В концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ придается значение в ослаблении бедности населения такой социально-экономической практики как благотворительная деятельность, которая по своим формам динамично развивается в Ростовской области.

Однако, не все регионы способны учитывать и использовать данный инструмент борьбы с бедностью. Между тем, благотворительность как одну из мер в системной поддержке граждан следует рассматривать не только на микроуровне, но и на макроуровне.

Любые экономические изменения и нововведения должны отвечать запросам современной российской действительности. В противном случае, как показывает практика, поведение экономических субъектов рыночных отношений не всегда рационально, а зачастую может быть девиантно. Из этого следует, что благотворительность и ее формы должны иметь эффективную институциональную организацию. Это позволит развивать благотворительную деятельность так, чтобы можно было получать реальный положительный синергетический эффект в поддержке недостаточно защищенных слоев населения.

Литература

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года // Справочно правовая система Консультант-Плюс.

2. *Моисеев В.В.* Борьба с бедностью в современной России // Социология власти. 2011. № 3. С. 35-36.

3. Адам Смит // http://ru.wikipedia.org/wiki.

4. Бедность // http://ru.wikipedia.org/wiki.

5. О явлении бедности и о научном рассмотрении этого явлении // http://ru.wikipedia.org/wiki/Бедность.

6. Почему в богатой России народ живёт в нищете? // http://army-news.ru/2011/03/narod-v-nishhete.

7. Прожиточный минимум вырос на 0,5 % // http://102banka.ru/newsline/435792.html.

8. *Кашин В.И.* 80 % населения России живет за чертой бедности // http://kprf.ru/dep/91680.html

9. Полезная газета. 2011. 28 октября.

УДК 316.3

Крамарова Е. Н., м.н.с. ЮНЦ РАН

Корпоративная социальная ответственность: проблема взаимодействия бизнеса и государства

Рассмотрены существующие подходы к определению корпоративной социальной ответственности. Определены формы взаимодействия бизнеса и государства в социальной сфере, показаны типичные формы проявления социальной ответственности в России.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, государство, глобальная инициатива по отчетности, глобальный договор ООН.

В настоящее время уже никто не пытается оспаривать тот факт, что социальная ответственность и социальное партнерство – это основа бизнеса в каждой высокоразвитой стране. Часть российских предпринимателей принимает этику социаль-

ной ответственности бизнеса и частно-государственного партнерства как аксиому. Однако необходимо отметить, что до недавнего времени в нашей стране традиции такой этики отсутствовали. Одновременно власть порой требует от бизнеса больше, чем он готов дать, что превращает социальную политику предпринимателей в добровольно-принудительную. Мы наблюдаем ситуацию, когда зачастую предприниматели и власть вкладывают в понятие «социальная ответственность» разный смысл.

Термин «ответственность» начинает все чаще появляться в религиозно-практических дискуссиях с середины XIX в., где затрагиваются темы «христианской ответственности» бизнесменов. К настоящему времени сложилось представление о социальной ответственности как о контракте между бизнесменом и обществом, в котором он функционирует.

Прежде чем говорить о социальной ответственности бизнеса, заметим, что с общефилософской точки зрения ответственность – это отношение зависимости человека от чего-то, воспринимаемого им в качестве определяющего основания для принятия решений и совершения действий. Объектом ответственности могут быть другие люди, в том числе будущие поколения, общности, а также животные, окружающая среда, материальные, социальные и духовные ценности [1].

Ответственность является так же категорией этики и права, отражающей особое социальное и морально-правовое отношение личности к людям, к обществу (человечеству в целом), которое характеризуется выполнением своего нравственного долга и правовых норм [2].

Еще Аристотель указывал, что ответственность – одно из проявлений свободы, а свобода – одно из условий ответственности: человек вправе принимать решения и совершать действия согласно своим мнениям и предпочтениями, но он должен отвечать за их последствия и не может перекладывать вину за негативные результаты своих решений и действий на других [1, с.173].

