ЭКОНОМИКА

Тараненко Ирина Геннадьевна
старший преподаватель
ФГОБУ ВПО «Финансовый Университет при Правительстве РФ»
г. Москва

ОБЩЕСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ФОРМА КОНТРОЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

***Аннотация**: автор исследует генезис современного понимания ответственности бизнеса перед обществом, проводит сравнение направлений различных научных школ при определении сущности категории «социальная ответственность бизнеса». В статье рассмотрены положения международных стандартов, определяющих современное понятие социальной ответственности бизнеса и обязанности субъектов по обеспечению контроля социальной ответственности как внутри, так и за пределами корпораций. Решение проблем контроля социальной ответственности бизнеса автор видит в более широком распространении форм общественного контроля за деятельностью публичных и общественно значимых компаний.*

***Ключевые слова**: общественные интересы, социальная ответственность бизнеса, международные стандарты, корпоративная этика, общественный контроль.*

Социальная ответственность бизнеса понятие для Российской экономики относительно новое. Экономическая ответственность бизнеса предполагает заинтересованность бизнеса в эффективном ведении дел в интересах цивилизованного развития всего общества. Социальная ответственность бизнеса базируется на двух принципах – на принципе благотворительности и принципе служения. Впервые политика социальной направленности бизнеса стала формироваться в экономически высокоразвитых государствах: Великобритании, США, Германии и Японии.

Экономическая теория рассматривает два направления влияния социальной ответственности бизнеса на развитие общественных отношений. Первое направление рассматривает социальную ответственность бизнеса как «теорию корпоративного альтруизма». Ключевым подходом в данной теории является рассмотрение понимания социальной ответственности бизнеса через категорию корпоративной социальной ответственности. Соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности приводит к значительному увеличению объема продаж при снижении текучести кадров в организации, росте производительности труда, повышении имиджа организации, и как следствие, увеличивается доверие к организации со стороны потребителей, что в конечном итоге и приводит к существенному росту продаж и максимальному увеличению прибыли.

Второе направление придерживается «теории корпоративного эгоизма». Сторонники данной идеи утверждают, что следование принципам корпоративной социальной ответственности значительно увеличивают затраты организации на социальные расходы, которые финансируются исключительно из прибыли организации и ухудшают финансово-платежное состояние фирмы, что снижает деловую репутацию и ухудшает имидж организации.

Обе эти точки зрения являются крайними, между представителями этих взглядов ведется постоянная дискуссия о влиянии теории социальной ответственности бизнеса на формирование системы общественных интересов. В результате, в настоящее время сформировалось новое течение при определении роли бизнеса в целях обеспечения социальных гарантий обществу. Данная теория получила название «теории просвещенного эгоизма». «Теория просвещенного эгоизма» нашла свое практическое воплощение через применение системы показателей, отражающих деятельность организации, направленной на обеспечение социальных гарантий не только сотрудникам фирмы, но и населению, на территории которого действует экономический субъект; показателей, свидетельствующих о проведении мероприятий, направленных на поддержание экологии и чистоты окружающей среды. Такое явление получило название «корпоративная социальная ответственность».

«Согласно классическому определению Еврокомиссии, корпоративная социальная ответственность (КСО, Corporate Social Responsibility, CSR) – концепция, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и в защите окружающей среды» [1]. Еврокомиссия подтверждает добровольное решение бизнеса о соблюдении норм социальной ответственности бизнеса, что ущемляет права заинтересованных лиц, жизнедеятельность которых во многом зависит от соблюдения бизнесом установленных норм и правил.

Можно утверждать, что категория корпоративной социальной ответственности является лишь частью экономической категории социальной ответственности бизнеса. Начиная с 2001 года, Международный совет по разработке международных стандартов начинает работу по обобщению информации о влиянии социальной направленности бизнеса на формирование общественных интересов. В 2010 году разработан и опубликован первый международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности», в котором закреплено понятие социальной ответственности бизнеса, определены принципы и проблемы, возникающие в процессе взаимодействия между представителями бизнеса и заинтересованными сторонами.

«Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое:

– содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;

– учитывает ожидания заинтересованных сторон;

– соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;

– интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях» [2].

Новое понимание социальной ответственности бизнеса свидетельствует о признании обществом и представителями бизнеса ответственности бизнеса перед обществом, при этом добровольный характер признания в новом определении отсутствует. Однако область применения ISO 26000 предполагает добровольность применения положений данного стандарта представителями бизнеса. В обществе растет необходимость социального взаимодействия между различными заинтересованными сторонами: представителями бизнеса, государством и потребителями, исходя из чего, можно предположить, что в недалеком будущем добровольный характер признания бизнесом социальной ответственности перед обществом возможно будет исключен. Уже сегодня делаются попытки правового признания социальной ответственности бизнеса перед обществом. Стандарт IC CSR-08260008000 [2], принятый в 2011 г. имеет ряд дополнений к стандарту ISO 26000, «организация должна разработать и реализовывать политику в области социальной ответственности...», «Организация должна производить самооценку своей деятельности в области социальной ответственности в целях систематического анализа этой деятельности и ее результатов для определения областей, требующих улучшения. Самооценка должна завершаться запланированными мероприятиями, которые затем будут контролироваться» [2].

Как видим, в Стандартах ISO 26000, IC CSR-08260008000 определено не только понятие «социальной ответственности бизнеса», но и идентифицируются обязанности руководства корпоративных структур в решении проблем, связанных осуществлением контроля социальной ответственности бизнеса, и что самое главное, оговаривается ответственность собственников за ведение бизнеса.

Таким образом, стандарты предполагают внедрение контроля социальной ответственности бизнеса. При недостаточной развитости корпоративной этики трудно предположить, что обозначенные в стандартах положения будут соблюдены, а собственники и руководство корпораций окажутся заинтересованными в их исполнении. В этой связи наиболее эффективной в практическом исполнении формой обеспечения контроля социальной ответственности бизнеса выступает

общественный контроль, нормативно-законодательная база которого, уже начинает формироваться в Российской Федерации. Федеральный закон от 21.07.2014 N212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» является первой ласточкой и призван выработать формы общественного контроля пока еще в отношении деятельности органов государственной власти, корпораций с долей государственного участия, иных публичных компаний с целью предупреждения социальных конфликтов. Можно утверждать, что в России формируется новая форма контроля социальной ответственности бизнеса.

Список литературы

1. Международный стандарт ISO 26000.2010 «Guidance on social responsibility» «Руководство по социальной ответственности» [электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.ksovok.com/standarts.php

2. Международный Стандарт IC CSR-08260008000 «Social responsibility. Requirement» «Социальная ответственность. Требования» [электронный ресурс] / Режим доступа: http://ksovok.com/standarts.php

3. Федеральный закон от 21.07.2014 N 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» [электронный ресурс], СПС «Консультант+».