На правах рукописи

МАРКОВА ЕЛЕНА ВАЛЕРЬЕВНА

Социальная ответственность в деятельности современных российских бизнес – корпораций: политологический анализ

Специальность 23 00 02 - Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии

Автореферат
на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва – 2007

Диссертация выполнена на кафедре политологии и политического управления Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации

Научный руководитель - **доктор политических наук Ильичева Людмила Ефимовна**

Официальные оппоненты - **доктор исторических наук, профессор Перегудов Сергей Петрович**

- **кандидат политических наук Богатин Евгений Владимирович**

Ведущая организация - **Российский государственный социальный университет**

Защита состоится 25 октября 2007 г в 16 часов на заседании диссертационного совета Д - 502 006 12 при Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации по адресу 119606, г Москва, пр Вернадского, 84, 2 учебный корпус, ауд 3016

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации (1 учебный корпус)

Автореферат разослан 25 сентября 2007 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук, доцент **А.С.Фалина**

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования В последние годы, как в зарубежной, так и в отечественной политической науке наблюдается рост исследовательского и практического интереса к проблематике социальной ответственности бизнеса, что обусловлено ростом влияния бизнес - структур на процесс снижения социальной и политической напряженности в стране вследствие проведения крупными корпорациями более социально ответственной политики Эта политика служит как интересам общества, так и, в конечном счете, самих бизнес-корпораций

В условиях глобализации и открытости рынков конкурентоспособность бизнес-корпораций определяется эффективностью использования ими не только производственных активов и денежных ресурсов, но и нематериальных активов компаний, качеством управления нефинансовыми рисками

Деятельность, которую охватывают нефинансовые показатели, отражает широкий круг вопросов качество менеджмента, этику делового поведения, структуру и результативность социальных инвестиций, связанных с развитием персонала, поддержанием здоровья на рабочем месте, созданием благоприятной среды на территориях присутствия, что в совокупности составляет социальную ответственность корпорации Показатели социальной ответственности корпорации, определяя общественное лицо компании, все в большей степени влияют на формирование ее деловой репутации, что имеет определенные экономические последствия для корпораций и влияет на качество отношений между государством и бизнес-корпорациями Одновременно повышение социальной ответственности и информационной открытости бизнес–корпораций является важным фактором достижения общественного согласия и стабильности, в которых заинтересовано все российское общество

Особое значение в этой связи имеет анализ проблем взаимоотношения бизнеса и государства в решении социальных задач Большинство аналитиков и специалистов утверждают, что система политического и экономического взаимодействия бизнеса с государственными органами находится еще в процессе становления, что, в частности, не позволяет бизнесу эффективно реализовывать и функцию социальной ответственности В то же время нерешенность многих социальных задач в России становится одним из основных тормозов

поступательного развития страны, создавая в обществе напряженные отношения и конфликты между государством и обществом, бизнесом и гражданами

Во многом это вызвано тем, что отношения между бизнесом и государством, как в целом, так и в области решения социальных задач изучены не в полной мере Недостаточное внимание уделяется ценностным ориентирам ведения бизнеса, а также формам и методам взаимодействия бизнеса с государственными органами По этим причинам процесс формирования эффективных связей между бизнесом и государством качественно не адекватен текущей динамике как внутренних, так и внешних политэкономических процессов и порождает длительные периоды повышенной неопределенности

Актуализирует данное исследование и то, что в условиях усиления государственности, социальной ориентированности всех институциональных структур все большее значение приобретает взаимодействие бизнеса и государства в реализации концепции социальной ответственности бизнеса

В совокупности это определяет актуальность темы диссертационного исследования

Степень научной разработанности темы. В российской политической науке рассматриваемая в диссертации проблема стала предметом научных исследований сравнительно недавно

Более давнюю традицию имеет анализ данной проблемы в трудах зарубежных авторов Г Алмонда, А Бентли, Г Джордана, М Дюверже, Ч Линдблома, В Малоней, М Олсона, Р Роуза, Дж Тьерни, Д Трумена и др

В целях настоящего диссертационного исследования важными представляются работы зарубежных специалистов, посвященные анализу различных форм корпоративизма и неокорпоративизма таких зарубежных авторов как А Косон, Дж Лембрух, Ф К Шмиттер др

В анализ роли корпорации как субъекта политического процесса большой вклад внесли Б Гугинс, К Гудпастер, Д Берч, Дж Мун, Д Мэттен, А Крейн, Р Мосс Кантор и др В работах этих авторов анализируются основные составляющие социальной ответственности бизнеса и их проекция в сфере политики

Среди зарубежных исследователей в данной области следует особо отметить вклад в разработку проблемы Г Боуэна, который дал первое

определение понятия социальной ответственности бизнеса через обязательства бизнесменов вести политику, принимать решения и следовать линиям поведения, которые являются желательными с точки зрения целей и ценностей общества

В рамках традиционного подхода для анализа социальной ответственности представляют интерес работы М Фридмана Высказанные им идеи ограничения вмешательства государства в экономику и взаимосвязи экономической и политической сфер, государственной системы социального обеспечения и др вопросы стали фундаментом для большей части либеральных реформ, осуществляемых в разных странах мира

