

Миронов Дмитрий Анатольевич

магистрант

ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики»

г. Челябинск, Челябинская область

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

***Аннотация:** в настоящее время уже признан тот факт, что социальная ответственность является основой бизнеса в любом высокоразвитом государстве. Многие российские компании реализуют в своей деятельности концепцию корпоративной социальной ответственности. В статье рассматриваются основные проблемы регулирования социальной ответственности бизнеса.*

***Ключевые слова:** социальная ответственность, государственное регулирование, бизнес, взаимодействие, власть.*

В настоящее время формирование и развитие социальной ответственности бизнеса является актуальным направлением, обусловленное возрастанием роли и значения бизнеса в решении экологических, социально-экономических и других задач в процессе развития не только территории присутствия компании (муниципального образования, региона и т. д.), но и государства в целом [6].

В начале 1950-х годов в мировой управленческой литературе, в большей степени американской, было предложено большое количество концепций, среди которых наибольшую известность получили «социальная ответственность бизнесменов», «корпоративная социальная ответственность», «социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная восприимчивость», «корпоративная социальная добросовестность» [4].

Распространение концепции социальной ответственности в российском бизнесе соответствует мировым тенденциям.

В последнее время значительно возрастает интерес компаний к вопросам реализации концепции социальной ответственности, в связи с тем, что реализации данной концепции положительно влияет на деловую репутацию компании и повышает устойчивость бизнеса.

Социальная ответственность бизнеса подразумевает определенный уровень развития предприятия и добровольный отклик на социальные проблемы общества [7].

Проблемы социальной ответственности в разных ее аспектах уже давно являются предметом исследования российских политологов и экономистов [3].

Многие эксперты выделяют ряд проблем в сфере корпоративной социальной ответственности, среди которых следующие:

1. Одним из факторов успешного развития экономики является степень доверия бизнесу со стороны потребителей и населения, что стимулирует компании на реальную социальную активность, формирование имиджа социально-ответственной организации.

2. В настоящее время органы власти и российский бизнес недооценивают роль корпоративной социальной ответственности и не учитывают данное обстоятельство в стратегиях развития, что влечет за собой некоторые отрицательные последствия, такие как: недостаточное продвижение российского бизнеса и российских товаров на зарубежные рынки, где внедрении концепции социальной ответственности является повсеместным; возможное снижение репутационного рейтинга российских компаний, не реализующих данную концепцию, и другие.

3. Отсутствие единого подхода в понимании социальной ответственности как со стороны бизнеса, так и со стороны власти, что приводит к возможным противоречиям во взаимодействии данных сторон.

Отсутствие законодательства по корпоративной социальной ответственности и неопределенность государственной политики в данной области являются одними из барьеров для распространения практики социальной ответственности.

В основном законодательному регулированию подлежат вопросы правового положения предприятий в сфере социально-трудовых отношений, защиты прав потребителей и экологии [5].

Также различными негосударственными организациями и объединениями (Российский союз промышленников и предпринимателей, Ассоциация менеджеров России, Торгово-промышленная палата РФ и другие) разработаны документы добровольного регулирования социальной ответственности.

Так, например, Социальная хартия российского бизнеса, принятая в 2004 году Российским союзом промышленников и предпринимателей, раскрывает социальную ответственность компаний по следующим направлениям [8]:

- эффективное ведение бизнеса в интересах акционеров, собственников, инвесторов;
- построение взаимоотношений с работниками на основе социального партнерства, развитие человеческого капитала;
- предоставление качественных товаров и услуг, обеспечение высокого уровня обслуживания потребителей;
- соблюдение законодательно установленных трудовых, налоговых, экологических норм и правил;
- поддержка инициатив в области экономического, социального и культурного развития территории присутствия компании, партнерские отношения с региональными и местными властями.

В основном, все положения данного документа ориентированы на совершенствование внутренних процессов компании, и только последний пункт предполагает участие бизнеса вне компании.

По мнению многих российских чиновников, задача социальной ответственности заключается в решении проблем, связанных со стремительным ростом бедности населения, поэтому существует необходимость законодательно принуждать бизнес к социальной ответственности [1].

