие организации, которые работают в тесном сотрудничестве с местными сообществами;

- как управлять воздействием компании на состояние окружающей среды и все сообщество.

Следует подчеркнуть, что современные социально-ответственные предприятия получают множество преимуществ, таких как, например, снижение затрат, увеличение объемов продаж, привлечение потенциальных и сохранение старых клиентов, значительный рост производительности труда своих сотрудников, а также улучшение качества их работы, дополнительные возможности для привлечения и сохранения квалифицированного персонала, снижение необходимости в осуществлении надзорных функций, что, в итоге, ведет к улучшению финансовых показателей деятельности предприятия.

Компании, желающие проявить себя как корпоративно-ответственные единицы, чаще всего возмещают свой долг местному сообществу в виде благотворительности или корпоративных социальных инвестиций. При этом под сообществом нужно понимать любую общность людей – от населенного пункта, где осуществляется деятельность компании, до целой страны, в рамках которой компания имеет коммерческие интересы.

В чем же преимущества корпоративной социальной ответственности для современного бизнеса? Ниже представлены основные моменты [1]:

1. Лидирующая и более ответственная роль бизнеса, позволяющая преодолеть недружелюбное отношение к крупному предпринимательству в современном российском обществе.

2. Наилучшее понимание представителями бизнеса социальных проблем местного сообщества (в том числе потенциальных клиентов).

3. Осознание некоммерческими, а также общественными организациями сути и возможностей современного бизнеса.

4. Упрочнение взаимоотношений внутри самой компании, повышение эффективности в работе.

5. Благодаря сотрудничеству партнеры из различных сфер учатся общаться на «одном языке», обращаясь к скорейшему решению важнейших социальных проблем.

6. Благодаря партнерству можно усилить социальные, культурные и экономические преимущества, которые стимулируют экономику и способствуют развитию бизнеса.

7. Укрепляется репутация компании в целом.

Сегодня единственным международным стандартом, регламентирующим отношение общества и бизнеса, является международный стандарт ISO 26000:2010 "Руководство по социальной ответственности". В соответствии с данным стандартом все социальные обязательства предприятия должны быть полностью интегрированы в деятельность организаций [9].

Согласно международным стандартам обязательными для КСО являются нормы корпоративного поведения, которые разрабатываются в виде определенных отработанных кодексов поведения и кодексов деловой этики, а также публичные социальные отчеты.

К сожалению, социальная активность российских компаний носит типичный ситуационный характер из-за отсутствия системности и планирования. Благотворительные проекты, как правило, возникают стихийно, не оцениваются в должной мере, благотворители не имеют обратной связи с получателями. Основопологающим мотивом к соучастию в решении социальных проблем местного уровня остаются просьбы муниципальной администрации и местных некоммерческих организаций [6]. Адресатами благотворительных средств могут быть как государственные, так и муниципальные учреждения, которые расходуют эти средства либо на реализацию своих программ, либо передают их своим подопечным в качестве материальной помощи.

Понимание того, что в современных экономических условиях более конкурентоспособными являются социально-ответственные предприятия – формируется в сфере российского бизнес-сообщества под воздействием, во многом, различных PR-стратегий большинства транснациональных корпораций, которые применяют, в рамках реализации социальных программ, различные механизмы и элементы, в числе которых [10]:

- социальные фонды предприятия;
- глобальные социальные и образовательные программы;

- добровольная деятельность сотрудников компании;
- партнерство с некоммерческими организациями в стратегических целях;
- всяческая поддержка национальных благотворительных фондов.

Практика распространения корпоративной социальной ответственности в нашей стране должна отталкиваться от того, что наш социум не является настолько свободным и открытым, чтобы инструменты традиционной модели КСО не имели препятствий [9]. Во многом этим фактом объясняются многие характерные черты в становлении КСО в России:

- подход к формированию стратегии социального инвестирования является бессистемным;
- в понятие «социальной ответственности» часто вкладывают понятия спонсорство или меценатство;
- налоговые отчисления в бюджеты различного уровня часто замещаются благотворительными пожертвованиями;
- пожертвования, как правило, формируются по непредсказуемым принципам выборочно;
- данные о распределении благотворительных средств является достаточно закрытыми;
- осознание КСО достаточно политизировано;
- данные средства, как правило, расходуются неэффективно;
- «законсервирована» устаревшая структура социальной сферы;
- часто возникают сомнения в способности и желании власти представлять действительные интересы нашего общества.

