

Секция «Экономическая социология и маркетинг»
**Социально ориентированные бизнес-практики в реализации концепции
устойчивого развития**

Каменская Анна Олеговна

Аспирант

Московский государственный институт международных отношений, Москва, Россия

E-mail: Anna_tikhnv@mail.ru

Новым артикулируемым глобальным трендом стало повсеместное внедрение концепции устойчивого развития, принятой на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в июне 1992 г. в Рио-де-Жанейро [3]. Данная концепция включает в себя три компонента - экономический, социальный и экологический, образующие единую системную целостность. Подразумевается, что такое развитие характеризуется экономической эффективностью и социальной справедливостью с общим снижением разрушительного влияния на биосферу. В рамках устойчивого развития государства активно разрабатывают и внедряют принципы «зеленой» экономики, при этом акценты делаются на широкий круг проблем, в том числе на конкуренцию, безработицу, бедность, справедливость и эффективное использование ресурсов. В частности, Европейский Союз объявил о переходе к экономике замкнутого цикла, благодаря которой планирует повысить уровень повторного использования коммунально-бытовых отходов до 70%, а также повторного использования упаковки до 80% к 2030 году [5]. Такие макротренды требуют не только пересмотра всего производственного цикла, но и управленческой, и маркетинговой политики корпораций.

Кроме того, 1 января 2016 года в силу вступила Повестка дня в области устойчивого развития на этот же период, принятая мировыми лидерами под эгидой Организации Объединенных Наций. Документ в очередной раз подчеркивает значимость мобилизации средств для достижения общих целей, в том числе - финансовых ресурсов, разработки новых технологий и укрепления роли партнерств с представителями бизнес сообществ [4].

В таких условиях, теория Милтона Фридмана, получившая название «корпоративного эгоизма» (единственная ответственность бизнеса - увеличение прибыли для своих акционеров), становится неприменимой к современным практикам ведения бизнеса [1]. Статистика говорит сама за себя: сравнив наиболее успешные экономики мира и корпорации, можно отметить, что список ста из них больше чем наполовину составляют транснациональные корпорации (ТНК). На этом фоне интерес к проблеме социально ответственных бизнес-практик неуклонно растёт, а корпорациям навязывается концепция «корпоративного альтруизма», при которой прибыль перестает быть основной целью бизнеса - во главу угла встает забота об общественном благе [2]. Однако такой подход противоречит сущности предпринимательской деятельности.

В этой связи разумной альтернативой видится центристская теория «разумного эгоизма», в рамках которой социальная ответственность бизнеса позиционируется как стратегия, сочетающая интересы бизнеса, государства и общества. Прибыль становится не единственной целью бизнеса, а средством производства товаров и оказания услуг обществу, соответствующих идеям устойчивого развития с учетом экологической и социальной ответственности.

В докладе подробно рассматриваются наиболее распространённые направления СОБ (социальной ответственности бизнеса), сформированные в рамках данной теории. Среди них:

1. Социальные инвестиции и венчурная филантропия - это добровольный вклад бизнеса в социальную сферу с целью повышения качества жизни населения путем удовлетворения их духовных или материальных потребностей и получения прибыли. Вкладом могут

считаться финансовые, материальные, технологические и другие ресурсы. Объект инвестиционной деятельности выбирается с учетом интересов всех заинтересованных сторон, с ожиданием социального и экономического эффекта в долгосрочной перспективе. Социальное инвестирование не предполагает обязательный возврат денег, предоставленных бизнесом, так как задачи таких инвестиций оправданы с позиции предпринимательской деятельности. Они создают благоприятную и стабильную социальную среду вокруг организации, способствует устойчивому развитию и увеличивает рыночную стоимость компании.

2. Социальное партнерство - это механизм, позволяющий осуществлять процесс эффективного взаимодействия государства, бизнеса и некоммерческих организаций (НКО) с целью согласования своих действий для достижения социальной стабильности в обществе, преодоления кризисных ситуаций, выработки согласованной экономической политики, а также регулирования социально-трудовых отношений. Социальное партнерство подразумевает, что государство, бизнес и НКО исполняют свои роли: НКО оперативно реагирует на проблемы населения и предоставляет всю необходимую информацию о нуждах разных социально-демографических групп, бизнес осуществляет свою деятельность в соответствии с запросами общества, государство создает законодательную базу и выступает в качестве арбитра. При этом важно, чтобы все субъекты социального партнерства являлись независимыми, равноправными партнерами.

3. Корпоративное волонтерство - добровольный и безвозмездный труд на благо общества, осуществляемый в стратегических для компании областях. Кроме того, это самая доступная форма социально ответственной деятельности, независящая от доходов компании. Особое распространение оно получило в период финансово-экономического кризиса, когда многие организации вынуждены сокращать или минимизировать расходы на свои социальные проекты. Волонтерство повышает мотивацию сотрудников, служит развитию корпоративной культуры и «командного духа», а также укреплению ценностей компании, что оказывает влияние на имидж компании и рост лояльности сотрудников к работодателю. Корпоративное волонтерство позволяет осуществлять диалог с обществом, органами власти и СМИ.

Практики СОБ, основанные на принципах теории «разумного эгоизма» позволяют корпорациям балансировать между давлением власти и ожиданиями общества, с одной стороны, и традиционными целями бизнеса, с другой. Кроме того, репутация ответственной компании дает право влиять на социально-экономическую обстановку в регионе предпринимательской активности.

Источники и литература

- 1) Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. СПб.: «Высшая школа менеджмента». 2010.
- 2) Долгорукова И.В. Современные практики реализации корпоративной социальной политики на российских предприятиях // Вестник МГИМО-Университета. 2014. No. 3. С. 206-214.
- 3) Report of the United Nations Conference on Environment and Development: <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>
- 4) The United Nations (UN): <http://www.un.org>
- 5) The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO): <http://www.unido.org>

Слова благодарности

Спасибо Вам за оказанное внимание к моей работе! Также хотелось бы выразить благодарность моему научному руководителю профессору А. В. Носковой.