

<http://www.bulletennauki.com>

УДК 33

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПРОБЛЕМ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНО–ОТВЕТСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ANALYSIS OF TRENDS AND PROBLEMS OF THE RUSSIAN BUSINESS IN THE FIELD OF A SOCIALLY RESPONSIBLE ACTIVITY

© *Минеева А. Ю.*

Уфимский государственный авиационный технический университет

г. Уфа, Россия

mineeva-nastya@mail.ru

© *Минеева А.*

Ufa State Aviation Technical University

Ufa, Russia

mineeva-nastya@mail.ru

Аннотация. В статье автор рассматривает основные тенденции российских компаний в области социально–ответственной деятельности и дает рекомендации по решению существующих проблем.

Abstract. In the article author considers the main tendencies of Russian companies in the field of a socially responsible activity and recommendations for solving the existing problems.

Ключевые слова: социально–ответственная деятельность, Россия, анализ, проблемы.

Keywords: social responsibility activities, Russia, analysis, problems.

В публикациях и выступлениях экспертов по вопросам корпоративной социальной ответственности (КСО) в России в последние годы часто появляется словосочетание «социально-ответственное инвестирование» (СОИ).

За последние 5–7 лет появился ряд факторов, которые дали толчок развитию теории и практики социально–ответственной деятельности российского бизнеса.

Одним из таких факторов стала концепция «общей ценности», разработанная в 2011 году М. Портером и М. Креймером, которая получила широкое признание в мировой и отечественной литературе [3, с. 45].

Данная концепция вводит понятие «разделяемой ценности» и предполагает такое ведение операций, которое «повышает конкурентоспособность компании, одновременно улучшая экономические и социальные условия сообществ, в которых она ведет свою деятельность»

Концепция подчеркивает адресность создания ценности, выражающейся для бизнеса, прежде всего, в финансовой прибыли, а для заинтересованных сторон организации — в иных выгодах, имеющих стоимостное выражение.

Также в 2013 году в рамках Технического комитета по стандартизации в России был введен в действие национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 26000–2012 «Руководство по социальной ответственности».

Данный документ является идентичным международному стандарту ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» и представляет собой универсальное пособие,

<http://www.bulletennauki.com>

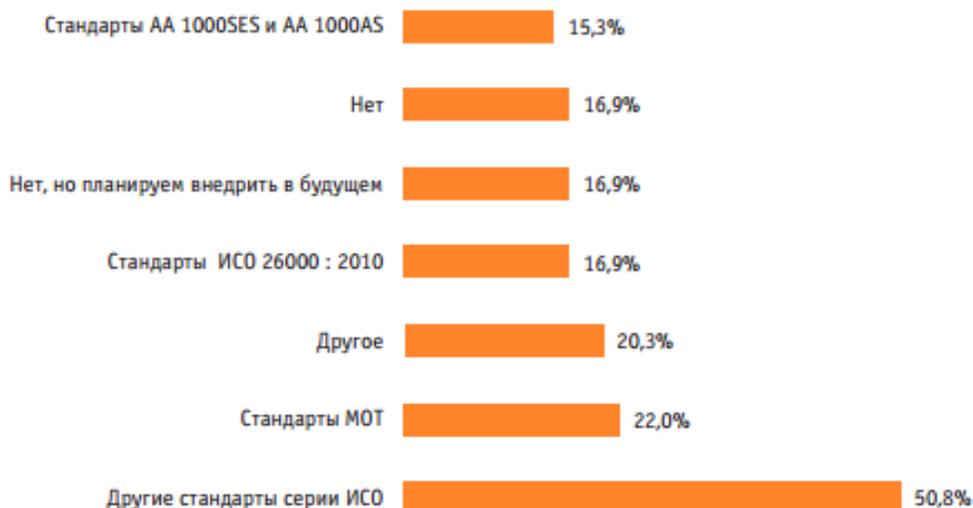
призванное определить ключевые понятия, принципы и проблемы в области КСО и СОИ, а также конкретные методы объединения социально–ответственного поведения компаний с их фирменной стратегией и практикой [2].

Принятие Российской Федерацией данного руководства ускорило развитие стандартизации во взаимоотношениях общества и бизнеса, а также сближение российской трактовки «социальной ответственности» с международным пониманием этого определения.

Следование ИСО 26000–2012 не является обязательным для организации и носит скорее рекомендационный характер. Организация путем анализа и диалога с заинтересованными сторонами сама определяет те параметры, которые для нее применимы.