В свое время возникновение и развитие института предпринимательства на Западе оказало революционное воздействие на общество и человека. Феномен предпринимательства распространил свое влияние не только на экономическую, но и на социальную, нравственную, политическую, культурную и другие сферы жизнедеятельности людей.

На ранней стадии свободного предпринимательства капитализм требует от людей проявления ряда положительных качеств – инициативы, готовности идти на риск. Все это сопряжено с глубинными изменениями сознания, морали, образованием нового типа личности. Капитализм делает целью производства получение прибыли и ее максимальное увеличение. Неизбежно возникает вопрос о «цене» достижения цели. Противники промышленного развития указывали на негативное влияние фабричного производства на здоровье и «физические качества» рабочих, сравнивая условия труда в заводских цехах с тюрьмой. «Все бесчисленные примеры повышенной заболеваемости и смертности в тесных казармах и тюрьмах – разве все это не то же, что на наших фабриках?» - писал Е.М. Дементьев, по мнению которого рабочий, променяв свою избенку на монументальную фабрику, получил лишь «физическую и нравственную гибель» [3].

С середины XIX в. термин «ответственность» начинает все чаще появляться в религиозно-практических дискуссиях, где затрагиваются темы «христианской ответственности» бизнесменов. К настоящему времени сложилось представление о социальной ответственности как о контракте между бизнесменом и обществом, в котором он функционирует.

В современной литературе выделяется четыре основных подхода к опреде-

лению ответственности бизнеса:

1. Любые действия в рамках юридической законности считаются социально ответственными, что нашло отражение в формуле «В бизнесе нет места этике» [4]. Сторонники этой позиции убеждены, что бизнес играет в обществе исключительно экономическую роль, и долг менеджера – с помощью производства конкурентоспособных товаров и услуг обеспечить акционеров наиболее высокими прибылями от их инвестиций.

2. Другую позицию можно охарактеризовать девизом «Максимальная прибыль – единственная обязанность бизнеса» [5]. Сторонники данного подхода сводят социальную ответственность к профессиональной ответственности, которая диктуется нормами взаимодействия профессионала и нанимателя.

3. Сторонники третьего подхода допускают, что в бизнесе есть место социальной ответственности, но понимают ее как инструмент или условие, которое менеджеры используют для достижения целей корпорации в экономике.

4. Представители четвертого подхода относят к социально ответственной ту организацию, которая считает себя морально ответственной как перед людьми, которые в ней работают, так и перед всеми, кто оказывается под воздействием ее деятельности.

Сопоставляя различные концептуальные позиции, можно сделать вывод о том, что они отражают разные аспекты сложного процесса взаимосвязи общества, государства, политики и бизнеса.

Изменение отношения бизнес-сообщества к проблеме корпоративной социальной ответственности связано как с морально-этическими, так и с экономическими предпосылками. В XX в. мы наблюдаем значительный рост доли нематериальных активов большинства компаний. По данным Interbrand, соотношение материальных и нематериальных активов компании IBM составляет 17:69, компании Coca-Cola - 4:96. Важную часть нематериальных активов составляет стоимость самого брэнда, которая не в последнюю очередь определяется репутацией, формируемой, в числе прочего, на основе социально-ответственного поведения компании. Как отмечает С.Д. Туркин, исследование 469 американских компаний разных отраслей показало, что существует очень значительная положительная корреляция между доходностью активов и социальной активностью компании [6].

В 1997 г. была основана Глобальная инициатива по отчетности (GRI). Глобальная инициатива по отчетности – независимый институт, миссией которого является развитие и распространение по всему миру Руководящих принципов по отчетности устойчивого развития. В число показателей социальной эффективности GRI входят управление корпоративной социальной ответственностью, внутренняя социальная эффективность, эффективность в отношении общества (благотворительность и вклад в ВВП страны) и др.

С 1990 г. ООН ежегодно публикует «Доклад о развитии человека», в котором на основе значительного количества показателей для каждой страны определяется индекс человеческого развития. В Докладах ООН неизменно акцентируется внимание необходимость устойчивости для человеческого развития. При этом подчеркивается, что «люди – как индивидуально, так и в группах – одновременно являются и бенефициариями, и движущей силой развития» [7].