Многочисленные сторонники современного (менеджериального) подхода к социальной ответственности бизнеса (А Берли, Д Гелбрейт, Д Кларк, Д Стейнер и др), в свете усилившейся роли государства в западных обществах во второй половине двадцатого столетия, разработали концепцию, которая имеет существенное значение для целей данного исследования Согласно данной концепции, бизнес - структуры могут разделить ответственность с государством за развитие политической, социальной, культурной, образовательной, медицинской и других сфер жизнедеятельности общества, принимать активное участие в борьбе с загрязнением окружающей среды

Для достижения целей диссертации важными являются работы К Дэвиса, в которых сформулирован «железный закон ответственности», *не соблюдение которого бизнесом грозит обернуться социальным* взрывом

Среди отечественных авторов, внесших существенный вклад в разработку данной проблемы, назовем прежде всего А Ю Зудина, Я Ш Паппэ, С П Перегудова, И С Семененко, Н Ю Лапину, А А Яковлева, А Е Чирикову и др , в работах которых рассматриваются различные периоды развития корпоративного строительства и деятельности, интегрированных бизнес–групп, политические аспекты взаимодействия бизнеса и власти, изменение роли крупного бизнеса в современной России

Считаем особо значимыми работы С П Перегудова, посвященные изучению роли корпораций в системе общественных отношений

Социальные программы компаний и социальная политика бизнеса в российских регионах подробно рассмотрены в работах Л Н Коноваловой М И Корсаковой, С Е Литовченко, Н Ю Лапиной и др

Отдельные вопросы, касающиеся социальной ответственности бизнеса и социальных функций бизнеса, рассматривают в своих публикациях А А Галкин Н М , Е Ш Гонтмахер, Н М Горин, А А Дынкин М И Корсакова, И С Круглова, А С Кустарев, А Н Лаптева, М И Либоракина, С Е Литовченко, А П Нещадин, С В Рогачев, С В Туркин, Н Л Хананашвили, В Н Якимец и другие авторы

Мотивы и направления благотворительной деятельности бизнеса рассматривают в своих работах А Ф Векслер, Г Л Тульчинский и др авторы

В исследовании, проведенном в Российской академии государственной службы при Президенте РФ по социальной ответственности бизнеса, отражены взгляды на проблему социальной ответственности российского бизнеса с учетом имеющегося мирового опыта (авторы - В С Комаровский, М Г Анохин, Л Е Ильичева, И В Родина, Ю И Матвеенко, В А Михеев, А С Фалина и др)[1]

Подводя итоги, отметим, что, несмотря на наличие существенного задела, ряд аспектов реализации социальной ответственности бизнес-корпораций, ориентированных на решение социальных задач общества во взаимодействии с государством и влияние этого процесса на политическую стабилизацию современного российского общества, изучены еще недостаточно

Объект исследования - взаимоотношения бизнеса, государства и общества в современной России

Предмет исследования - ответственность бизнес-корпораций в социальной сфере в ракурсе ее взаимоотношений с государством и обществом

Цель исследования выявить состояние социальной ответственности современных российских бизнес-корпораций и модели их взаимодействия с государством и обществом в решении социальных задач

Указанная цель во многом предопределила постановку и решение **следующих задач** диссертационного исследования

- раскрыть и уточнить понятия «ответственность», «социальная ответственность бизнеса», определить их значение для политической стабилизации российского общества Рассмотреть социальную

---

[1] Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России теория и практика материалы заседания круглого стола / Под общ ред В С Комаровского, Н А Волгина - М ,2005,

ответственность бизнеса как систему отношения между государством – бизнесом - обществом,

- изучить различные теории и концепции социальной ответственности бизнеса, оценить эволюционные изменения концепции социальной ответственности бизнеса, их смысловое значение,
- проанализировать опыт зарубежных корпораций по реализации социально ориентированных практик и определить модели социальной ответственности бизнеса,
- исследовать социальную ответственность бизнеса в современной России и на этой основе выявить основные элементы российской модели социальной ответственности бизнеса,
- проанализировать формат взаимодействия государства и бизнеса в решении социальных задач и его влияние на повышение стабильного развития современного российского общества

Основная рабочая гипотеза исследования· Тенденция развития современного крупного российского бизнеса связана с тем, что в его деятельности экономическая результативность все более тесно взаимоувязывается с социальной практикой, его соучастием в общественно значимых проектах Это обуславливает изменение характера взаимоотношений между бизнес-корпорациями, государством и обществом во-первых, социальная деятельность бизнеса способствует снятию напряженности во взаимоотношениях, формированию большего доверия к нему со стороны государства и общества, во-вторых, она создает предпосылки для повышения качества жизни людей, что формирует потенциал для снижения конфликтности в обществе, в-третьих, она имеет однонаправленность с общественной функцией, выполняемой государством, что делает социальную деятельность бизнес-корпораций привлекательной и необходимой для него не только с точки зрения опосредованной экономической выгоды, но и получения прямых политических дивидендов Усиление данной тенденции будет способствовать созданию важных условий для устойчивого развития государства и политической стабилизации общества