Стоит отметить, что на сегодняшний день в России доля компаний, активно использующих стандарты социально-ориентированной управленческой практики, невелика.

Согласно исследованию Высшей школы менеджмента, проведенному в 2014 году между 60-ти крупными компаниями России, число организаций, которые в своей деятельности вообще не учитывают международные стандарты, составило 33,8% (Рисунок) [1, с. 14].



Примечание: Данные приведены в процентах от числа компаний-респондентов, ответивших на вопрос. Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать более одного варианта.

Рисунок. Внедрение международных стандартов в систему управления компанией.

В исследовании также отмечено многообразие подходов компаний, принявших участие, к термину «социально–ответственное инвестирование».

Согласно международному глоссарию, наиболее широко применяющееся в западной практике определение СОИ звучит как «инвестиции, которые соблюдают ряд этических принципов, вне зависимости от области производства данных инвестиций»

Для большинства российских компаний социальные инвестиции являются инструментом реализации КСО посредством внутренних и внешних социальных программ и проектов.

Основным направлением СОИ для большинства российских компаний по-прежнему является инвестирование в сотрудников, понимаемое в широком смысле.

<http://www.bulletennauki.com>

Некоторые компании интерпретируют социальные инвестиции как средства, которые направляются на развитие территорий в форме социальных проектов и финансирования объектов социальной сферы.

Наконец, встречается и определение социальных инвестиций как инвестиций в социальную сферу и даже более узко — в социальные объекты.

На сегодняшний день можно выделить две основные особенности состояния российских компаний в области социальной ответственности: во-первых это образование ведущей группы компаний, соответствующих стандартам мировой практики КСО, а во вторых это общее замедление внедрения принципов КСО в корпоративную стратегию компаний..

Взаимодействие с заинтересованными сторонами превратилось в обычную деловую практику большинства компаний, но системный подход к этому взаимодействию только формируется.

Управление взаимодействием с заинтересованными сторонами воспринимается как управление рисками, которые исходят от действий заинтересованных сторон, а не как процесс совместного создания ценности для бизнеса и общества.

Рекомендации российскому бизнесу для решения существующих проблем в области КСО и СОИ:

–развивать стратегический подход к управлению корпоративной социальной деятельностью, направленный на устойчивое долгосрочное развитие а также отражая ее результаты в рамках нефинансовой отчетности;

–интегрировать в систему управления КСО постоянное взаимовыгодное взаимодействие с основными «внутренними» и «внешними» заинтересованными сторонами как участниками единого процесса создания ценности для бизнеса и общества;

–проводить обучение в области управления корпоративной социальной деятельностью, на всех уровнях управленческой иерархии;

–поддерживать и развивать процесс обмена опытом и распространения лучших практик в сфере КСО;

–разрабатывать отраслевые повестки КСО и социальных инвестиций с участием предпринимательских, профессиональных и отраслевых ассоциаций для решения специфических проблем устойчивого развития компаний, повышения их производительности, эффективности и конкурентоспособности.

Государство также должно принимать участие в развитии СОИ в России путем совершенствования законодательной базы, усиления борьбы с коррупцией, поддержки распространения информации о «лучших практиках» КСО российского бизнеса, а также внедрения учебных дисциплин и образовательных программ в областях КСО.

Возможна разработка (совместно с профессиональным и предпринимательским сообществами) Национальной концепции устойчивого развития и социальной ответственности, которая будет включать меры по совместному индикативному прогнозированию и государственному стимулированию КСО.

Список литературы:

1. Доклад о социальных инвестициях в России — 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, И. С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. 144 с.

2. Токарева Г. Ф., Шалина О. И. Влияние нестабильной экономической ситуации на социальную ответственность бизнеса. Взаимодействие науки и общества: проблемы и

<http://www.bulletennauki.com>

перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 158-161.

3. Porter M., Kramer M. Creating Shared Value // Harvard Business Review. 2011. January–February. P. 66

References:

1. Report on Social Investments in Russia — 2014: creating value for business and society /Y.Blagov, I.Sobolev (eds). St.Petersburg. ATM Kniga, 2014 (Lead author), 144 p.

2. Tokareva G. F., Shalina O. I. Influence of the unstable economic situation in the social responsibility of business. The interaction of science and society: problems and prospects.// Collection of articles of the International scientific - practical conference - Ufa. Ufa, 2016. P. 158-161.

3. Porter M., Kramer M. Creating Shared Value // Harvard Business Review. 2011. January–February. P. 66.

*Работа поступила в редакцию
19.03.2016 г.*

*Принята к публикации
23.03.2016 г.*