

## ЭКОНОМИКА

*Тумилевич Елена Николаевна*

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права»

г. Хабаровск, Хабаровский край

### **ЗНАЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ ДЛЯ ОСНОВНЫХ СУБЪЕКТОВ РЫНКА**

*Аннотация:* в статье представлен анализ и проведена оценка значения корпоративной социальной ответственности для ключевых субъектов рынка, в частности для бизнеса, государства и общества. При этом обозначены негативные и положительные оценки роли КСО для каждого из ключевого субъекта рынка.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, государство, бизнес, общество, эффективность экономической системы, репутация бизнеса, благосостояние общества, устойчивость бизнеса.

Роль функционирующих институтов (государства, предпринимательских структур, норм и правил и т.п.) сводится к достижению целей общества. В качестве приоритетных целей в настоящее время выступают такие, как повышение качества жизни, развитие человеческого капитала, устойчивое развитие социально-экономических систем. Корпоративная социальная ответственность – это деятельность довольно модная в настоящее время, с одной стороны, с другой стороны, она призвана решить представленные задачи на уровне компании и на уровне государственной социально-экономической системы. Целью данной статьи явился синтез различных мнений по поводу роли корпоративной социальной ответственности (КСО) в российских условиях.

Роль КСО невозможно формулировать бессубъектно. Поэтому нами проведено изучение роли КСО для предпринимательских структур, для государства, для домашних хозяйств.

С точки зрения бизнеса, роль КСО для самих предприятий заключается в следующем.

1. Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы. По мнению авторов [1], в долгосрочной перспективе активная социальная позиция способствует усилению конкурентных позиций, устойчивости бизнеса. В социально ориентированном обществе с высоким уровнем качества жизни «уютнее» не только людям, но и бизнес-структурам. Издержки социального характера позволяют мультиплицировать прибыль и завоёвывать устойчивое место в бизнес-среде.

2. Изменение потребностей и ожиданий широкой публики. С 60х годов, с началом социальной активности ожидания общественности относительно бизнес-структур переходят в качественную иную плоскость. От компаний ожидают социальной активности, с одной стороны, с другой стороны, общественность сама готова принимать участие в социальной жизни общества, тем самым, реализуя свои потребности более высокого уровня.

3. КСО способствует повышению репутации фирмы в обществе и её долгосрочному сохранению. Репутация – динамическая характеристика компании, представляет собой объективно сформировавшуюся совокупность мнений о компании представителей заинтересованных сторон, так или иначе связанных с данной компанией (сотрудников, инвесторов, кредиторов, потребителей, представителей власти, аналитиков, СМИ и т.д.). Деловая репутация на практике выглядит как "доброе имя" компании, она формируется под влиянием множества факторов и оценивается по различным параметрам [5].

4. КСО увеличивает продолжительность получения максимального дохода (эффект отсрочки). Клиенты стараются поддерживать долгосрочные отношения с фирмой, реализующей принципы КСО, что позволяет им занимать перспективные рынки.

5. КСО позволяет сократить время фирме, которое требуется для достижения средних показателей (эффект ведущего показателя). Партнеры дают более выгодные условия при поставках материалов, сырья, услуг, работ.

6. Реализация принципов КСО позволяет компаниям привлекать более квалифицированную рабочую силу, что, в свою очередь, повышает как производительность труда, так и его качество.

Минусы в реализации КСО для бизнеса следующие:

1. Отсутствие четко прослеживаемой связи КСО – прибыль как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде.

2. Недоверие российского общества в реализации принципов КСО со стороны компаний. Отрицательные эффекты от «нечестной игры» в российской среде низкие, положительные эффекты их превышают. В Российской бизнес-среде только крупные компании реализуют КСО, т.к. информирование об их деятельности активное, формирует репутацию компании. Малые компании не ощущают выгоды от КСО, напротив, это для них лишние траты. Намного выгоднее нарушать закон, нежели брать на себя дополнительную ответственность. По данным исследований [3], малые компании активнее вовлечены в теневую деятельность, нежели крупные фирмы. Так, теневая активность малых компаний с оборотом до 20 млн. руб. в год, составляла в 2009 году 30–40% от оборота, для крупных компаний доля была ниже и составляла 5–15% от оборота.

