

УДК 330.83

## Социальная роль бизнеса в условиях становления рынка



**Азин И.Н.**

Аспирант кафедры макроэкономики и экономической теории  
Казанского государственного финансово-экономического института

*В статье раскрыто понятие социальной ответственности бизнеса, обозначены особенности участия фирм в решении социальных вопросов за рубежом и в России, проанализированы этапы развития социальной ответственности отечественного бизнеса, а также выявлены проблемы и перспективы участия компаний в развитии социальной сферы общества.*

*Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальная роль, рыночные преобразования, взаимодействие государства и бизнеса.*

В последнее десятилетие тема социальной ответственности бизнеса активно развивается в экономической теории как в России, так и во всем мире. Однако до настоящего времени нет единого подхода к пониманию социальной ответственности корпоративного бизнеса перед обществом.

В развитых странах тема социальной ответственности бизнеса становится результатом обострившихся социальных противоречий, которые в мировой практике связываются с деятельностью транснациональных корпораций. Социальная сфера деятельности бизнеса была призвана сnivelировать возникшие противоречия и тем самым поднять общественный престиж бизнеса [1, р. 74].

Среди причин, побудивших представителей крупного бизнеса обратить внимание на данную проблему, можно выделить также:

- усилившееся давление со стороны государства, которое в экономически развитых странах под давлением общества внедрило жесткие стандарты в сфере трудового права, охраны окружающей среды;
- давление профсоюзов в сфере охраны труда и социальной политики;
- значительно возросшую взаимосвязь между общественным мнением и уровнем продаж.

К началу XXI века большинство ведущих компаний США и Европы сформировали собственную политику корпоративной социальной ответственности (КСО), были созданы объединения, целью которых стало развитие и продвижение концеп-

ции корпоративной социальной ответственности. Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции КСО Business for Social Responsibility (Бизнес за социальную ответственность), определяет корпоративную социальную ответственность как «достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде». По их мнению, самая широкая трактовка КСО включает в это понятие:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- взаимодействие бизнеса с государством в решении социальных вопросов [2, с. 43].

Всемирный бизнес-конгресс по устойчивому развитию в докладе «Making Good Business Sense» дает следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни общества».

«Green paper» Европейского союза определяет корпоративную ответственность как «Концепцию, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую полити-

ку в бизнес-операции» [3, р. 6]. Такой подход принят большинством стран ЕС [4, р. 155].

Таким образом, на сегодняшний день не существует единого определения корпоративной социальной ответственности. Однако все представленные подходы едины в одном: корпоративная социальная ответственность – это ответственность компании перед партнерами по бизнесу, государством, а также перед обществом в целом.

Основной составной частью социальной ответственности компаний является их взаимодействие с обществом в целом. Традиционная практика благотворительности постепенно уходит в прошлое. Ведущие корпорации выходят за рамки «классической» филантропии – денежной или товарной помощи от компании благотворительным, социальным, культурным организациям. Новый подход также включает в себя привлечение административных ресурсов компании и «человеческого капитала», создание специализированных объединений, в том числе с участием государства, в реализации проектов развития социальной инфраструктуры [5, с. 22].

В России обсуждение социальной ответственности бизнеса стало реакцией на особенности перехода от командно-административной к экономике смешанного типа, а затем и к экономике с появлением элементов рыночной формы хозяйствования. С началом рыночных реформ девяностых годов социальная политика предприятий подверглась существенному пересмотру. Целесообразно выделение трех последовательных этапов институциональных преобразований: сокращение социальной инфраструктуры предприятий, ее стабилизация и оптимизация.

На первом этапе (начало – середина 1990-х гг.) в нашей стране наблюдалось значительное сокращение фондов социальной инфраструктуры предприятий. В данный период руководители предприятий всех форм собственности отторгали «социальные активы» с целью избавления от непрофильных для конкретного бизнеса форм деятельности. Компании вынуждены были для своего выживания всемерно сокращать любые виды расходов, не приносящих доходов основному бизнесу в краткосрочной перспективе. В результате две трети социальных объектов были переданы муниципалитетам, причем процесс этот шел стихийно, никем не просчитывался и не контролировался [6, с. 61].

На втором этапе, в период после финансового кризиса 1998 г. и до начала 2000 г., наблюдалась стабилизация количественного и качественного состава социальной инфраструктуры бизнеса. Изменился подход к эксплуатации социальных объектов: во внимание помимо текущих доходов от их использования стали приниматься перспективные выгоды ведения социально ответственного бизнеса с учетом принципов КСО.

С началом экономического подъема (2000–2010 гг.) и переходом предприятий к целенаправленному и проработанному развитию часть организаций начала реструктуризацию социальной инфраструктуры и адаптацию ее непосредственно к профильной деятельности. Данные изменения продолжились и в период глобального финансового кризиса. Использование социальных объектов стало рассматриваться в рамках реализации специально разработанной социальной политики. При этом актуализацию проблем социальной ответственности руководители бизнес-структур объясняют вступлением страны в новый этап общественного развития и фактами «взросления» российского капитализма [7, с. 18].

