

Власть и КСО бизнеса: постановка проблемы

Жабинская Виктория Васильевна

Студент

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Факультет
социологии и управления, Рязань, Россия*

E-mail: zh_viktoria@mail.ru

Корпоративная социальная ответственность – это в первую очередь предоставление обществу качественных товаров и услуг, выплата налогов, создание рабочих мест и безопасной рабочей среды, здоровье и развитие персонала, экологическая безопасность, содействие развитию общества [4]. Иными словами КСО направлена, как на внутреннюю, так и на внешнюю среду.

На сегодняшний момент, модель внутриорганизационной социальной ответственности разработана и регулируется в России достаточно хорошо. Трудовой кодекс, профсоюзы, трудовые и налоговые инспекции – вот неполный список институтов, регулирующих и защищающих положение персонала организации.

А вот забота об обществе в целом – снижение уровня социальной нестабильности, сокращение социальных рисков, повышение духовного потенциала общества и т.д. – отличается бессистемностью, одноразовыми акциями.

Еще в 2003 г. в докладе "Социальная ответственность бизнеса в современной России" на заседании Правления Торгово-промышленной палаты РФ Е.Примаков заявил, что «жизнь властно требует объединения государственных и предпринимательских действий для решения социальных проблем» [3]. На том же заседании В.Путин выразил надежду, что в перспективе бизнес будет все больше и больше принимать участие и в социальных программах государства в целом [5].

О необходимости повышения уровня социальной ответственности у отечественных предпринимателей неоднократно говорил Д.Медведев, отметив, что крайне важно, чтобы проблемами отрасли (социального обслуживания) и соответственно проблемами пожилых людей занимались не только государственные структуры, но и неправительственные структуры, общественные объединения, деловые круги. Зрелость нашего бизнеса как раз в этом должна и проявляться [6].

Однако современная политика российского государства в отношении развития КСО – неоднозначная. Формально государство – «за», что однозначно утверждено Конституцией РФ, провозгласившей: в Российской Федерации поощряется добровольное социальное страхование, создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительность [1].

Но на практике всё противоречиво. Так, например, в Налоговом кодексе РФ (редакция 2002 г.), отсутствуют льготы по налогу на прибыль – в том числе и льготы по благотворительности.

По мнению Анисиной Е.А и многих других экспертов, «действующая государственная налоговая политика снижает заинтересованность коммерческих структур в развитии социальной ответственности, направленной на внешнюю среду, и в целом оказывает отрицательный эффект» [2, Анисина, с.47]. С этим нельзя не согласиться.

Как показывает опыт развитых стран, КСО играет важную роль и занимает прочное положение в том обществе, где используется простой и эффективный метод стимулирования бизнеса со стороны государства – экономический, одним из инструментов которого является предоставление налоговых льгот.

Кроме того, в развитых странах разработаны и приняты единые стандарты КСО, помогающие систематизировать данный процесс и обеспечить его прозрачность. Из них наиболее популярным признан Global Reporting Initiative (GRI), удобный как для «асосов» социальной ответственности, так и для новичков, так как похож на обычный финансовый отчет.

В 2001г. в Великобритании была опубликована Белая Хартия под названием «Модернизация закона о компаниях», обязывающая все крупные коммерческие организации представлять отчетность о деятельности в области социальной ответственности. Аналогичный закон в 2008 г. был принят в Дании.

Другим возможным способом взаимодействия бизнеса и государства является софинансирование социально значимых проектов и частно-государственное партнерство. Но развитие данного направления осложняется высокой степенью бюрократизации и непрозрачности органов власти. С другой стороны, к коррумпированию государственных органов отчасти привело желание бизнеса лоббировать необходимые им решения. Поэтому необходимо одновременно разрабатывать не только правовую базу для развития социальной ответственности, но также лоббистское и антикоррупционное законодательство.

Кроме того, власть (независимо от уровня) должна принять комплексные меры для мотивации бизнеса стать социально ответственным, используя и неэкономические методы. Такие, как награждение государственными и ведомственными наградами, проведение конкурсов и премий в области социальной ответственности. Успешно развивается данная практика в Санкт-Петербурге, Череповце, где ежегодно проводится общегородской конкурс «Социальная ответственность власти и бизнеса», причем существуют как номинация «Социальная ответственность бизнеса», так и «Социальная ответственность власти».

Следует больше внимания уделять информационной поддержке мероприятий, реализуемых в рамках социальных программ региона и самих компаний, и, за счет этого, пропагандировать социально ответственное поведение.

Социально ответственное поведение – залог репутации и положительный имидж компании. Популяризация идей КСО в СМИ на Западе привела к тому, что при одинаковых характеристиках товара, иногда и в ущерб цене, западный покупатель приобретает продукт компании, про благотворительные акции которой он слышал.

Сегодня пришло осознание необходимости взаимодействия триады «власть-общество-бизнес» и для ее развития необходимо комплексное использование всех инструментов. Нельзя фокусироваться только на экономических стимулах, не уделяя должного внимания уменьшению пробелов в законодательстве. Необходимо учитывать, что изначально понятие социальной ответственности основывается на принципах благотворительности и альтруизма. И, в первую очередь, необходимо, чтобы в России звание «Социально-ответственная компания» – стало одним из самых серьезных и престижных наград, вручаемых правительством.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) // «Российская газета» от 25.12.1993
2. Анисина Е.А. Государственная политика в сфере меценатства: реалии сегодняшнего дня // Обсерватория культуры. - 2009. -2.-С. 46-51.
3. Власть и бизнес: ответственность друг перед другом// "Российская газета Федеральный выпуск 3374 от 26.12.2003
4. Социальный портрет бизнеса. – Альпина Бизнес Букс, 2004
5. Интернет-журнал «Меценат»: http://www.maecenas.ru/doc/2004_3_2.html // Социальная ответственность бизнеса в обмен на государственные гарантии прав собственности?/ Петров В. – 3 – 4, 2004
6. Новостной портал РИА Новости: www.rian.ru/politics/20101014/285545079.html // [Медведев призвал бизнесменов уделять внимание проблемам пожилых людей – от 14.10.2010

Слова благодарности

Спасибо Е.А.Анисиной за вдохновение, поддержку и терпение.