Теоретическую основу исследования составили работы крупнейших теоретиков – методологов – М Вебера, М Дюверже, Э Дюркгейма, Ж Бюрдо, Т Гоббса, А Бентли, Г Лассуэлла, а также классиками социальных, экономических и гуманитарных наук, такими как А Смит, Ф Лист, К Маркс и др , которые в своих работах подробно рассматривали

вопросы взаимодействия политики и экономики Эта проблема с либеральных позиций рассматривалась Л Фон Мизесом, М Фридманом, Ф Хайеком, Й Шумпетером и др [2]

Большое теоретическое значение для целей данной работы представляют труды зарубежных авторов, таких как Г Алмонд, А Бентли, Г Джордан, М Дюверже, Ч Линдблом, В Малоней, М Олсон, Дж Тьерни, Д Трумен и др, которые рассматривают группы интересов как институт гражданского общества и их участие в политическом процессе и принимаемых государством решениях Также формы и методы политического участия корпораций в теории описаны в трудах П Дракера, Дж Гэлбрейта, Э Эпштейна

Собирательными и важными для исследования социальной ответственности бизнеса являются теории рационального выбора Р Роуза, теории общественного договора Т Гоббса, Дж Локка, труды Р Даля, К Шмитта

Методологическая основа исследования.

Методологическую основу диссертационного исследования составили методологический инструментарий и совокупность основных способов теоретического анализа, разработанных в различных школах и направлениях, изучающих взаимодействие политики и экономики, государства, бизнеса и общества

Рассматриваемая в диссертации проблема находится на стыке нескольких общественных наук (политологии, социологии, экономики, философии, истории), поэтому анализируется как сложное междисциплинарное явление, к исследованию которого применялся комплексный подход

Методы исследования

В диссертации используются методы системного анализа политических и социальных явлений, позволяющие рассматривать социальную ответственность в системе общественных отношений (Д Истон, А Ю Мельвиль), структурно-функциональный метод, нацеленный на выявление общественно-политического взаимодействия

---

[2] См Смит А Исследование о природе и причинах богатства народов – М , 1962, Маркс К Капитал Т 1 //Маркс К , Энгельс Ф Соч 2-ое изд Т 4, Фридман М Основы монетаризма – М , 2002,Капитализм и свобода / Пер с англ М Новое издательство, 2006 , Хайек Ф Дорога к рабству – М , 2005, Шумпетер Й Теория экономического развития - М , 1982

(М Леви, Р Мертон, Т Парсонс), бихевиоралистский метод, нацеленный на анализ политических процессов сквозь призму поведенческих моделей) (А Бентли, Ч Мериам, Э Торндайк), институциональный метод, предполагающий детерминированность процессов продвижения интересов общества государственными институтами (Г Лассуэлл)

В диссертационном исследовании использовались такие общенаучные методы как анализ и синтез, восхождения от абстрактного к конкретному, систематизации, классификации, выявления общего, особенного и специфического, а так же сравнительный, историко-философский, интервьюирования Также применялся контент-анализ, что позволило уточнить и дополнить определение социальной ответственности бизнеса, изучить проблемы реализации феномена в современных российских условиях

Основные результаты, полученные лично автором, и их научная новизна

Научная новизна исследования определяется как характером постановки, так и способом разрешения поставленных диссертантом задач и заключается в следующем

- дано авторское определение социальной ответственности бизнеса, под которым понимается отношение между бизнесом, государством и обществом, которое направлено не только на вовлечение бизнес-корпораций в решение социальных проблем общества совместно с государством и общественными структурами, но и допускает участие бизнеса в выработке стратегий социальной и экономической политики,
- показано, что корпоративная социальная ответственность направлена на удовлетворение потребностей и запросов заинтересованных в деятельности корпорации сторон и на решение приоритетных социальных задач общества, обозначенных государством,
- проанализирован и обобщен зарубежный и отечественный опыт реализации социальной ответственности бизнеса, определены модели социальной ответственности, присущие западным странам, выявлено общее и особенное в них,
- определены специфические признаки российской модели социальной ответственности бизнеса, которые определяются усилением государственности, значительным отставанием социальной сферы от потребностей развития человеческого капитала,

- разработаны пять основных показателей комплексной оценки социально ответственной деятельности российского бизнеса соответствие политики ведения бизнеса этическим нормам и общественным ожиданиям, ведение производственно-хозяйственной деятельности с соблюдением норм законодательства и принципов открытости (отражение реальной прибыли и выплата налогов), реализация программ корпоративной социальной ответственности (внутренних и внешних) с целью получения не только моральных, но и политических дивидендов, повышения репутационного капитала компании, участие в экологических программах при обязательном выполнении экологических стандартов, установленных государством, составление нефинансовой социальной отчетности,
- установлены наиболее важные области и обобщен опыт проявления социальной ответственности российского бизнеса, к числу которых относятся развитие персонала и охрана здоровья, корпоративная культура и деловая этика, экологическая защита и ресурсосбережение, развитие местного сообщества, управление инвестициями в области здравоохранения, образования,
- выявлены основные политологические составляющие социально ответственной деятельности бизнес-корпораций в современной России в формах взаимодействия бизнес-корпораций с государством в решении социальных задач, в политических дивидендах, получаемых бизнес-корпорациями от социально-ответственной деятельности, влияние на политическую стабилизацию общества

Положения, выносимые на защиту.