На современном этапе перехода к рынку российские компании, активно участвующие в решении вопросов социальной сферы общества, а также внедрении принципов КСО, руководствуются следующими мотивами:

1. Развитие собственного персонала позволяет избежать текучести кадров и привлекать лучших специалистов на рынке;
2. Рост производительности труда в компании;
3. Улучшение имиджа компании, рост репутации;
4. Реклама товара или услуги, в т.ч. через каналы СМИ;
5. Устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
6. Привлечения инвестиционного капитала, налоговые льготы;
7. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом.

Одновременно, роль российского бизнеса в развитии социальной инфраструктуры остается неравномерным. Это вызвано, на наш взгляд, рядом обстоятельств. Так, в бизнес-среде отсутствуют единые ориентиры, каждая компания самостоятельно, исходя из собственных целей и индивидуальных особенностей, определяет направления своей социальной деятельности. Также КСО в России на сегодня по своей форме и содержанию во многом зависит от того, кем и как эти требования сформулированы (представителями государственных структур либо общественными организациями), а также территориальными особенностями хозяйствования.

Активно продвигая принятые за рубежом принципы КСО, российская экономика накладывает свои особенности на развитие концепции социальной ответственности ведения бизнеса в России. Эти особенности напрямую влияют и на выработку индивидуальных подходов компаний, и на перспективную разработку единых принципов КСО для всего крупного российского бизнеса. Указанные особенности субъективно можно разделить на особенности, связанные с социальной и политической ситуацией в стране, связанные с историей и географией

России; связанные с менталитетом населения и традициями корпоративного управления [8, с. 64].

Следует отметить, что сегодняшний российский бизнес стремится к выработке как индивидуальных, так и к внедрению общих подходов к социальной ответственности, к использованию международных принципов прозрачности трудовых отношений, экологической безопасности. Существенной проблемой в настоящее время является несовершенство нормативно-правовой базы, регламентирующей социальную деятельность компаний. Отдельным диалогом между организациями и государственными структурами должно стать обсуждение административных гарантий участвующим в развитии социальной сферы компаниям, предоставление им налоговых льгот, административных «лифтов» в решении хозяйственных вопросов, обратная помощь государства персоналу таких компаний в решении капиталоемких социальных вопросов.

В этой ситуации выходом может стать разработка таких подходов к социальной ответственности компаний, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах социальной ответственности, но с другой стороны, предлагали бы формы осуществления политики социальной ответственности с учетом особенностей России [9, с. 3].

Другим перспективным направлением развития участия бизнеса в развитии социальной сферы, на наш взгляд, должно стать эффективно построенное взаимодействие организаций и государства, что позволит добиться взаимовыгодного сотрудничества как для государства, которое сможет снизить нагрузку бюджета и более оперативно решать часть социальных проблем общества (снизятся транзакционные издержки на принятие соответствующих решений), так и для корпоративного бизнеса, стремящегося удовлетворить собственные мотивы.

### Литература:

1. Business and economic development: the impact of corporate responsibility standards / Business for Social Responsibility. – USA, 2006. – 278 p.
2. Griffith J. The acceptable face of capitalism? Corporate involvement in the charitable and voluntary sectors. – М.: CAF, 1995. – 136 p.
3. Commission of the European Communities. Green Paper. Promoting a Framework for Corporate Social Responsibility. Com(2001) 366. – Brussels, 2001. – 32 p.
4. Overview of Business and Community Investment / Business for Social Responsibility. – 2007. – 244 с.
5. Крестникова И., Левшина Е. Корпоративная филантропия: мифы и реальность. – М.: CAF, 2008. – 65 с.
6. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М.И. Либоракиной. – М., 2005. – 74 с.
7. Горшков М.К., Лебедев А. А. Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов). – М.: Институт комплексных социальных исследований, 2005. – 86 с.
8. Костин А.Е. Зеркало для инвестора. Корпоративная социальная ответственность: мировой опыт и концепция для России // Стратегия России. – 2004. – № 3. – С. 63-71.
9. May В. До морали бизнес не дорос // Фома. – 2005. – № 9/32. – С. 3.

## Social Role of Business in the Context of Market Development

*I. Azin*

*The Kazan State Finance and Economics Institute*

*The article defines the notion of social accountability of business, enumerates the specific character of firms' participation in solving of social problems in Russia and abroad, analyzes the stages of development of social accountability of domestic business, and reveals the problems and perspectives of companies' participation in the development of social sphere of society.*

*Key words: accountability of business, social role, market transformations, cooperation of state and business.*