Структура взаимодействия бизнеса и государственно власти является одним из основополагающих показателей состояния нашего общества в целом. Чем больше эффективность данного сотрудничества бизнес-сообщества и государственного сектора, тем более положительное воздействие оно оказывает на благополучие общества в целом. Следовательно, необходимы такие меры как поиск возможных синергетических направлений сотрудничества в решении различных социальных проблем нашего общества, модернизация и формирование механизмов подобного взаимодействия [10]. Плодотворность и синергизм сотрудничества представителей государственной и муниципальной власти и предпринимательских единиц можно определить как одно из основных критериев оценки КСО и социального партнерства.

Для отечественных компаний, которые стремятся стать предприятиями мировых масштабов, внедрение подобных социальных технологий, способствующих улучшению и стабилизации имиджа на международной бизнес-арене, становится объективной необходимостью. Такая стратегия обеспечит рост стабильности и устойчивого развития на российском, а также местном уровнях не только масштабным компаниям, но и предприятиям среднего и малого бизнеса. Однако, в то же время реальная оценка отражает ситуацию, при которой подобную стратегию внедрить готова не каждая компания.

Хотя в России сегодня и сформирована и действует четкая законодательная база для реализации благотворительной деятельности компаний, тем не менее, политика российского государства по отношению к реализации социальных программ бизнес-сообществом, остаётся достаточно неопределенной. В рамках своей стратегической благотворительной миссии многие российские компании по-прежнему сталкиваются с некоторыми бюрократическими трудностями.

Предприятиям, которые используют в своей практике нетрадиционные формы благотворительности, приходится пересматривать свой подход к организации подобной деятельности [5]. Возникает необходимость создания отдельных организационных структур, приглашения сторонних специалистов для стратегического социального планирования и разработки комплексных целевых благотворительных программ [12].

Заключение

Несмотря на множество существующих барьеров, российские предприятия хотят улучшить свои социальные и экологические показатели, и корпоративная социальная ответственность прочно обосновалась в списке приоритетов российского бизнеса [13].

Понятие корпоративной социальной ответственности тесно связано с понятиями социального порядка и справедливости. Именно эти понятия являются наиболее важными для современного общества. Если приоритетом для бизнес-единицы является только экономическая эффективность и прибыль, то без социального порядка ни о какой эффективности деятельности предприятия говорить не придется. Социальная ответственность — это понятие, позволяющее установить партнерское единство государства и общества, общества и бизнеса [4]. Проведенный анализ приводит к тому, что необходимо сформировать четкую позицию по отношению к корпоративной социальной ответственности как явление очень важное для дальнейшего развития современного общества. Формирование и распространение КСО является отражением на практике «эволюции категории ответственности как нормы поведения».

Примечания:

1. Бакша Н.В., Данилюк А.А. Корпоративная социальная ответственность. Тюмень: Изд-во ТГУ, 2013.
2. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. СПб.: СПбГУ, 2010.
3. Дамбовская А.А. Ключевое направление корпоративной социальной политики // Российское предпринимательство. 2014. № 20 (266).
4. Дегтярева А.В. Важность зарубежного опыта в продвижении принципов корпоративной социальной ответственности в России / А.В. Дегтярева, В.О. Ядоян // Молодой ученый. 2014. №6.
5. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. Издание 2-е, доп. и перераб. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. 360 с.
6. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / Под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. М.: КНОРУС, 2008.
7. Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Томского государственного университета. 2013. №4(24).
8. Никитина Л.М., Борзаков Д.В., Потапов А.А. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. М.: Феникс, 2015.
9. Маловичко Т.С. Социальная ответственность бизнеса. Донецк: ДонНУЭТ, 2012.
10. Маркарян И.Н. Исследование функциональных подсистем управления организацией в современных условиях // Вестник Университета (Государственный университет управления), 2012. №2.
11. Миляева Л.Г., Дамбовская А.А. К вопросу о направлениях развития социальной политики / Модернизация экономики и общества: региональный аспект: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2011.
12. Морозова И.С. Корпоративная социальная ответственность в информационном обществе // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2011. №6.
13. Пантелеева Т.С., Червякова Г.А. Экономические основы социальной работы. М.: Академия, 2012.
14. Цей С.А. Формирование и раскрытие в отчетности публичных компаний информации по вопросам их социальной ответственности и корпоративного управления [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.12) / Цей Саида Асланбиевна; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. М., 2011.
15. Цуциева О.Т., Гобозова А.Т. Сравнительный анализ корпоративной социальной ответственности // Международный научно-исследовательский журнал, июнь, 2013.
16. Шевченко Т.П. Международные руководства, стандарты и отчетность в сфере корпоративной социальной ответственности / Т.П. Шевченко, Т.П. Шевченко // Молодой ученый. 2014. №6.
17. Яровой А.И. Корпоративная социальная ответственность в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук 23.00.02 Яровой Александр Ильич: «ГУ – ВШЭ». М., 2010.