1 В современном мире (России в том числе) крупные бизнес-корпорации наряду с экономическими обладают и политическими ресурсами, возможностями оказывать влияние на многие важные решения и действия государства Эти ресурсы могут быть использованы как в эгоистических интересах корпораций, так и во благо всего общества – в том случае, когда бизнес-корпорации руководствуются в своей деятельности принципами социальной ответственности перед обществом

2 Социальная ответственность бизнес-корпораций реализуется в различных формах и различными методами, начиная от полной уплаты налогов и соблюдения действующего законодательства, до добровольного участия бизнес-корпораций в решении крупных социальных задач, жизни местного сообщества Соответственно, в науке имеется два подхода к проблеме социальной ответственности – «узкий» (соблюдение

законодательства и уплата налогов) и «широкий» Автор ориентируется на «широкое» понимание социальной ответственности бизнес-корпораций, включающее в себя добровольное участие в решении задач развития в социальной жизни

3 Анализ понятия «ответственность», осуществленный автором, позволил выделить следующие его смысловые составляющие, имеющие наибольшее значение применительно к взаимоотношениям бизнеса, государства и общества в социальной сфере *во-первых*, ответственность носит исторически конкретный характер, *во-вторых*, ответственность рассматривается как система взаимоотношений между субъектами по поводу осуществления взаимных требований, которые воспринимаются ими в качестве определенного основания для принятия решений и осуществления действий, *в-третьих*, предъявляемым содержанием ответственности является зависимость субъектов друг от друга

4 Контуры взаимодействия между бизнесом, государством и обществом обозначены в моделях социальной ответственности Немаловажную роль в формировании российской модели социальной ответственности бизнеса играет опыт зарубежных компаний (на примере США и Европы), что способствует уменьшению политических рисков, разработке мер по поддержанию социальной стабильности и снижению напряженности в обществе, созданию условий для нормального функционирования бизнеса

5 В современной России преобладающей моделью отношения бизнеса и государства в области перераспределения социальных обязательств является модель «торга» с элементами модели «согласования» Ее принципиальное отличие от других, рассматриваемых в научной литературе моделей, следующее независимо от того, кто является инициатором постановки определенной социальной проблемы – властная или общественная структура - в процессе выработки, принятия и реализации решения – бизнес-структура выступает как исключительно значимый актор

Теоретическая значимость исследования. Результаты диссертационного исследования могут быть положены в основу теоретических разработок по проблемам социальной ответственности бизнеса, а также институционализации отношений государства, бизнеса и общества

Практическая значимость исследования Выводы, сделанные в диссертации, могут быть использованы как органами государственной власти, так и бизнес - структурами при определении возможных путей повышения эффективности их взаимодействия в социальной сфере, а также оценки границ применения зарубежного опыта в области социальной ответственности бизнеса

Теоретические выводы и эмпирический материал, содержащийся в диссертации, могут быть использованы при разработке учебных курсов по сравнительной политологии, политическим институтам и процессам

Апробация результатов исследования Положения и выводы диссертации представлены и обсуждены на научно - практических конференциях Первая Международная научно-практическая конференция «Стратегия динамического развития России единство самоорганизации и управления», Москва, 2004 год, II Международный конгресс конфликтологов «Современная конфликтология пути и средства содействия развитию демократии, культуры, мира и согласия», Санкт-Петербург, 2004 г , научно-практическая конференция «Реформы в России правовое обеспечение», Москва, 2004г , научно-практическая конференция «Институты гражданского общества как субъекты социальной консолидации», Москва, 2004 г , «Реформы в России проблемы и перспективы», Москва, 2004 г , Научно-практическая конференция «Университетская политология России в национальном и европейском контекстах», Москва, 2005 г , V Международная научная конференция «Россия тенденции и перспективы развития», Москва, 2005 г , Всероссийская научная конференция «Первые казанские социологические чтения», Казань, 2005 г , II Международный конгресс «Государство и бизнес социально-ответственное партнерство», Москва, 2005 г , международная научно-практическая конференция «Власть в глобальном и культурном контексте», Москва, 2006 г , Всероссийская научная конференция «Проблемы формирования государственных политик в России состояние и перспективы», Москва, 2006 г , использовались при подготовке II Московского гражданского форума «Общество-бизнес-власть от сосуществования, через содействие, к сотрудничеству», Москва, 2006 г и пр

Результаты исследования использованы в организации социально ответственной деятельности компании ООО «Ямбурггаздобыча» ОАО

«Газпром», в организации взаимодействия с муниципальными и региональными органами власти

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите кафедрой политологии и политического управления Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации

Структура работы

Структура исследования определяется его целями и задачами Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений

II.ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность исследуемой проблемы, осуществлен анализ степени ее разработанности в научной литературе, определены объект и предмет исследования, раскрыты его цели и задачи, дана характеристика теоретико-методологической базы, определены научная новизна, положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость исследования, апробация ее ключевых положений

