

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ГОСУДАРСТВА, БИЗНЕСА И ОБЩЕСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Калмыкова И.Ю.,

к.э.н., доцент

Владимирского филиала РАНХиГС,

директор ВРОО «Ассоциация выпускников

Владимирского филиала Академии государственной службы»

В последнее время в теоретических дискуссиях российских ученых усилилось внимание к изучению сущности понятия «социальная ответственность». Широко обсуждаются проблемы социально ответственного поведения бизнеса, государства и граждан и в российской деловой практике.

Рассматривая вопросы взаимодействия социальных институтов в развитии социально- трудовых отношений, особо необходимо остановиться на проблеме формирования корпоративной социальной ответственности. Необходимо отметить, что данная проблема в настоящее время является актуальной и практически не изученной. Мало научных исследований сущности категории «корпоративная социальная ответственность», да и практическая деятельность большинства предприятий и организаций не является социально ответственной. К сожалению, большинство работодателей и наемных рабочих не понимают сущности института социальной ответственности.

Многие компании в настоящее время занимаются благотворительностью, участвуют в спонсировании победителей конкурсов и ярмарок социально-значимых проектов. Но только единицы занимаются социальным инвестированием в развитие коллектива, в каждого работника, создавая условия для достойного труда и жизни.

В последние годы наметился позитивный тренд в решении вопросов социального развития организаций и предприятий. Членами Ассоциации менеджеров России принят Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, II Всероссийский конгресс промышленников и предпринимателей принял Хартию бизнеса России, объединив компании, разрабатывающие свои Кодексы этики и включающие стратегию КСО в общие стратегии компании.

Но в России, в том числе и во Владимирской области, это только единичные случаи. Поведение российского бизнеса в настоящее время невозможно определить как социально-ответственное.

Почему в условиях социально-экономического

кризиса вопросы о корпоративной социальной ответственности становятся актуальными? Это объясняется многими факторами:

- недостаточностью у государства собственных ресурсов для проведения полноценной социальной политики и необходимостью реформы социально-трудовой сферы;

- необходимостью решения стратегического вопроса: снижения уровня социального расслоения, минимизации социальных рисков и повышения качества жизни населения;

- необходимостью изменения отношений государства, гражданского общества и бизнеса, вступлением их в новую фазу развития – партнерства и сотрудничества;

- необходимостью соблюдения международных стандартов корпоративного поведения и этических норм современного бизнеса, что является важнейшим фактором конкурентоспособности;

- необходимостью изменения негативного отношения общества, инвесторов, потребителей к предпринимательству.

В современной науке и деловой практике под корпоративной социальной ответственностью понимают философию или образ отношений между большими социальными группами, представляющими капитал и труд, между предпринимательскими кругами и обществом, причем для их реализации и устойчивости в течение длительного периода времени эти отношения требуют регулирования со стороны государства.

Корпоративная социальная ответственность - добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью

компании и выходящего за рамки определенного законом минимума. Это обязательство бизнеса, взятое на себя самостоятельно, поддерживать устойчивое экономическое развитие через работу с работниками, их семьями, местными сообществами и обществом в целом с целью улучшения качества жизни путем действий, полезных как для бизнеса, так и для развития общества в целом и т.д.

Социальная ответственность – это не только юридически закрепленное обязательство, это понятие характеризуется морально-этическими акцентами, общепринятыми нормами морали. Компания должна делать то, что направлено на совершенствование общества, и не делать того, что способно привести к его ухудшению.

Основными структурными компонентами КСО выступают: социальное обязательство (достижение социальных целей в соответствии с экономическими целями), социальная ответственность и социальное реагирование (способность адаптироваться к изменяющимся общественным условиям)

В России в настоящее время подавляющее большинство компаний следует отнести к категории социально реагирующих, следовательно, речь идет не о глубокой стратегии социального инвестирования, а о маркетинговых технологиях, PR.

Для работников западных компаний важно знать, что их компания социально ответственна перед обществом и окружающей средой. (По данным европейской исследовательской компании Ipsos MORI среди британцев таких работников - 86 %). По данным ВЦИОМ – в России только 12% трудоспособного населения считают, что компания должна нести социальную ответственность перед коллективом, обществом и окружающей средой.

Можно сделать вывод, что в России не развита культура социальной ответственности бизнеса как дополнительного вклада в развитие общества. Традиционно считается, что этим должно заниматься государство.

Но в современных социально-экономических условиях без постоянного инвестирования капитала в воспроизводство наемного работника невозможно формировать инновационную экономику.

Социальные инвестиции это средства компании, направленные, по решению руководства, собственников, на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон с целью достижения определенного социального и экономического эффектов. Но это не социальный пакет.

Внутренние социальные инвестиции это затраты

на развитие персонала, охрану здоровья и труда.

Внешние социальные инвестиции – природоохранный деятельность, добросовестная деловая практика, инвестиции в развитие местного сообщества. В России наблюдается преобладание внутренних инвестиций над внешними инвестициями. Но и внутренние инвестиции в настоящее время неэффективны и не достаточны.

Что необходимо сделать для эффективной реализации принципов КСО в России?

Совершенствовать законодательную базу в сфере социально-трудовых отношений;

- создавать систему благоприятного налогового режима для компаний, осуществляющих социальное инвестирование;

- добиваться роста прозрачности и информационной открытости компаний;

- поддерживать культуру благотворительности со стороны СМИ;

- формировать систему мотивация политики социального инвестирования и благотворительной деятельности;

- формировать оценку компаний по их социальной активности и благотворительной деятельности (рейтинговые оценки);

- составление социальной отчетности должно стать обязательным требованием;

- повышать уровень деловой культуры, ввести показатели оценки действия компаний с точки зрения соблюдения этических норм;

- разработать механизмы реализации государственной политики в сфере корпоративной социальной ответственности, поддержки компаний, строящих свою деятельность на принципах КСО;

- формировать потребность добровольного, а не обязательного, участия компаний в социальном инвестированию.

Основной тенденцией современности является повышение влияния бизнеса на все стороны жизни общества, что обуславливает необходимость усиления социальной ответственности бизнеса. Бизнес имеет непосредственное отношение к благосостоянию людей, к удовлетворению их материальных, социальных и интеллектуальных потребностей, к сокращению неравенства и искоренению безработицы. Социальная ответственность бизнеса – это эффективный этап в поступательном развитии экономики, ответ на вызовы глобальной экономики, динамично изменяющейся внешней среды.