Количество активистов ФМП, включая их руководителей, насчитывает 5500 человек [3]. Деятельность ФМП (в основном их секретариатов, в которых работает до 5 человек в каждом) финансируется за счет членских взносов от входящих в них компаний. Таким образом, международная практика показывает, что в различных государствах существует системная поддержка развития молодежного предпринимательства, развернута целая инфраструктурная поддержка, организованы сети во всех территориальных единицах страны. Не существует единой модели политики по поддержке и стимулированию предпринимательской деятельности среди молодежи. Каждая программа развития молодежного предпринимательства уникальна для конкретного региона, имеют разные цели и задачи, стратегии и мероприятия.

1. Бондаренко А.Ю. Инфраструктура поддержки молодежного предпринимательства в России // Наука XXI века: Актуальные направления развития номер.-2019 - с. 90-94
2. Балынская Н.Р. Предпринимательство в ЕС: сущность, особенности, психология, культура: [учебное пособие]– Челябинск: ООО «Полиграф-Мастер», 2019. – 56 с.
3. Молодежное предпринимательство. Легко ли быть молодым предпринимателем [Электронный ресурс] – Режим доступа :URL : <https://naruhog.ru/tools/molodezhnoe-predprinimatelstvo-legko-li-byt-molodym/> (дата обращения 20.09.2020)
4. Основы бизнес-планирования. Сборник информационно-методических материалов//Департамент поддержки предпринимательства Республики Татарстан Региональная общественная организация «Совет молодежных организаций Республики Татарстан».- Казань.- 2013- с.80

Семенова Ю.А.

Социальная ответственность бизнеса в условиях пандемии

*ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/lj-10-2020-179

idsp: ljjournal-10-2020-179

Аннотация

В настоящей статье рассматривается вопрос социальной ответственности бизнеса. Проведен анализ участия российских компаний в программах социальной ответственности по отраслям, тенденции развития культуры российских компаний в области социальной ответственности. Дана оценка соответствия российских компаний мировому уровню социальной ответственности.

Ключевые слова: социальная ответственность, пандемия, ,эпидемиологическая ситуация, социальная поддержка.

Abstract

This article examines the issue of social responsibility of business. The analysis of the participation of Russian companies in social responsibility programs by industry, trends in the development of the culture of Russian companies in the field of social responsibility. The assessment of the compliance of Russian companies with the world level of social responsibility is given.

Keywords: Social responsibility, pandemic, epidemiological situation, social support.

Актуальность данного понятия, в первую очередь связана с необходимостью социальной интеграции всех субъектов общественной жизни, способствуя тем самым стабильности и поступательному развитию как отдельно взятого региона, так и социума в целом [1, с. 303-308].

По мере продолжения борьбы с мировой общественности с пандемией, многие компании активно реализуют разработанные программы социальной ответственности и оказывают всестороннюю благотворительную помощь нуждающимся.

Социальная ответственность бизнеса – теория, в соответствии с которой бизнес, наряду с соблюдением законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно возлагает на себя обязательства перед обществом [2, с.98]. К ним относятся проведение программ по улучшению уровня жизни, как своих сотрудников, так и незащищенных слоев общества, участие в целевых программах по защите культурного наследия, окружающей среды, содействию развитию здравоохранения, прочие.

Объем социальных программ, реализуемых компаниями связан, прежде всего, с поддержкой бизнеса государством. Период распространения нового заболевания – коронавирусной инфекции COVID-19 в мировых масштабах (далее пандемия), внес необходимость полностью изменить или внести значительные коррективы ведения бизнеса.

В 2008 г. в Российской Федерации принята «Социальная хартия российского бизнеса». Документ разработан Российским союзом промышленников и предпринимателей и представляет собой свод основных практических деловых принципов [3, с. 34]. В своде трактуются правила взаимоотношений между работодателем и работником, институтами гражданского общества, государственными структурами.

Изложенные в Хартии принципы затрагивают многие вопросы: экономической и финансовой устойчивости, прав человека, качества реализуемого продукта (товаров, услуг), взаимоотношений с потребителями, экологической безопасности и прочее. Социальная хартия объединяет 270 организаций, отраслевых и региональных объединений бизнеса и прочих некоммерческих организаций, общая численность которых составила более 7 млн сотрудников.

Указанных в Социальной хартии правил стараются придерживаться организации, развивающие социальную ответственность своего бизнеса. Хартия признана бизнес-сообществом и соответствует нормативной базе, принятой на международном уровне. Положительное заключение Организации Объединенных Наций является официальным признанием ее соответствия Глобальному договору ООН.

Кроме «Социальной хартии российского бизнеса» существует также ряд нормативно-правовых актов, регламентирующих социальную ответственность бизнеса в Российской Федерации:

- Кодекс предпринимательской этики Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ) «12 принципов ведения дел в России» [4, с. 34];
- Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, утвержденный Ассоциацией менеджеров Российской Федерации [5, с. 18];
- «Базовые индикаторы результативности», подготовленные РСПП.

В документе регламентированы индикаторы и соответствующие им показатели экономической, социальной и экологической результативности компании;

- Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».

В последнее время многие предприятия принимают Положения, связанные с корпоративной социальной ответственностью. Например, ОАО «Сибнефть» приняло Устав корпоративного поведения. РАО «ЕЭС РФ», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Мосэнерго», ОАО «Татнефть», ОАО «Норильский никелем» и прочими компаниями были приняты Кодексы социальной ответственности [6, с. 5-8].