В первой главе диссертации «Теоретико-методологические основы анализа взаимодействия государства, бизнеса и общества» исследованы различные подходы к раскрытию сути социальной ответственности бизнеса, рассмотрена трансформация этого понятия и формы и методы реализации в зависимости от различных подходов и политических ситуаций

Основное внимание уделяется концепции социальной ответственности бизнеса, что предполагает учет социальных целей при принятии деловых решений, реализация которых может приносить социальные и экономические выгоды обществу

В соответствии с этими подходами автором проанализировано понятие «ответственность», «социальная ответственность», выделены смысловые составляющие термина «ответственность» применительно к проблеме взаимоотношения бизнеса, государства и общества

Показано, что в современную эпоху крупные бизнес-корпорации обладают многогранными ресурсами, политическими в том числе, и затрагивают интересы общества в различных сферах его

жизнедеятельности Рассмотрены основные обязательства перед обществом, выполнение которых позволяет предотвратить социальную напряженность и становится залогом политической стабильности

Внимание автора концентрируется на традиционном (узко экономическом) подходе, иначе называемом теорией корпоративного эгоизма (shareholders), современном - широком подходе, с точки зрения «держателей интереса» (stakeholders), согласно которому менеджеры и другие работники корпорации имеют обязательства перед многими группами населения stakeholders (заинтересованными лицами) и признание этого факта определяет задачи и проблемы, которые бизнес - корпорации решают в обществе

В научной литературе в качестве побудительных мотивов участия бизнеса в социальных программах выгодных как для корпораций, так и для общества, преимущественно можно встретить следующее осознание собственного интереса (социальная вовлеченность компании относится к числу ее собственных интересов, т к создает лучшее общество и лучшую среду для бизнеса компании), формирование положительного публичного имиджа компании (создает предпосылки для повышения рыночной котировки ее акций, лучшего коммерческого восприятия ее продуктов / услуг потребителями), социально ответственный и этический менеджмент, который упреждает или ослабевает возможный отрицательный эффект воздействия на компанию со стороны таких влиятельных держателей интереса, как государство и групп общественного давления К этим приведенным стимулам, автор добавляет *четвертый фактор – «социального соучастия»* согласно которого социальные обязательства, так или иначе, находятся в зоне совместной ответственности государства и бизнеса Качество и характер взаимодействия по поводу их перераспределения и реализации определяет возможности получения прямых и опосредованных политических дивидендов для власти и отдельных государственных преференций для бизнес-корпораций

Успешное развитие современных бизнес-корпораций связано с их соучастием в общественно значимых проектах, что обуславливает изменение формата взаимодействия государства и бизнеса в решении социальных задач и способствует политической стабилизации общества

В диссертации проведен анализ содержания различных концепций социальной ответственности Раскрывая генезис этих концепций, автор

обращается к работам К Дэвиса, согласно которым проблематика социальной ответственности относится к «решениям и действиям, предпринимаемым бизнесменами по соображениям, которые хотя бы частично выходят за рамки прямых экономических или технических интересов компании»[3] и должна рассматриваться в контексте управления корпораций В этой связи, проанализированы изменения в состоянии и понимании корпоративного поведения как «социальное обязательство», «социальная ответственность» и «социальное реагирование»

Автор отмечает, что модификация концепции социальной ответственности бизнеса шла по линии расширения сфер показателей социальной ответственности и задействованных заинтересованных лиц, а также попыток совместить социальную ответственность с производственной деятельностью Автор выделяет два уровня социальной ответственности бизнеса внутренняя корпоративная социальная ответственность, реализуемая через кадровую политику предприятия, основанную на принципе ответственности перед персоналом, внешняя корпоративная социальная ответственность, к проявлению которой можно отнести открытые деловые отношения с бизнес партнерами и участие в решении социальных проблем на уровне местных сообществ, регионов, страны

По мнению автора, социальная ответственность бизнеса определяет неразрывность общих экономических принципов существования корпорации и ее социальной ответственности перед обществом, то есть предполагает инициативу руководства компании, направленную на принятие решения как единолично в рамках предприятия, так и совместно с государством, тем самым, формируя направления для осуществления добровольных действий, которые увеличивают уровень благосостояния и отвечают интересам, как самой компании, так и общества Вступая с государством в отношения по хозяйственно-отраслевой линии, как правило, бизнес-корпорации одновременно участвуют в системе территориального и партийно-парламентского представительства Соответственно, они создают финансовые, организационные и иные инструменты для такого участия, и поскольку активность по данной линии во многом определяет их место в политической системе и позволяет решать вопросы, определенные целями диссертационного исследования

---

[3] Davis K , Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? California Management Review, 2 70-76, Spring

Для концептуализации модели социальной ответственности бизнеса автор считает продуктивным использование совокупности социокультурного (среда обитания бизнеса), акторного (корпорация как социальный и политический актор) и неоинституционального подходов В рамках данного подхода автором сформулировано представление о социальной ответственности как о процессе, а не как о наборе результатов, как представляют некоторые исследователи в этой области, и рассматриваются все заинтересованные лица и группы, участвующие в деятельности корпораций

