

Понятие социальной ответственности бизнеса в современной России.

Михеев Игорь Валерьевич

студент

Марийский государственный технический университет, Йошкар-Ола, Россия

E-mail: obahemuli@yandex.ru

Проблема становления социальной ответственности бизнеса (далее СОБ) в России является одной из актуальных. Она обусловлена необходимостью применения эффективных инструментов решения сложившихся социальных проблем. На сегодняшний день не разработано структурированного знания о СОБ. Вместе с тем ведется активный поиск инструментов всеми сторонами межсекторного взаимодействия к развитию СОБ. Для построения общего системного знания о СОБ, на наш взгляд, необходимо определить все детали понятийного ряда. Цель данной работы - определить понятие социальной ответственности бизнеса для современной России.

Рассмотрим основные подходы субъектов взаимодействия к понятию СОБ. Согласно результатам исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения («Социальная ответственность бизнеса глазами россиян», июль 2004 г.), СОБ в понятии людей - прежде всего забота о людях, выплата в полном объеме налогов, поддержка государства, честность, добросовестность и соблюдение законов. Поэтому респонденты считают, что бизнес должен принимать участие в создании новых рабочих мест (65%) и предоставлении «социального пакета» (33%). В то же время, результаты исследования, проведенного Фондом "Общественное мнение" («Социальная ответственность бизнеса», апрель 2004 г.), показывают, что бизнес-структуры должны принимать меньшее, чем сейчас участие в осуществлении специальных программ, решении экологических проблем, меценатстве, проведении культурных и спортивных мероприятий.

Несмотря на это, анализ фактической деятельности, которую бизнес-структуры реализуют, называя СОБ, показывает, что компании в большей степени ориентированы на поддержку непрофильных для себя сфер, таких как, например, благотворительная деятельность. Работа именно в данном направлении позволяет привлечь к компании наибольшее внимание и повысить лояльность местного сообщества.

Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод о том, что называемое сегодня в РФ СОБ, по определению, таковым не является. Нередко, например, государственные структуры оказывают прямое давление на бизнес, расположенный в зоне их влияния с целью решения социальных проблем, провоцируя, тем самым, у бизнеса негативное отношение как к социальной сфере, так и к самим государственным структурам. По нашему мнению, СОБ – это прежде всего инициатива самого бизнеса, причем инициатива осознанная. И примеры подобных социально ответственных инициатив в РФ уже существуют, однако они все еще носят единичный и бессистемный характер. СОБ, в нашем понимании, в отличие от благотворительной помощи, характеризуется системностью и целенаправленностью. Единичные факты филантропии или меценатства, направленные на удовлетворение потребностей, скорее, отдельного жертвующего состоятельного человека, нельзя относить (как это зачастую происходит в современной России) к СОБ.

Таким образом, обобщая полученные результаты, можно сделать следующие выводы. В большинстве изученных нами источников ведется поиск одного решающего фактора, препятствующего развитию СОБ (например, налоги или бюрократия). Кроме этого, в оценке возможностей СОБ зачастую происходит противопоставление качественных результатов (снижение социальной напряженности территории) – количественным (объем инвестиций в социальную сферу). На наш взгляд, определение «социальная ответственность бизнеса» можно сформулировать как деятельность бизнес-структур, направленная на решение социальных проблем сообщества за

рамками непосредственных интересов компании, реализуемая с помощью социальных инвестиций и характеризующаяся системностью и целенаправленностью. СОБ - это реализация принципов межсекторного социального партнерства на практике, принципиально новая форма взаимоотношений между государством, бизнесом и местным сообществом, сущность которой заключается в становлении партнерства и сотрудничества в решении социальных проблем.

Литература:

1. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность - новый фактор взаимодействия бизнеса и общества.: Сб .ст. лекций и выступлений /Под общ. ред. Л.Г. Лаптева.- М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004.- 310 с..
2. Якимец В.Н Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т. 18.- М.: КомКнига, 2005.- 184 с.
3. Якимец В.Н. Межсекторное социальное партнерство: основы, теория, принципы, механизмы. М.: УРСС, 2004.- 384 с.
4. <http://wsiom.ru> (Всероссийским центром изучения общественного мнения)
5. <http://fom.ru> (Фонд "Общественное мнение")