

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В РОССИИ

Корнейчук В.И., канд. физ.-мат. наук, доцент
*Московский университет имени С.Ю. Витте
Москва, Российская Федерация*

Согласно определению Европейской комиссии [1]: «Корпоративная социальная ответственность (далее КСО) - это концепция, которая отражает добровольную волю компании участвовать в развитии общества и защите окружающей среды».

Таким образом, компания берет на себя добровольное обязательство добиваться коммерческого успеха только добросовестными, этическими методами и вкладываясь в развитие общественной среды, в которой она функционирует. Такой подход выгоден как самой компании, так и местному населению, способствует устойчивому развитию, раскрытию региона и минимизации негативного воздействия бизнеса на общество.

В 2011 году Еврокомиссия приняла Стратегию по развитию КСО, базирующуюся на новой Стратегии Европейского Союза «Европа-2020» [1]. Подход, заложенный в Стратегии- 2011, исходил из того, что КСО должна развиваться под руководством самих компаний, государственное вмешательство в этой сфере призвано играть лишь второстепенную роль. По этой причине КСО становится важным фактором для повышения конкурентоспособности бизнеса, поскольку снижает его риски и издержки.

В Российской Федерации КСО является относительно новым понятием. Первые шаги навстречу бизнесу для решения социально значимых проектов были предприняты под влиянием кризиса в 2008-2010 гг. Это был ряд нормативных законодательных актов (Налоговый кодекс РФ), система экономических стимулов и социальных гарантий.

В последние годы интерес к КСО значительно вырос. Ведущие российские компании считают социальные обязательства важнейшим элементом корпоративной стратегии своего развития [2]. В целом, в

России развитие КСО идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока что медленно и фактически касается лишь крупного бизнеса.

Современные исследователи взаимодействия власти и бизнеса признают, что единой модели построения таких взаимоотношений не существует. На сегодняшний день наиболее известными являются модели взаимодействия власти и бизнеса. В основу таких моделей [2] положена система оценки складывающейся ситуации по двум осям координат. Одна ось показывает «субъект инициативы», вторая отражает приверженность участвующих сторон демократическим ценностям. На основании комбинаций крайних точек указанных осей получаются четыре модели взаимодействия власти и бизнеса: модель «добровольно-принудительной благотворительности», модель «торга», модель «город-комбинат» и модель «социального партнерства». Анализ указанных моделей показывает, что они значительно различаются как от региона к региону, так и от города к городу.

Однако, указанных моделей недостаточно для описания многообразия складывающихся ситуаций взаимодействия власти и бизнеса, особенно в региональном масштабе.

Какие перспективы развития КСО характерны для России сегодня?

Российские компании, такие как ОАО «Лукойл», ОАО «Норникель», ОАО «Северсталь» и другие, начали выступать инициаторами партнерского взаимодействия с представителями органов власти и бизнеса [3]. Эта инициатива поддерживается на государственном уровне Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП). РСПП уже заключил ряд соглашений с общественными организациями и органами государственной власти в целях координации действий в области социально-экономического развития.

Крупные корпорации подошли к осознанию необходимости создания конгломератов нескольких корпораций, работающих в одном регионе для разработки совместной стратегии социального развития бизнеса и органов власти с включением туда представителей общественных организаций.

Реализация компаниями процесса диалога и сотрудничества с органами власти, общественными организациями повышает эффективность социальных инвестиций и положительно сказывается на социальном развитии регионов, в котором присутствуют такие конгломераты.

Литература

1. Пономарев, С.В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки / С.В.Пономарев. – Пермь, 2014.
2. Чирикова, А.Е. Социальная политика в современной России: субъекты и региональные практики / А.Е.Чирикова. [Электронный ресурс.] / –Режим доступа: http://www.civisbook.ru/files/File/Chirikova_soc_pol.pdf
3. Ильина, Г.Н. Социальная ответственность российского бизнеса: стратегии и инновации / Г.Н. Ильина // Вестник МГИМО. – №1 (34). – 2014. – С.216-224.