DOI: 10.17117/na.2015.11.01.596

Поступила (Received): 19.11.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.11.01.596.pdf>**Ялмаев Р.А.****О проблеме социальной ответственности
бизнеса на региональном уровне****Yalmaev R.A.****About the issue of corporate social responsibility
at the regional level**

В статье раскрывается понятие государственно-частного социального партнерства. Приводятся основные проблемы развития, определены базовые принципы эффективной реализации

Ключевые слова: социальное партнерство, государственно-частное партнерство, развитие региона

The article reveals the concept of public-private of Social Partnership. Presents the main problems of development, identified the basic principles of effective implementation

Key words: social partnership, public private partnership, development of the region

Ялмаев Рустам Алиевич*Кандидат экономических наук, доцент**Чеченский государственный университет**Чеченская республика, г.Грозный, ул. Киевская, 33***Yalmaev Rustam Alievich***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor**Chechen state university**Chechen Republic, Grozny, Kievskaya st., 33*

Вопрос о социальной ответственности российского предпринимательства является в современных условиях одним из наиболее важных и злободневных. Наша страна вошла в такой этап развития, когда именно социальные аспекты рыночных преобразований начинают оказывать определяющее воздействие не только на скорость и масштаб экономических реформ, но и на решение стратегической задачи – формирование продуктивно-творческого человека как главного ресурса современной экономики. При этом совершенно очевидно, что государство уже не может и не должно брать на себя целиком и полностью бремя социальных обязательств перед обществом и каждым гражданином, как это было в эпоху безраздельного господства государственной собственности на средства производства. И в условиях, когда 80 % национальной экономики находится в руках частного сектора, более логичным представляется, когда частный бизнес наравне с государством несет ответственность за социально-экономическое состояние общества.

Все хозяйствующие субъекты осуществляют свою деятельность в среде сложившимися определенными социальными и политико-культурными устоями. И вполне естественно, что они должны учитывать интересы местных сообществ и по возможности участвовать в решении их проблем. Более того, эффек-

тивное функционирование любого хозяйствующего субъекта находится в прямой зависимости от стабильности локальных обществ и, конечно же, они вынуждены реализовывать меры, которые позволили бы обеспечить такую стабильность. Формирование благоприятной социальной среды в пределах осуществления деятельности в первую очередь отвечает долгосрочным интересам самих хозяйствующих субъектов.

Приверженность принципам социальной ответственности повышает жизнеспособность и эффективность предпринимательской системы. В долгосрочном плане социальная ответственность способна повысить как доверие потребителей к продукции, производимой данным предприятием, так и курс его акций [2].

В современной экономической и юридической литературе можно найти большое разнообразие определений социальной ответственности бизнеса, общий анализ которых позволяет выявить два основных признака социальной ответственности: первый – это добровольность осуществления такой деятельности и, второе превышение установленных государством норм.

В последнее время социальная ответственность бизнеса рассматривается с позиций корпоративного гражданства, то есть корпорация видится как гражданин определенной территории, местного сообщества, при этом компания стремится улучшить территорию, на которой она расположена. Речь может идти не только об охране окружающей среды в местах работы компании, но и о развитии социальной инфраструктуры, ведении совместных с местной администрацией проектов [1].

Данный подход определяется как политика участия в жизни общества и включает не только традиционную материальную и финансовую помощь из прибыли компании. В него входит и участие работников корпорации в оказании помощи обществу, и активное вовлечение компании в обсуждение жизненно важных вопросов на территории, где работает компания, и даже участие в фандрайзинге – привлечении средств других благотворителей на совместный социальный проект».

На региональном уровне предприниматели не однозначно воспринимают вопрос о социальной ответственности бизнеса. Одни считают, что «пора осознать, что мы делаем бизнес не ради личного обогащения, а ради людей». Другие, что «цель бизнеса – это прибыль. Если Вы говорите, что это не так, это уже слова не бизнесмена, а политика».