Значительное место в главе занимает анализ характера, места, роли бизнеса в обществе Бизнес - корпорация рассматривается как структура, аккумулирующая цели всех заинтересованных лиц Корпорации в современных условиях являются наиболее организованными экономическими субъектами, располагающими мощными финансовыми, организационными, политико-административными ресурсами

Таким образом, диссертант считает, что социальную ответственность можно рассматривать как систему отношений между субъектами (государством, бизнесом, обществом) по поводу осуществления взаимных требований Содержанием ответственности является зависимость субъектов друг от друга, и взаимные требования воспринимаются ими в качестве определенного основания для принятия решений и осуществления действий

Применительно к бизнес-корпорациям их зависимость от других субъектов состоит в частности в том, что успех компаний напрямую зависит от стабильной политической ситуации, устойчивости политической системы, а значит и правил игры для бизнеса

Во второй главе диссертации «Зарубежные модели реализации социальной ответственности современного бизнеса» автор рассмотрел распространенные в различных странах (прежде всего США и Западной Европе) практики социальной ответственности бизнеса, полагая при этом, что в той или иной мере они могут быть использованы и в России

Автор исходил из посыла, что в экономической, социальной и политической сфере рассматриваемых в диссертации стран существуют общие устойчивые тенденции и механизмы, поскольку они находятся на одном уровне своего исторического развития, что не только не исключает, а наоборот, предполагает поиск своеобразия проявления общих закономерностей в каждой конкретной стране

Социальная ответственность бизнеса «американского характера» носит экономический и достаточно либеральный характер

В диссертации отмечено, что фундаментальной ценностью для всех социально ответственных компаний США является прозрачность Прозрачность провозглашена правительством США одной из основных национальных ценностей Исторически наиболее эффективным средством стимулирования прозрачности бизнеса в отношении социальных и экологических вопросов были и остаются резолюции акционеров

В работе показано, что основная формула социальной ответственности бизнеса в США следующая корпорация стремится к максимальной прибыли, затем с помощью пожертвований добивается моральных дивидендов, облегчающих получение последующей материальной прибыли

Серьезным стимулом для корректировки социальных программ американских корпораций в ближайшее десятилетие является кризис стратегий мультикультурализма и «позитивной дискриминации» Угрозы безопасности и ощущение личной незащищенности подрывают традиционную для американской демократии модель жесткого разграничения сфер влияния государства, бизнеса, гражданина

В этих условиях перспектива отрицательной динамики накопления социального капитала порождает необходимость системного взаимодействия государственных учреждений (как на федеральном уровне, так и в масштабах штата), местного сообщества и компаний для реализации адресных проектов, обращенных к разным группам стейкхолдеров (заинтересованных в деятельности корпорации лиц)

Автор отмечает, что хотя многие транснациональные корпорации находятся в числе «передовиков» по внедрению практик социальной ответственности (и в США и за пределами своей страны), необходимым инструментом повышения конкурентоспособности для большей части национального бизнеса она еще не стала Предпочтение по-прежнему отдается различным направлениям стратегической филантропии и спонсорства

Европейские корпорации отличает от американских компаний большая социальная направленность, кроме того, европейская модель социальной ответственности бизнеса предусматривает институционализацию отношений со стейкхолдерами

Европейская модель корпоративной социальной ответственности в идеале ориентирована на превращение компаний в полноправных членов национальных сообществ, а стратегии социальной ответственности - в важный ресурс европейского государственного строительства

Автор рассмотрел принципы, которые Еврокомиссия предложила положить в основу развития социальной ответственности признание добровольного характера, достоверность и прозрачность методов, сбалансированный и всеохватывающий подход к корпоративной социальной ответственности, включающий экономические, социальные и экологические аспекты, интересы потребителей, внимание к особенностям и потребностям среднего и малого бизнеса, совместимость с существующими международными договорами и нормативами

В своей основе Европейская модель основывается на политическом опыте экономических преобразований, неразрывно увязывающих социальную ответственность предприятия с концепцией длительного (устойчивого) развития

Подводя итоги, автор отмечает, что социальная ответственность в странах с развитой рыночной экономикой воспринимается как многомерная конструкция, соответственно и критерии оценки могут быть различными Это могут быть инвестиции в охрану окружающей среды, оценка и характер производимых товаров и услуг, оценка отношений с работниками, отношения к меньшинствам, благотворительные программы и т д Все это с успехом может работать (и в отдельных случаях уже работает) в российских условиях

В третьей главе **«Взаимодействие бизнес-корпораций и государства в решении социальных задач российского общества»** анализируются отношения между государством и бизнесом в социальной сфере с целью обобщения опыта, нахождения неиспользованных резервов, выявления причин, по которым эти возможности не использованы

Анализируя процессы становления российских бизнес-корпораций, автор отмечает, что на первоначальном этапе проблема социальной ответственности бизнеса вообще не стояла Применительно к настоящему времени рассмотрены два варианта решения этой проблемы экономический рост при отложенном решении социальных проблем и социальное расслоение, экономический рост при одновременном уменьшении социального расслоения и снижения бедности Будущее, по мнению диссертанта, за вторым сценарием

