

Секция «Социология»

Роль государства в формировании института социальной ответственности  
бизнеса

*Ларионова Анна Алексеевна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: analarik31@gmail.com*

Масштабные экономические реформы, направленные на формирование эффективной рыночной модели, осуществляемые в России, подняли вопрос о взаимоотношениях между субъектами рынка, а именно определение характера взаимодействия между бизнесом и государством. Одним из приоритетных направлений в данной связи является определение меры и содержания ответственности предприятий перед обществом.

В научных кругах сформировалось несколько моделей анализа корпоративной социальной ответственности:

1. Рыночный подход (американская модель) – один из ведущих в современных экономических условиях. Деятельность корпорации регламентируется рынком. Но тем не менее, участие государства в смягчении «провалов рынка» необходимо, но не в форме прямого вмешательства, а, к примеру, путем воздействия на агентов при помощи экономических стимулов.
2. Подход с позиции государственного регулирования (европейская модель) - для осуществления социально полезной деятельности компания руководствуется «правилами игры», которые установлены законодательно.
3. «Корпоративная совесть». Данный подход представляет возможность саморегуляции, моральной ответственности. Залогом успеха является «правильная» корпоративная культура.
4. Подход с позиции «заинтересованных лиц» - расширенный вариант классической точки зрения об ответственности компании. Корпорация, или компания, рассматривается как социальная структура общества, перед которым она также несет ответственность.

Если проанализировать ситуацию в России, то в настоящее время мы можем наблюдать активизацию деятельности компаний в сфере корпоративной социальной ответственности, что стало результатом углубления взаимодействия бизнеса и государства. Несмотря на отсутствие системности государственной экономической политики, численность предприятий, реализующих принципы социальной ответственности, постепенно увеличивается. Социальная ответственность становится обязательным компонентом в корпоративных структурах.

В России взаимоотношения бизнеса и государства в сфере реализации социальной ответственности на данный момент находятся на этапе формирования. Наиболее адекватным на сегодняшний момент и полезным с точки зрения применимости является

объединение рыночного подхода и подхода с точки зрения стейкхолдеров, которые предполагают возможность свободного решения на основе концепции корпоративной социальной ответственности и концепции устойчивого развития стратегически важных вопросов организации без прямого вмешательства государства и с учетом интересов тех групп, которые влияют на деятельность компании и испытывают влияние со стороны компании.

В качестве основных направлений деятельности в области социальной ответственности бизнеса со стороны государства можно предложить следующие: разработка законодательства по социальной ответственности бизнеса, а так же формирование системы оценки и отчетности о социальной ответственности бизнеса; обозначение стратегически важных для государства направлений, где было бы желательное осуществление социальной политики бизнеса; создание своего рода привилегий, для стимулирования социальной ответственности бизнеса (применение инвестиционных и налоговых инструментов); информирование общественности о лучших практиках социально ответственного бизнеса; поддержка добровольных инициатив бизнеса.

### **Литература**

1. Петрунин В.К., Борисов Ю.Ю. Этика бизнеса. М., 2010.
2. Галиев Г.Т. Социальная ответственность бизнеса: зарубежные модели и российские реалии. // Вестник ВЭГУ, 2008, №3, с. 67-73
3. Соболева И.П. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. 2005. № 10.
4. Яровой А.И. Влияние институтов власти на развитие корпоративной социальной ответственности в России и Европейском Союзе // Бизнес. Общество. Власть. 2010. - № 3.
5. Бизнес и общественное развитие России: проблемы и перспективы. / /Под ред. С.Е.Литовченко. – М: Ассоциация менеджеров, 2006
6. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России. //Под ред.: С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
7. Bredgaard T. Corporate social responsibility between public policy and enterprise policy // Transfer – European Review of Labour and Research. 2004 (Autumn). Vol. 10. No. 3.
8. КСО: <http://social-responsibility.ru/>
9. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры: <http://spero.socpol.ru/>