Среди проблем, влияющих на развитие социальной ответственности в нашей стране, следует выделить две группы:

1. Проблемы, связанные с недостаточно активным участием государства. В частности, отсутствие четкой стратегии государства в вопросе развития корпоративной социальной ответственности; такие понятия как «социальные инвестиции», «корпоративная социальная ответственность» не закреплены на федеральном уровне; нормативно-законодательная база, регулирующая данный вопрос, не проработана; отсутствие законодательно закрепленной обязанности опубликования компаниями нефинансовых отчетов одновременно с финансовыми; недостаточное стимулирование развития социальной ответственности; наличии противоречивого законодательства и несогласованности законодательства по социальной ответственности с налоговым законодательством.

2. Проблемы, связанные с низкой степенью развития отечественных общественных институтов. Среди данных проблем следующие: незначительная роль и влияние некоммерческих организаций на процесс формирования социальной ответственности бизнеса; недостаточное количество специалистов, обладающих необходимым опытом и знаниями для управления социальными программами компаний; достаточно короткая история развития фондового рынка, в результате которой социальная деятельность многих компаний не оказывает значительного влияния на рыночную стоимость их акций, в отличие от зарубежного опыта в данной сфере; недостаточно активная позиция средств массовой информации в формировании общественного мнения в вопросах социальной ответственности бизнеса.

Отсутствие научно обоснованной единой концепции социальной ответственности бизнеса оказывает негативное воздействие и, в большей степени, тормозит развитие корпоративной социальной ответственности в нашей стране.

Основной проблемой взаимодействия власти и бизнеса выступает сложность в налаживании долгосрочного выгодного для общества сотрудничества. Прежде всего, это проявляется в невозможности долгосрочного планирования. Как это ни странно, но государственные институты в подавляющем числе случаев оказываются не в состоянии поддерживать длительные во времени, нацеленные на долгосрочную перспективу стратегические программы [2].

Для эффективного осуществления своих регулирующих функций государство располагает такими мощными рычагами воздействия, как законодательство, национальный бюджет, налоговая система. Помимо этого, государство может использовать ресурсы и потенциал бизнеса для реализации задач социальной политики [4].

Также существует необходимость в разделении сфер полномочий бизнеса и власти в решении социально-экономических проблем. Бизнес ограничен в ресурсах по сравнению с государством и может выступать помощником и партнером в устранении последствий этих проблем, однако государство должно использовать собственные ресурсы для преодоления причин возникающих проблем [3].

Однако, несмотря на имеющиеся проблемы в данной сфере, многие российские компании реализуют социально ответственное поведение в своей деятельности. Значительная часть российских предпринимателей принимают этику социальной ответственности бизнеса и государственно-частного партнерства как аксиому [7].

Список литературы

1. Аникина И.Д. Проблемы и перспективы развития российской модели корпоративной социальной ответственности [Текст] / И.Д. Аникина // ТДР. – 2012. – №5. – С. 96–98.
2. Богдан Н.Н. Социальная политика и социальная ответственность организаций: Учеб. пособие / Н.Н. Богдан, Т.В. Климова; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2014. – 216 с.
3. Капкина А.В. Проблемы социальной ответственности бизнеса в современной России [Текст] / А.В. Капкина // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2012. – №4 (24). – С. 109–117.
4. Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность / М.В. Киварина // Экономический журнал. – 2014. – №4 (36).
5. Коротун А.В. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности: история, тенденции развития / А.В. Коротун // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2015. – №1. – С. 19–23.

6. Корякина Е.А. Влияние социальной ответственности бизнеса на развитие региона присутствия организации / Е.А. Корякина // Теория и практика общественного развития. – 2015. – №8. – С. 15–17.

7. Крамарова Е.Н. Корпоративная социальная ответственность: проблема взаимодействия бизнеса и государства / Е.Н. Крамарова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2012. – №1. – С. 189–195.

8. Социальная хартия российского бизнеса // Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>