При этом вклад бизнес-корпораций в решение социальных проблем общества должен осуществляться не только (и даже не столько) в виде разовой спонсорской или благотворительной помощи, направленной на улучшение имиджа компании, а в виде целостных, системных корпоративных социальных программ Эти программы предполагают взаимодействие бизнеса как с государством в целом, так и с местными сообществами и обязательное участие бизнеса в принятии решений и их реализации, как на уровне отдельных социальных программ, так и на уровне Федеральных национальных проектов

По мнению автора, деятельность в социальной сфере – это на сегодня наиболее актуальная и важная форма проявления социальной ответственности бизнеса, но не единственная И корни социальной ответственности лежат глубже Бизнес никогда не станет ведущим классом общества (демократического, во всяком случае) пока не проникнется чувством социальной ответственности перед этим обществом Социальная ответственность бизнеса начинается с неукоснительного соблюдения законов страны и внутрикорпоративных «правил игры», которые еще предстоит выработать

Для разработки соответствующей модели социально ответственной деятельности в российских условиях автор проанализировал основные отличия российской модели социальной ответственности бизнеса от ее американских и европейских аналогов Российская модель социальной ответственности бизнеса характеризуется сохранением элементов советской командной системы, в которой роль государства как двигателя идеологии социальной ответственности бизнеса очень высока Тем не менее, в условиях отсутствия длительного опыта практики социальной ответственности бизнеса, с одной стороны, и наличие устойчивых традиций филантропии, с другой стороны, такую тенденцию можно считать положительной Поэтому, по источникам регулирования, практике и движущим силам российский вариант модели социальной ответственности бизнеса представляет собой гибрид американской (добровольное, инициативное и самостоятельное участие бизнеса) и континентальной европейской схемой (значительное государственное регулирование социальной ответственности)

Автор отмечает, что современная социальная ответственность перед российским обществом – это философия поведения и концепция выстраивания бизнес - сообществом, компаниями и отдельными

представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры

- производство качественной продукции и услуг для потребителя,
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого потенциала,
- неукоснительное выполнение требований законодательства налогового, трудового, экологического и т д ,
- построение добросовестных отношений со всеми стейкхолдерами,
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавочной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров,
- согласование общественных ожиданий и общепринятых норм в практике ведения дел,
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества

С этих позиций в третьей главе представлен анализ социально ответственной деятельности следующих российских корпораций ОАО «Газпром», «РУСАЛ», РАО «ЕЭС России» Рассмотрено, какая система взаимодействия «Газпрома», РАО «ЕЭС России» и «РУСАЛа» сложилась с субъектами Российской Федерации, позволяющая решать в тесном контакте с местными администрациями многие производственные, финансовые, социальные и организационные вопросы

Автор проанализировал различные формы и методы реализации социальной ответственности, которые сложились в рамках этой системы При этом диссертант исходил из того, что социальная ответственность бизнеса не может рассматриваться как один отдельный аспект деятельности корпораций Она может быть обнаружена в часто взаимопротиворечащих направлениях деятельности компании *прямой* производственно-хозяйственной деятельности, определяемой показателями экономической эффективности и производственными результатами, деятельности, *не связанной напрямую* с производством и коммерческими целями корпорации, направленную на поддержку социальных проектов и реализацию социальных программ

Анализ социальной работы корпораций в России показывает, что зачастую в качестве приоритетов выступают управление персоналом и внутренние социальные программы, программы поддержки местных сообществ (благотворительные и спонсорские программы), экономические результаты деятельности, экологические аспекты Реже компании обращаются к темам «Права человека», «Качество продукции» и др

Таким образом, соответствие нормам социальной ответственности - это всегда сложный выбор между меркантильными целями и нравственными ограничениями, некий поиск компромисса, оптимальной корреляции экономической и социальной составляющей в деятельности бизнес-корпораций

Автор считает, что важно применять комплексный подход в оценке деятельности компаний на предмет, какую корпорацию считать социально ответственной на современном этапе, какими свойствами она должна обладать, чтобы общество признало ее социально ответственной корпорацией

С целью оценки качества социально ориентированной деятельности компаний и норм расширенной ответственности в политиках корпораций, диагностики реального состояния в анализируемых корпорациях, автор сформулировал пять основных индикаторов социальной ответственности российского бизнеса, согласно которым можно получить комплексную оценку деятельности бизнес-структур

1 политика ведения бизнеса не должна противоречить понятию о социальной справедливости, сложившемуся в обществе, а принятие основных бизнес - решений не должно быть подчинено идеологии корпоративного «эгоизма»,
2 корпорация должна стремиться к экономической эффективности и добросовестному исполнению законодательства,
3 реализовывать программы корпоративной социальной ответственности (внутренние и внешние), добиваясь повышения репутационного капитала компании (кредит доверия к корпорации),
4 участвовать в экологических программах при обязательном выполнении экологических стандартов, установленных государством,
5 стремиться к прозрачности, открытости и поддержанию практики регулярного составления публичной социальной отчетности,

которая является общим языком для диалога между бизнесом, государством и обществом