3. Работа смежных компаний в теневом секторе «заставляет» бизнес-структуры также работать с неучтенными доходами. Так, по исследованию российских ученых, 69% предприятий готовы перейти на полностью официальные расчеты, если это сделают их партнеры и покупатели [2].

4. Провоцируется неравномерность распределения издержек между фирмами-конкурентами.

5. КСО требует специальных навыков, профессиональных компетенций, на данном этапе развития которые отсутствуют у бизнеса.

6. Социальная отчетность, генерируемая компаниями, противоречит принципам прозрачности и достоверности. Зачастую отсутствует как таковая.

7. КСО перекладывает ответственность с индивидуумов на корпорацию в целом.

Для государства плюсы в реализации КСО следующие.

1. Предпринимательские структуры берут на себя часть социальных функций государства и исполняют их более эффективно.

2. Повышается эффективность исполнения нормативно-правовых актов, что укрепляет позиции государства в обществе.

3. Повышение имиджа российских компаний на международном рынке укрепляет позиции России в мире.

4. Бизнес вовлекается в формирование институциональной среды более высокого порядка, что повышает качество различного рода институтов.

5. Бизнес становится более инвестиционно-привлекательным, что открывает новые горизонты для его развития.

Для современного государства на данном этапе развития российского общества минусы в реализации КСО предприятиями, по нашему мнению, заключается в следующем.

1. Предпринимательские структуры на данном этапе развития российского общества «играют» в социальную ответственность, подрывая существенное значение данной деятельности. Это негативно отражается на предпринимательском климате, на имидже российского государства, на репутации предпринимательства.

2. Слишком высокая степени влияния бизнеса на общество, что подрывает государственность. Это, в свою очередь, влечет к приближению наиболее значимого бизнеса в структурах власти.

Со стороны общества в качестве преимуществ реализации КСО можно назвать следующие:

1. Социальная защищенность, более высокое качество рабочих мест в компаниях.

2. Активизация деятельности общества, трудового коллектива в направлении решения социальных проблем.

С точки зрения негативных последствий реализации КСО для общества можно назвать.

1. Увеличение скрытых издержек общества, перекладываемых на плечи бизнеса.

2. Появление внутренней путаницы и необоснованных социальных ожиданий общества, что ведет, в свою очередь, к конфликтам.

Выше представленные аргументы относительно КСО необходимо учитывать в деятельности как органов власти, так и бизнеса, находя «золотую середину», разумный баланс, учитывая ситуационные факторы, влияющие на функционирование системы.

Российские предпринимательские структуры, хотя и вовлечены в КСО, но до тех пор, пока они находятся на стадии выживания, об эффективной реализации данной деятельности речи идти не может. На современном уровне развития теневой бизнес выгоднее социально ответственного бизнеса, несмотря на все преимущества последнего. Требуется институциональная перестройка, которая позволит повысить качественно деятельность предпринимательских структур и устойчивость их функционирования.

### *Список литературы*

1. Мескон М. Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, – 2000.

2. Шестоперов О.М., Щетинин О.А. Оценка доли теневого оборота в малом предпринимательстве и факторы, на нее влияющие (по результатам опросов субъектов малого предпринимательства).

3. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.vdcr.ru/law/expertise/1927.html> (дата обращения 03.01.2014)

4. Frederick W.C., Davis K., Post J.E., Business and Society (Corporate Strategy, Public Policy, Ethics), Washington, DC: Council on Foundations, Inc. – 1998.

5. Measuring the Value of Corporate Citizenship, Council on Foundations, Inc. Washington, DC, – 1996.