В 2000 году был представлен Глобальный договор ООН – инициатива, которая позволяет компаниям обеспечить соответствие своей деятельности и стратегии 10 всеобщим принципам в области прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и противодействия коррупции. В настоящее время Глобальный дого-

вор, к которому присоединились более 8700 компаний и организаций из более чем 130 стран мира, стал крупнейшей в мире добровольной инициативой в области социальной ответственности бизнеса.

В условиях трансформации российского общества усиливается роль и социальная ответственность отечественного бизнеса. Проблема социальной ответственности бизнеса активно разрабатывается в отечественной экономической и социальной литературе последние 20 лет. Одно из направлений – изучение социальной деятельности в контексте истории российского предпринимательства [8].

Анализ социальной деятельности современного крупного и среднего бизнеса дан в статье заведующего отделом Центра социального прогнозирования и маркетинга Л.П. Веревкина «Социальная ответственность бизнеса». Сравнивая отношение к проблеме социальной ответственности бизнеса в разных странах, автор отмечает, что в Европе, США и Японии принципы социальной ответственности бизнеса получили широкое распространение, а в России – «широко обсуждаются».

Ответить на вопрос «возможно ли сделать социально ответственным современный российский бизнес» Н.Н. Зарубина попыталась через анализ этических стандартов служения и ответственности в их историко-культурных и социальных контекстах [9]. Перечисленные Н.Н. Зарубиной способы заставить бизнес в западных странах считаться с потребностями общества – от налоговых льгот до юридического принуждения – относятся к сфере государственного регулирования экономической деятельности. Предложение обществу, как западному так и современному российскому, поменять свои базовые ценности (индивидуализм, конкуренция, культ сильной личности), без чего, по мнению автора, невозможно ждать социальной ответственности бизнеса, выглядят утопичными.

Государство в лице Президента РФ определило социальную ответственность бизнеса как главный принцип во взаимодействии между государством, бизнесом и обществом, который заключается прежде всего в участии в «социальных программах государства в целом» [10]. По мнению Л.П. Веревкина современное российское государство по-прежнему не справляется с решением большинства социальных функций, а в бизнесе зачастую видит лишь «дойную корову», пригодную исключительно для того, чтобы кормить чиновников. Дальнейшее развитие отношений бизнеса и государства в области социальной политики, как считают некоторые эксперты, может пойти по одному из трех сценариев. Прежде всего, это традиционная для России бюджетозамещающая роль бизнеса, второй сценарий – идеальная модель конкурентного рынка социальных услуг. И третья, более реалистичная модель – бизнес выступает равноправным партнером государства, а государство, в свою очередь, является администратором и гарантом прозрачности правил игры на рынке социальных услуг [10].

В современной России активизация социальной деятельности бизнеса происходит только с конца 1999 г. Первые отчеты о социальной деятельности российских корпораций появились лишь в 2002 г. Изучение данных Российской ассоциации менеджеров показало, что в 29 % случаев побудительным мотивом благотворительных мероприятий российских корпораций оказывается создание взаимовыгодных отношений с властями разных уровней [10, с. 41.].

Основными направлениями внешней формы социальной политики крупных предприятий являются поддержка молодежи и детей, социально незащищенных слоев населения, а также учреждений и программ, направленных на развитие малочисленных народностей; защита здоровья населения и поддержка здорового образа жизни; экология.

Наследием советской экономической системы является большое количество моногородов, жизнь и деятельность населения которых связана одним промышленным предприятием. В этих условиях разделение социальной политики на внешнюю и внутреннюю формы реализации практически невозможно.