В настоящее время руководители не в полной мере осознают потенциальные выгоды от социальной активности, поддерживают единичные мероприятия не согласованные со стратегией компании. В результате чего благотворительность в регионе развивается стихийно и нецеленаправленно: не развита соответствующая инфраструктура, нет механизма выбора приоритетных направлений поддержки, отсутствуют корпоративные механизмы реализации устойчивой социальной политики. В результате количество нуждающихся в помощи не снижается, а бизнес не получает возможного позитивного эффекта.

На уровне региона сложно развивается диалог между властью и бизнесом. На обсуждения проблемы социальной ответственности бизнеса, которую инициирует власть, предприниматели предпочитают не ходить. На это же обсуждение, инициированное предпринимателями не приходят представители власти.

При этом, если говорить о взаимоотношениях власти и бизнеса, стороны далеко не всегда выступают как равноправные партнеры. Сложившаяся практика социального партнерства на региональном уровне показывает, что в большинстве случаев частный сектор вынужден разрабатывать и реализовывать свои социальные программы в рамках, определенных местными властями, при этом целесообразность, эффективность, ожидаемые результаты от таких затрат отодвигаются на второй план. Во многих случаях такая «социальная нагрузка» становится инструментом выхода на новый рынок, методом преодоления административных барьеров.

Желание органов региональной власти сохранить существующую социальную инфраструктуру, страх перед структурными реформами, которые могут потребовать сокращения работников бюджетной сферы или их профессиональной переориентации, приводят к тому, что средства, запрашиваемые у бизнеса, направляются на консервацию существующей бюджетной сферы, зачастую не слишком полезной для населения [3].

Все это приводит к низкой эффективности социальных программ частного сектора, освоение значительных средств дает минимальный полезный результат для работников предприятия и окружающего сообщества. Примерами такой деятельности является строительство крупных социальных объектов, которые будучи построенными, требуют значительных ресурсов для дальнейшего содержания, которых муниципалитеты не могут изыскать.

Таким образом, корпоративное финансирование в рамках «добровольно-принудительной» благотворительности, порождает иждивенчество и бюрократизм.

Однако в последнее время постепенно осуществляется переход от разовых и бессистемных вложений к идее и практике корпоративного гражданства. Компании начинают осознавать свою роль в общественном развитии, существуют примеры социально-ответственного поведения предприятия, направленного на обеспечение процветания собственного бизнеса и удовлетворение потребностей общества [4].

В современных условиях наиболее эффективны корпоративные социальные программы, должны быть основаны на следующих принципах.

- наличие собственной четко сформулированной стратегии социального развития, разработанной с учетом интересов и пожеланий представителей власти и местных сообществ;
- ориентированность на получение существенных результатов с учетом своих деловых интересов;
- ориентация на внедрение современных социальных технологий;

– применение эффективных механизмов управления, прежде всего распределения финансовых ресурсов на конкурсной основе, долевого софинансирования, осуществления мониторинга на всех этапах реализации проекта, оценка социальной и экономической эффективности результатов.

Список используемых источников:

1. Зинченко Г.П., Rogov И.И. Социальное партнерство. М.: Дашков и К°; Академцентр, 2009. 224 с.
2. Сафонов В.А. Социальное партнерство: учебник для бакалавриата и магистратуры. М. : Издательство Юрайт, 2015. 395 с.
3. Эскиев М.А., Чажаяев М.И., Ялмаев Р.А. Пути совершенствования социально-экономического развития // Молодой ученый. 2015. №14. С. 309-313.
4. Ялмаев Р.А. Специфические особенности применения программно-целевого подхода в управлении объектами в условиях послевоенного восстановления региона // Финансы и кредит. 2007. № 36.

© 2015, Ялмаев Р.А.

О проблеме социальной ответственности бизнеса на региональном уровне

© 2015, Yalmaev R.A.

About the issue of corporate social responsibility at the regional level