

Лымарь Анна Викторовна
индивидуальный предприниматель
ИП Лымарь Анна Викторовна
с. Черниговка, Приморский край

ХАРАКТЕРИСТИКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Аннотация: в данной статье приводится характеристика корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах. Автор приходит к выводу, что социальная ответственность выступает как относительно самостоятельный вид ответственности, которому присущи специфические черты.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность, зарубежные страны, характеристика социальной ответственности.

Корпоративная социальная ответственность не возникает вдруг, она медленно эволюционировала во времени и стала частью ежедневного словаря только в последнее десятилетие, особенно в Северной Америке и Западной Европе.

Исследователи утверждают, что идея корпоративной социальной ответственности стала популярной в 1950-е годы и с годами распространялась по мере того, как корпорации становились масштабными и мощными.

Становление социальной ответственности бизнеса в США и Западной Европе в XX веке происходило в три этапы.

Ключевым событием, которое способствовало зарождению корпоративной социальной ответственности, стало принятное в 1950-х годах решение Верховного Суда США, который отменил юридические ограничения и неписаные нормы, которые к тому времени ограничивали или хотя сужали рамки корпоративной благотворительности и участие компаний в решении социальных вопросов. Впоследствии, уже в начале 1960-х гг., Большинство американских компаний начали чувствовать давление, побудившим их демонстрировать свою ответственность перед обществом и создавать собственные благотворительные фонды

и воплощать благотворительные программы. Компании начали оказывать денежную или материально-вещественную помощь незащищенным слоям населения, руководствуясь настроениями или симпатиями своего руководства. Деловая и социальная активность в то время были максимально разграниченными [1].

Учитывая исторические, культурные, политические и социальные различия, характерные для развития различных стран, ученые отмечают значительные региональные различия в сферах проявления, объектах и мероприятиях по корпоративной социальной ответственности. Основные разногласия по концепции корпоративной социальной ответственности в США и странах Европы определяются на уровне отношений предприятие – государство. Так, если деятельность американских корпораций в целом определяется его владельцами и руководителями, то европейские компании испытывают значительное влияние со стороны государственных органов власти и профессиональных объединений, которые жестко определяют минимальные требования к их деятельности.

Традиционно в США корпоративная социальная ответственность бизнеса определялась больше из филантропической модели. Компании делают прибыли без помех, за исключением выполнения своего долга по уплате налогов. Затем они жертвуют определенную долю прибыли на благотворительные цели.

Решение различных социальных проблем за счет бизнеса (спонсирование профессионального образования, пенсионных и страховых сфер для персонала) в США происходит через наработанные многочисленные механизмы участия бизнеса в социальной поддержке общества через корпоративные фонды.

Также в США корпоративная социальная ответственность бизнеса очень часто связывается с программами волонтерства работников компаний. Популярны программы, когда работники компаний имеют возможность работать в рабочее время в волонтерских проектах [4].

Ответственное социальная деятельность и благотворительность корпораций стимулируются соответствующими налоговыми льготами, которые установлены на законодательном уровне. Речь о налоговых льготах для компаний, которые нанимают на работу инвалидов, пенсионеров, молодежь, ветеранов.

Благотворительные организации в США также получают налоговые льготы, возможность не платить налоги на недвижимость и налог на продажу.

В Европе сформировался другой подход к корпоративной социальной ответственности. Европейское понимание корпоративной социальной ответственности заключается в ведении бизнеса в социально ответственный способ и происходит это из-за достаточно заметного влияния государства, с которым у него существуют партнерские отношения. Государство нередко обладает значительными пакетами акций, имеет своих представителей в управлении всех крупных фирм. Согласно влияние государства является не опосредованным, как в США, а прямым.

Следует отметить, что в современных европейских странах, учитывая несколько иную систему перераспределения созданных экономикой ценностей и сильнее вмешательство государства, идея корпоративно социальной ответственности до недавнего времени была незначительной и не очень популярной.

Значительным толчком к развитию корпоративной социальной ответственности в Европе стала встреча представителей власти и бизнеса Европейского Союза в Лиссабоне (2000 г.), где темой одной из главных дискуссий стала необходимость повышения конкурентоспособности компаний. Социальная ответственность бизнеса рассматривается в настоящее время как один из механизмов повышения конкурентоспособности и одновременно – как хорошее средство повышения стандартов жизни граждан [5].

Европейская модель корпоративной социальной ответственности принципиально отличается от американской модели.

Европейский бизнес рассматривает государство как институт, приводит к выполнению принятые правила поведения. Тогда как в США такое вмешательство государства трактуется как нарушение свободы бизнеса. Если американская модель целью корпоративной социальной ответственности видит доходность, то европейская относит к ней дополнительные вопросы ответственности перед работниками и местными сообществами.

Европейская модель в большей степени ориентирована на три сферы проявления социальных инициатив: экономику, занятость и охрану окружающей среды.