Мировой опыт доказывает, что там, где социальное партнерство развито, где принципы социальной справедливости и солидарности лежат в основе взаимодействия представителей работников, работодателей и государства, там наблюдается устойчивый рост экономики и благосостояния граждан. Кроме того, социально ориентированный бизнес живет не одним днем, действует с перспективой, не боится новых технологий. Он инвестирует в самое главное достояние любой экономики - человеческий потенциал. В результате ставка делается не на снижение стоимости продукции за счет сокращения цены человеческого труда, а на повышение качества и функциональности товаров благодаря развитию интеллектуального потенциала работников и организации в целом.

Российские компании в настоящее время активно выходят на мировой рынок и вынуждены действовать по правилам цивилизованного бизнеса. Компания «ЛУКОЙЛ» объявила о введении международных стандартов экологической сертификации ISO и OHSAS, а вскоре после этого приобрела в США компанию Getty Petrolium с сетью ее заправок. «Вимм Билль Данн» получила международный сертификат соответствия British Retailer Consortium, после чего стала активно продвигать свой брэнд за рубежом [6].

В конце 2001 г. состоялась официальная презентация Глобального договора в России. С 2002 г. российские компании стали присоединяться к сети Глобального договора ООН. Первыми вошли Объединенная компания «Русал» и АФК «Система».

В конце 2001 г. в рамках круглого стола, организованного Министерством иностранных дел и Российским союзом промышленников и предпринимателей совместно с Программой развития ООН и другими агентствами ООН в России, состоялась официальная презентация Глобального договора в России. С 2002 года российские компании стали присоединяться к сети Глобального договора ООН. Первыми вошли Объединенная компания «Русал» и АФК «Система».

В 2004 г. Программа развития ООН совместно с Ассоциацией Менеджеров России при поддержке правительства Российской Федерации впервые представила индекс корпоративной социальной ответственности (КСО) в России. Индекс был рассчитан на основе опроса, проведенного по репрезентативной выборке среди 1000 крупных и средних российских компаний, работающих в разных отраслях. Опрос включал в себя вопросы о социальной отчетности, финансовых показателях и роли компаний в национальной экономике. Основные компоненты индекса КСО – это инвестиции в человеческие ресурсы, охрану труда, защиту окружающей среды и местные сообщества.

На продвижение корпоративной социальной ответственности и регионального развития в России была направлена Международная Конференция по социальным инвестициям в экономическое развитие российских регионов, которая прошла в октябре 2006 г.в Ростове-на-Дону при активном участии Программы развития ООН.

10 апреля 2008 г. в Москве на встрече более чем с 30 руководителями российских компаний Генеральный Секретарь ООН Пан Ги Мун объявил о запуске сети Глобального договора ООН в Российской Федерации [11]. 17 декабря 2008 г. на общем собрании участников сети Глобального договора ООН в Российской Федерации были «Положение об организации деятельности сети ГД ООН в РФ» и приоритетные направления деятельности на 2009-2011 гг. В числе основных направлений дея-

тельности сети в сфере прав человека названо содействие компаниям-участникам во взаимодействии с территориальными органами государственной власти и местного самоуправления по вопросам управления социальными рисками бизнеса. [11]. В настоящее время к сети Глобального договора ООН присоединилось 49 компаний и организаций России.

Социальная ответственность бизнеса наглядно проявляется в его активном участии в финансировании социальной сферы, дополняющем социальные затраты государства. К обязательным предметам заботы бизнеса относятся также поддержание уровня занятости, участие в программах переквалификации кадров при ликвидации рабочих мест, софинансирование систем профессиональной подготовки кадров и повышения их квалификации, осуществление социальной поддержки наемных работников. Ответственность бизнеса проявляется в своевременном и полном отчислении страховых платежей по программам пенсионного, медицинского и социального страхования, развитии и софинансировании объектов социальной сферы, корпоративного профессионального пенсионного страховании, в софинансировании добровольных видов страхования работающих. Сюда же относятся благотворительная деятельность и адресная поддержка беднейших слоев населения [12].