Одним из правовых направлений регулирования социальной ответственности бизнеса со стороны государства стало ее нормативное закрепление в региональных и законах местного самоуправления. Такая нормативно-правовая база, связанная с поддержкой малого и среднего бизнеса, активизирует предпринимателей заняться благотворительной деятельностью, меценатством и поддержкой общественных инициатив [7, с. 16]. Пандемия значительно повлияла на социальную ответственность бизнеса перед обществом.

Развитие социальной ответственности российского бизнеса в условиях пандемии в первую очередь связано с его активным продвижением на международные рынки. Сегодня о политике социальной ответственности и участии в жизни общества серьезно задумываются преимущественно крупные общенациональные компании, интегрированные в международный бизнес, а также их подразделения, имеющих свои подразделения в Российской Федерации.

Для проведения анализа социальной ответственности бизнеса в России был взят ряд ведущих компаний, которых являются лидерами российского бизнеса:

1. Компании автопромышленного комплекса: ОАО «КАМАЗ», Группа «ГАЗ».
2. Авиакомпании: ОАО Авиакомпания «ТРАНСАЭРО», ОАО «Аэрофлот».
3. Нефтегазовые компании: ОАО «Лукойл», ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром».
4. Телекоммуникационные компании: ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Ростелеком», ОАО «ВымпелКом», ОАО «Мегафон».
5. Банки: ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24», ОАО «Банк Москвы».

Рассмотренные российские компании в настоящее время реализует эффективную политику в области корпоративной социальной ответственности [8, с. 48]. Основные направления реализации программ социальной ответственности российскими компаниями в период пандемии: содействие образованию, помощь медицине, помощь культуре и искусству, содействие спорту, защите пенсионеров и ветеранов, защите детей, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях, улучшение жизни сотрудников.

Самое большое количество мероприятий и программ у компаний: «ЛУКОЙЛ», «ГАЗ», «ВТБ 24», «Ростелеком» и «Сбербанк России». Меньше всех социальных программ реализуют следующие компании: «КАМАЗ», «МТС», «ВымпелКом», «ТРАНСАЭРО».

Анализ деятельности компаний в области социальной ответственности в период пандемии показал, что меньше всего уделяется внимания проблемам спорта, культуры, образования. Многие компании перенаправили стратегию реализации КСО на материальное обеспечение пенсионеров, детей, сотрудников. Бизнес в полной мере показал готовность оперативно подключаться к решению самых острых проблем. Многие компании, чтобы восполнить дефицит средств индивидуальной защиты наладили их производство. При участии бизнеса развернуты стационарные лаборатории по выявлению коронавирусной инфекции, построены больницы. Необходимо отдельно отметить роль предпринимательства в поддержке волонтерского движения. Данные шаги подчеркивают, что тема социальной ответственности бизнеса перспективна, благодатна, востребована жизнью и временем [9].

Следует отметить важность взаимодействия между бизнесом и некоммерческими организациями. В период пандемии сложилось много партнерств, благодаря чему удалось помочь многим людям [10, с. 17]. Новая мера государственной поддержки, которая стала результатом периода пандемии - возвращение налогового вычета по налогу на прибыль для компаний, которые делали пожертвования в НКО. Компании будут получать вычет по налогу на прибыль, если они делают

пожертвования в виде имущества или денежных средств, в некоммерческие организации, которые представлены в двух реестрах Минэкономразвития [11, с. 29-31].

В условиях пандемии социальная ответственность бизнеса качественно изменилась. Проанализировав состояние социальной ответственности бизнеса в России, можно сделать вывод, что на сегодняшний день всерьез о политике социальной ответственности задумываются преимущественно крупные общенациональные компании. Средний и малый бизнес, за редким исключением, не принимает участия в социальных программах. Государство разрабатывает рычаги для вывода из стагнации в этом вопросе представителей среднего и малого бизнеса.

1. Карпов Н.И., Кошелев А.А. Социальная ответственность бизнеса. // В сборнике: социология в изменяющемся научно-образовательном пространстве современного общества. Материалы международной научно-практической конференции. VII Дыльновские чтения. Саратов, 2020. с. 303-308.
2. Осипов Г.В. Российская социологическая энциклопедия/ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociology/index.htm> (Дата обращения: 02.09.2020).
3. Социальная хартия российского бизнеса // Российский союз промышленников и предпринимателей. Редакция 2008 г., 2008. / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL <http://www.rspp.ru> (Дата обращения 29.08.2020).
4. Кодекс предпринимательской этики Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ). / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.rspp.ru> (Дата обращения 29.08.2020).
5. Меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности». 2006 // Ассоциация менеджеров России. / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.amr.ru> (Дата обращения 29.08.2020).
6. Незэквивалентный обмен социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом; [исследование ВЦИОМ] // Пресс-выпуск № 1516. / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13587> (Дата обращения 29.08.2020).
7. Ивченко С. В., Либоракина М. И., Сиваева Т. С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний - М.: Фонд «Институт экономики города», 2014 / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: UrbanEconomics.ru (дата обращения: 26.08.2020).
8. Симонова Л. М., Зыков В. В. Социальная ответственность бизнеса и устойчивая конкурентоспособность / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: [http://perspectives. utmn.ru](http://perspectives.utmn.ru) (Дата обращения 31.08.2020).
9. Социальная ответственность бизнеса в период пандемии / Устойчивый бизнес / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://csrjournal.com/34494-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-period-pandemii.html> (Дата обращения: 29.08.2020).
10. Гринберг Р.С. Социальная ответственность бизнеса — честно платить налоги / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: [http://c-society.ru/wind. php?ID=217124&soch](http://c-society.ru/wind.php?ID=217124&soch) (Дата обращения 26.08.2020).
11. Степашин С.В. Новые формы государственно-частного партнерства // Государственный аудит. Право. Экономика. 2020. № 5. С. 29-31.