Опираясь на эти критерии установлено, что до последнего времени в отношениях государства, бизнеса и общества в области перераспределения социальных обязательств преобладали элементы модели «торга» А сами эти отношения государство-общество-бизнес складывались стихийно, что связано с отсутствием развитых корпоративных практик открытого ведения бизнеса и одностороннего избирательного отношения органов власти, государства к корпорациям Повышение роли и значения социальной ответственности как фактора социально-политической стабильности возможно в условиях улучшения климата доверия между государством, бизнесом и обществом с привнесением элементов модели «согласования», предполагающей, что в процессе выработки, принятия и реализации решения бизнес выступает как равноправный партнер власти Беря на себя свою долю ответственности за решение социальных проблем, бизнес-корпорации получают право предполагать и отстаивать те способы и методы ее решения, которые считает наиболее эффективными Более того, поскольку решения едва ли не любой проблемы затрагивает другие, в том числе и сложившиеся методы управления в самих властных структурах, бизнес получает право высказать свое мнение предложить свои рекомендации на предмет управления процессом решения социальных задач

Автор, сравнивая различный опыт стран Западной Европы и США в процессе выработки, принятия и реализации решений в области социальной ответственности бизнеса приходит к выводу, что на современном этапе в России, в формате взаимодействия государства и бизнеса преобладает модель «торга» с привнесением элементов модели «согласования»

Показано, как в России происходит расширение практики публичной финансовой отчетности, основанной на международных стандартах открытости, которая является не только инструментом корпоративного управления, но и средством повышения прозрачности в деятельности компании, улучшения диалога с социальными партнерами, другими заинтересованными сторонами Таким образом, публичная отчетность — одна из функций единого управленческого подхода, реализация которой должна приводить к заметным преимуществам В их числе повышение качества управления, позитивный вклад в обеспечение устойчивого

развития компании, уменьшение рисков, в том числе — нефинансовых, улучшение репутации, развитие связей с заинтересованными сторонами, обмен информацией, обеспечение сравнительной результативности, вследствие этого диалог бизнес-корпораций с государством и обществом становится эффективнее, что позволяет активизировать процесс совместного решения значимых социальных проблем Это неизбежно ведет к снижению социальной напряженности и укреплению политической стабильности российского общества

В **заключении** автор определяет, что один из самых бесспорных резервов участия бизнес-корпораций в решении социальных проблем общества - не реализованные отношения партнерства между государством и бизнесом, которые могут быть выстроены на языке идеологии социальной ответственности бизнеса

Для более полной реализации концепции социальной ответственности государству необходимо согласовывать с бизнес - структурами вопросы принятия важных решений и стремиться к достижению общей позиции в области социальной политики и экономических стратегий При этом необходимо более четко упорядочить зоны ответственности Государство должно нести ответственность за то, чтобы его права не стали правами чиновников, которые от имени государства, но в своих интересах используют его взаимоотношения с бизнесом

Список публикаций Марковой Е.В

1 Маркова Е В Социальная ответственность бизнеса опыт и проблемы реализации в российских корпорациях на примере ОАО «Газпром»// Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России теория и практика Материалы заседания «круглого стола»/ Под общ ред В С Комаровского, Н А Волгина - М Изд-во РАГС, 2005, 0,3 п л

2 Маркова Е В Теория политической и социальной ответственности бизнеса // Россия тенденции и перспективы развития Сборник научных статей РАГС, ИНИОН СЗАГС Выпуск 4 /Под общ ред В К Егорова, А С Горшкова и др -М Изд-во РАГС, 2005, 0,3 п л

3 Маркова Е В Корпоративные социальные программы концепции и российская практика //Актуальные проблемы политики и

политологии в России Сборник статей /Под общей ред В С Комаровского М Изд-во РАГС, 2005, 0,4 п л

4 Маркова Е В Социальная ответственность бизнеса российская практика реализации социальных программ, - Научный журнал «Экономика, право, политика, безопасность», №1/2-2005, 0,4 п л

5 Маркова Е В Российские особенности развития отношений между государством, бизнесом и обществом (на примере социальной ответственности бизнеса)//Материалы Всероссийской научной конференции «Современное российское общество состояние и перспективы» (Первые Казанские социологические чтения) Казань, 15-16 ноября 2005 г Т 2 – Центр инновационных технологий, 2006 -276 с 205, 0,2 п л

6 Маркова Е В Социальная ответственность бизнеса теория и практика // Наука Культура Общество, 2006, №5, с 0,5 п л

7 Маркова Е В Государство – общество – бизнес // *Среднерусский вестник общественных наук*, 2007, №1, с 23-28, 0,4 п л

8. Маркова Е.В К вопросу о социальной ответственности бизнеса// Власть. 2007 №6. 0,4 п. л.

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Маркова Елена Валерьевна

Тема диссертационного исследования

«Социальная ответственность в деятельности современных российских бизнес – корпораций политологический анализ»

Изготовление оригинал-макета

Маркова Елена Валерьевна

Подписано в печать 10 09 Тираж 80 экз

Усл п л 1,3

Российская академия государственной службы

при Президенте Российской Федерации

Отпечатано в ОПМБ РАГС Зак № 409

119606, Москва, пр Вернадского, 84