Согласно корпоративная социальная ответственность бизнеса распространяется на условия труда, заработную плату; выпуск качественной продукции и услуг, охрану окружающей среды, занятость в конкретном регионе, реализацию социальных инициатив населения. Ответственность, связанная с реализацией региональных социальных проблем, осуществляется через конкурсные гранты в сотрудничестве с местным самоуправлением.

Корпоративная социальная ответственность, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами соответствующих стран. Во многих европейских странах законодательно установлено: обязательность медицинского страхования, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий.

Отдельные страны в вопросе законодательного регулирования корпоративной социальной ответственности продвинулись еще дальше, определив обязательными информирования о соблюдении определенных этических стандартов. Так, например, в Бельгии закон о профессиональной пенсии требует от руководителей пенсионных фондов демонстрировать в ежегодных отчетах, насколько они пользуются этическими социальными критериями и / или критериям окружающей среды в собственных инвестиционных оценках. Во Франции закон о публичном пенсионном резервном фонде требует демонстрировать социальные и этические критерии, использованные при инвестициях.

Интересно, что в странах Западной Европы обязательные требования по раскрытию экологической информации или уже введены, или есть в процессе разработки и внедрения.

Кроме прямого законодательного регулирования корпоративной социальной ответственности, в Европе также широко используют системы стимулирования через фискальные и финансовые стимулы.

Так, в большинстве европейских стран, включая Великобританию, Италию и Испанию, введены фискальные и финансовые стимулы для корпоративных благотворителей. Например, закон о фискальное регулирование деятельности неприбыльных организаций и налоговые льготы для благотворителей Испании внедряет налоговые поощрения неприбыльным организациям и частному сектору по вкладам для обеспечения шлей публичного сектора.

Правительство Германии обеспечивает финансовую поддержку малым и средним предприятиям для развития политики, направленной на поддержку окружающей среды (например, консультационные услуги по вопросам сохранения энергии, обучения, ознакомления со схемами управления окружающей средой, инвестирование в восстановительные энергии).

Система налогообложения всех загрязняющих производств введена в таких западноевропейских странах, как Голландия, Франция, Германия и др. Характерным для европейской модели является то, что государство на средства, полученные от уплаты налогов, реализует социальные программы для населения. Что касается европейского бизнеса, то он гораздо больше сосредоточен на ведении основной деятельности социально ответственный способ, дополнен инвестированием в общины из-за серьезных бизнес причин [1].

Следует отметить, что практически все западноевропейские общества имеют развитые системы денежной помощи, однако лишь в немногих странах сформировалась такая система поддержки государством социальных услуг в объеме, который наблюдается в скандинавских странах (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия).

Большинство исследователей соглашаются с тем, что скандинавские модели характеризуются следующими общими целями, как усиление солидарности и равенства. Бизнес должен успешно вести дела и вовремя платить высокие налоги, а государство – эффективно распределять эти налоги, в том числе и на социальные нужды.

Следует отметить, что во многих случаях модели корпоративной социальной ответственности бизнеса меняются вместе с моделями корпоративного управления, с которыми они связаны.

То есть единой универсальной модели корпоративной социальной ответственности не существует. Социальная деятельность предприятия является эффективной, если, во-первых, она соответствует ожиданиям общества, во-вторых, приносит выгоду бизнеса.

Выводы

Социальная ответственность выступает как относительно самостоятельный вид ответственности, которому присущи специфические черты. В широком смысле социальную ответственность понимается как совокупность различных ее видов: экономической, политической, правовой, моральной и тому подобное.

В узком, сугубо социологическом смысле, речь идет о специфических характеристики, отражают степень принятия любым социальным субъектом, группой социально значимых целей общества, готовность к выполнению взаимных прав и обязанностей в процессе совместной деятельности с целью минимизации возможности нанесение ущерба в устойчивом развитии как общества в целом, так и отдельным сообществам, личностям.

Список литературы

1. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Общий и стратегический менеджмент. – 2013. – №2. – С. 3–24.
2. Дементьева А. Корпоративная социальная ответственность / А. Дементьева // Маркетинг. – 2011. – №4. – С. 3–12.
3. Кашин В. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) / В. Кашин, А. Нещадин, Г. Тульчинский // Человек и труд. – 2014. – №5. – С. 20–28.
4. Конарева Л.А. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI веке // США. Канада. Экономика. Политика. Культура. – 2013. – №2. – С. 117–127.

5. Кушпов В. Зарубежный опыт развития социально ответственного бизнеса / В. Кушпов // Государственная служба. – №2 (28). – 2014. – С. 40–43.
6. Муздыбаев К. Психология ответственности / К. Муздыбаев. – М.: Либроком, 2010. – 248 с.
7. Фридман М. Капитализм и свобода / М. Фридман. – М.: Новое издательство, 2010. – С. 157.
8. Хоняев С.Н. Социальное инвестирование в системе социальной ответственности бизнеса / С.Н. Хоняев. – Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2015. – 103 с.