

# ТЕОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ

## Томаева З.Г.

*Томаева Зарина Геннадьевна – магистрант,  
Высшая школа государственного аудита,  
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

**Аннотация:** тема социальной роли бизнеса широко обсуждается в наше время. Кратко разберем социальную функцию бизнеса. Выгодно или невыгодно бизнесу быть социально ответственным и чем подкреплена данная ответственность в законодательстве.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, социальная ответственность бизнеса, социальная роль, корпоративная ответственность.

Понятия «устойчивое развитие» и «социальная ответственность» близкие друг к другу, но не являются взаимозаменяемыми. Они скорее дополняют друг друга. Для того чтобы определить, как взаимосвязаны понятия «устойчивое развитие» и «социальная ответственность» обратимся к понятию «устойчивое развитие». Устойчивое развитие, в широком смысле, и устойчивое развитие организации – это разные вещи с точки зрения заинтересованных лиц и их интересов. Устойчивое развитие не связано напрямую с устойчивой деятельностью каждой отдельной компании. Устойчивое развитие определено как «развитие, при котором нынешние поколения удовлетворяют свои потребности, не лишая будущие поколения возможности удовлетворять собственные нужды, собственные потребности» [6]. Концепция устойчивого развития, в широком смысле, представляется набором идей, принципов, правил, которыми должны руководствоваться субъекты в своей деятельности. Что касается организации, то она тоже заинтересована в устойчивом развитии, но своей деятельности. Цели и методы двух концепций могут не совпадать, и в чем-то противоречить, в силу того, что концепция, в широком смысле, охватывает интересы многих субъектов, которые могут не совпадать или мешать частично или полностью интересам отдельного субъекта. Здесь следует помнить, что основной целью коммерческой организации остается прибыль и ее увеличение. В основном устойчивость развития организации оценивается именно финансовыми показателями.

Возвращаясь к вопросу о взаимоотношении понятий «устойчивое развитие» и «социальная ответственность», можно сказать, что социальная ответственность является тем самым связующим звеном между устойчивым развитием в широком смысле и устойчивым развитием организации.

Для того чтобы пояснить данную точку зрения, обратимся подробнее к понятию «социальная ответственность бизнеса», а также к истории возникновения концепции социальной ответственности.

Одним из направлений правового регулирования корпоративной социальной ответственности со стороны государства РФ является нормативное закрепление в региональных законах, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства. В них рассматривается механизм социального партнерства в регионе, а также благотворительная политика.

Под социальной ответственностью понимается ответственность организации за воздействия и последствия воздействий ее решений, а также деятельности на окружающую среду, благосостояние и развитие общества. Помимо ответственности перед прямыми заинтересованными лицами (такими как владельцы компании, директора), которая включает в себя рациональное эффективное управление ресурсами компании, целью которого является прибыль и развитие организации, бизнесу определяют его ответственность перед обществом. Ответственность перед обществом включает в себя содействие устойчивому развитию и оздоровлению и благосостоянию общества [5]. Первым проявлением социальной ответственности предприятий можно назвать благотворительность. С развитием промышленности и резким индустриальным скачком в 19 веке сфера социальной ответственности расширяется. Как ответ на возросшую активную деятельность профсоюзов формируется западный подход к социальной ответственности бизнеса [3].

Уже в 30-х годах 20 века во времена Великой депрессии в США был принят ряд правительственных мер, направленных на защиту общественных интересов. В середине и второй половине 20 века многочисленные забастовки и деятельность профсоюзов подтолкнули правительства стран западного мира к созданию законных инструментов для отстаивания прав работников. Это привело к созданию компаниями вынужденной социальной политики в отношении своих работников, а также общественных объединений. Можно сказать, что важнейшим толчком к созданию концепции социальной ответственности на западе стало давление общества.

Еще одним важным фактором, направляющим компании в сторону социальной ответственности, стало доминирование идеи «компенсации». Суть идеи в предположении, что любой ущерб, материальный и нематериальный, легко монетизируется. За любые действия компании, приносящие вред обществу, людям, экологии, компании должны платить [7].

Помимо внешних факторов, повлиявших на формирование философии социальной ответственности бизнеса, существуют и внутренние причины, которые основываются не на принудительной силе государства и общества, а на внутренних побуждениях, политических и экономических целях компании. В эпоху развития конкуренции на рынке товаров, а также на рынке квалифицированного и неквалифицированного труда деятельность в рамках социальной ответственности становится для компаний конкурентным преимуществом. Это проявляется в следующем:

⇒ осознание компаниями взаимосвязи роста потребления продукции с имиджем компании и доверием потребителей. Рост роли нематериальных активов, таких как деловая репутация;

⇒ осознанием значимости человеческого капитала, который также является ограниченным ресурсом. Социальные гарантии и поддержка со стороны предприятия наряду с материальным поощрением привлекает ценных работников.

⇒ осознание возможности компании активно участвовать в построении стабильной, развивающейся, предсказуемой благоприятной среды для бизнеса [4].

Помимо бремени со стороны государства, многие компании могут увидеть в концепции социальной ответственности еще одну возможность для обеспечения устойчивого развития компании. Несмотря на преимущества, которые может дать компании политика, построенная на социальной ответственности, не все фирмы положительно относятся к возложенной на них социальной роли.

Большинство определений корпоративной социальной ответственности описывают ее как концепцию, согласно которой компании включают в свои бизнес операции социальные и экологические проблемы частично на добровольной основе, частично по принуждению государства. Быть социально ответственным значит выполнять не только обязательные правовые требования и ожидания, но и идти дальше, а именно инвестировать больше в человеческий капитал и развитие общества добровольно, сверх установленных правовых норм. Именно такую концепцию предлагает Green Paper Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, представленная Европейским союзом в 2001 году [1, 2].

Существует ряд проблем, с которыми сталкиваются компании на пути к социально ответственному бизнесу. Во-первых, очень часто со стороны государства бизнес рассматривается не как активный участник социальной политики, а как источник материальных средств.

Во-вторых, социальная деятельность требует определенных финансовых затрат. Не все компании могут позволить себе осуществлять социальную политику.

В-третьих, концепция социальной ответственности - это не только желание или обязательство помочь обществу. Осуществление социальной политики включает в себя четко поставленные цели, определенные показатели, систему учета и мониторинга, аудит, корректировки и улучшение [4].

Подытожив, следует сказать, что концепция социальной ответственности связывает деятельность компании с устойчивым развитием общества. Через осуществление социальной роли фирмы вносят свой вклад в защиту окружающей среды, улучшение жизни окружающих людей, развитию науки. При этом социальная деятельность положительно отражается и на деятельности компании, повышая доверие общества к фирме.

#### *Список литературы*

1. *Василенко Е.* Социальная ответственность бизнеса: мировой опыт и российские реалии // *Власть.* № 1, 2006.
2. *Воеводкин Н.Ю.* Социальная ответственность в системе корпоративного управления // *Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»),* 2011.
3. *Глебова И.С.* Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008.
4. Концепция социальной ответственности бизнеса в деятельности компании “Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия”. Проект Инициатива за социальную ответственность бизнеса.
5. *Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие.* Внешэкономбанк, Москва, 2011.
6. *Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР).* М., 1989.
7. *Николаев Н.* Проблемы и пути развития корпоративной социальной ответственности в России // *Экономические стратегии.* № 6–7/2012, Москва, 2012.