Все большее число предпринимательских корпораций начинает рассматривать развитие социальной сферы не в качестве дополнительной нагрузки, неизбежных затрат, а как условие активизации экономики, успешного осуществления модернизации производства. Это – и залог предотвращения или локализации социальных рисков, создания социальных ресурсов производственной деятельности, повышения уровня «человеческого капитала». Иными словами, вложение средств в физическое и духовное развитие работников, повышение их профессионализма, улучшение условий труда, отдыха – это и есть социальная корпоративная ответственность предпринимательства.

Социальная ответственность бизнеса подразумевает определенный уровень развития предприятия и добровольный отклик на социальные проблемы общества. Именно такой подход предпринимателя к своей деятельности позволит провести коренные изменения в сложной социально-экономической ситуации, в которой находится сейчас Россия, и создать устойчивую и жизнеспособную модель социально-экономического развития страны.

Основой социальной стабильности общества является тесное сотрудничество государства, профсоюзов и работодателей в формировании и осуществлении социальной политики во всей ее полноте. Именно соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности, информационной прозрачности компаний позволит говорить о решении задач социальной политики, улучшении социального самочувствия населения, станет залогом роста производительности труда работников и устойчивого экономического развития страны.

Литература

1. *Бусыгин А.В.* Предпринимательство. Основной курс. М., 2009.
2. *Володеева Л.В.* Организация и эффективность торговой рекламы. СПб., 2006.
3. *Дементьев Е.М.* Фабрика, что она дает населению и что она у него берет. Изд. 2-е. М., 1897.
4. *Владимирова Л.П.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М., 2006.
5. *Голубков Е.П.* Маркетинг. Выбор лучшего решения. М., 2007.

6. *Туркин С.Д.* Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией. 2004. № 7. [Электронный ресурс]. URL: http//www.zhuk.net/page.php?id=95.
7. Доклад о человеческом развитии 2011. С. 14. [Электронный ресурс]. URL: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_RU_Chapter1.pdf.
8. Предпринимательство и предприниматели России. От истоков до начала XX века. М., 1997; История предпринимательства в России. Книга 2. Вторая половина XIX – начало XX века. Часть 3. Российские предприниматели: духовный облик, меценатство. М., 1999.
9. *Зарубина Н.Н.* Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства // Общественные науки и современность. 2004. № 1.
10. *Веревкин Л.П.* Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. №1. С. 39.
11. [Электронный ресурс]. URL: http://www.undp.ru/index.php?iso=RU&lid=2&pid=154.
12. *Набиев Р.Р.* Социальная ответственность бизнеса // Социальное партнерство. 2006. №2. [Электронный ресурс]. URL: http//www.oilru.com/sp/11/472.

УДК 32

Печерская Е.В., асп.

Дисфункциональные проявления в сфере предоставления государственных услуг в рамках проведения административной реформы в РФ

В статье анализируется процесс предоставления услуг населению, выявляются его дисфункциональные проявления, а также рассматривается необходимость улучшения сложившейся системы предоставления госуслуг.

Ключевые слова: услуги, государственные услуги, дисфункции, административная реформа, государственное управление.

В настоящее время в России активно разрабатывается теоретическая база реформирования и развития института государственной службы, наблюдаются процессы трансформации роли государства в жизни общества [1, с. 24–45] с ориентацией на оказание услуг. В свое время известный американский социолог Даниэль Бэлл назвал эти трансформации постиндустриальными, а возникающую на их основе систему – «обществом услуг» [2].

В зарубежной политологии в рамках концепции «нового государственного управления» в последние десятилетия в научный оборот были введены понятия «клиентоориентированное государство» и «государственная и муниципальная услуга», когда деятельность бюрократии основывается на принципах направленности публичной деятельности на получателя услуг и нацеленности на результат. По сути, в основе «нового государственного управления» лежит идея о том, что граждане являются клиентами (принципалами), а государство – их слугой (агентом), обеспечивающим качество услуг как общественной ценности.

Предъявляемые сегодня требования к социально ответственному государству подталкивают к необходимости переосмысления формы функционирования системы государственных услуг, как ключевой задачи по улучшению качества жизни людей и оптимизации деятельности органов власти.