References:

1. Baksha N.V., Danilyuk A.A. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'. Tyumen': Izd-vo TGU, 2013.
2. Blagov, Yu.E. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': evolyutsiya kontseptsii. SPb.: SPbGU, 2010.
3. Dambovskaya A.A. Klyuchevoe napravlenie korporativnoi sotsial'noi politiki // Rossiiskoe predprinimatel'stvo. 2014. № 20 (266).
4. Degtyareva A.V. Vazhnost' zarubezhnogo opyta v prodvizhenii printsipov korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti v Rossii/ A.V. Degtyareva, V.O. Yadoyan // Molodoi uchenyi. 2014. №6.
5. Zaretskii A.D., Ivanova T.E. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': mirovaya i otechestvennaya praktika: uchebnoe posobie. Izdanie 2-e, dop. i pererab. Krasnodar: Prosveshchenie-Yug, 2013. 360 s.
6. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': upravlencheskii aspekt: monografiya / Pod red. I.Yu. Belyaevoi, M.A. Eskindarova. M.: KNORUS, 2008.
7. Kuznetsova N.V., Maslova E.V. Modeli korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti// Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. 2013. №4(24).
8. Nikitina L.M., Borzakov D.V., Potapov A.A. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'. Uchebnik dlya bakalavrov. M.: Feniks, 2015.
9. Malovichko T.S. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa. Donetsk: DonNUET, 2012.
10. Markaryan I.N. Issledovanie funktsional'nykh podsistem upravleniya organizatsiei v sovremennykh usloviyakh// Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya), 2012. №2.
11. Milyaeva L.G., Dambovskaya A.A. K voprosu o napravleniyakh razvitiya sotsial'noi politiki / Modernizatsiya ekonomiki i obshchestva: regional'nyi aspekt: materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Barnaul: Izd-vo AltGTU, 2011.
12. Morozova I.S. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' v informatsionnom obshchestve// Informatsionnyi gumanitarnyi portal «Znanie. Ponimanie. Umenie». 2011. №6.
13. Panteleeva T.S., Chervyakova G.A. Ekonomicheskie osnovy sotsial'noi raboty. M.: Akademiya, 2012.
14. Tsei S.A. Formirovanie i raskrytie v otchetnosti publichnykh kompanii informatsii po voprosam ikh sotsial'noi otvetstvennosti i korporativnogo upravleniya [Tekst]: avtoref. dis. na soisk. uchen. step. kand. ekonom. nauk (08.00.12) / Tsei Saida Aslanbievna; Finansovyi universitet pri Pravitel'stve Rossiiskoi Federatsii. M., 2011.
15. Tsutsieva O.T., Gobozova A.T. Sravnitel'nyi analiz korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti// Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal, iyun', 2013.
16. Shevchenko T. P. Mezhdunarodnye rukovodstva, standarty i otchetnost' v sfere korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti / T. P. Shevchenko, T. P. Shevchenko // Molodoi uchenyi. 2014. №6.
17. Yarovoi A.I. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' v sovremennoi Rossii: Avtoref. dis. ... kand. polit. nauk 23.00.02 Yarovoi Aleksandr Il'ich: «GU – VShE». M., 2010.

УДК 331.105.6

**Развитие форм корпоративной социальной ответственности бизнеса в России
в современных экономических условиях**

¹ Наталья Игоревна Арзуманова

² Венера Грачиговна Айрапетян

¹ Российский государственный социальный университет, Российская Федерация
354053, г. Сочи, ул. Крымская, 29Б
Кандидат экономических наук, старший преподаватель
E-mail: arzum-natalya@yandex.ru

² Российский государственный социальный университет, Российская Федерация
354053, г. Сочи, ул. Крымская, 29Б

кандидат экономических наук, доцент
E-mail: venusar@mail.ru

Аннотация. В статье раскрываются характерные черты современной тенденции формирования и внедрения корпоративной социальной ответственности в России в сложившихся современных экономических условиях, которые базируется на том, что разумные экономические интересы ориентируют предпринимательство не только на максимизации прибыли, но и на усовершенствование собственной макросреды – социально-экономической, природной, политической, путем добровольного вложения полученной прибыли в соответствующие сферы.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; корпоративная социальная ответственность; социальная стратегия бизнеса; государственная поддержка бизнеса; социальные инвестиции.