ISSN 2311-875X (Online)
ISSN 2073-2872 (Print)

Устойчивое развитие экономики

АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА*

Татьяна Николаевна САВИНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории,
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Российская Федерация
savinatn@yandex.ru

История статьи:
Принята 13.11.2015
Одобрена 25.11.2015

УДК 331. 336
JEL: D01, O15, O44

Ключевые слова:
корпоративная социальная ответственность, критерии, оплата труда, этика бизнеса, устойчивое развитие

Аннотация
Тема. Современное состояние социально-экономического развития России требует переосмысления взглядов на процесс развития бизнеса с точки зрения внедрения в его деятельность основ корпоративной социальной ответственности (КСО). Решение существующей проблемы возможно с помощью активного внедрения в практику хозяйственной деятельности критериев социально ответственного поведения.
Цели. Комплексный анализ ключевых критериев социально ответственного поведения бизнеса.
Методология. Методологической основой исследования послужили диалектический метод в сочетании исторического и логического единства, метод эмпирического обобщения, методы структурного и функционального анализа, традиционные приемы экономического анализа и синтеза, а также специфические методы оценки динамики критериев КСО (экспертные оценки). В работе использованы также инструменты системного анализа.
Результаты. Определены критерии социально ответственного поведения бизнеса, которые предложено объединить в четыре блока (труд; социальное партнерство; заработная плата; охрана труда). Проведен детальный анализ таких критериев КСО, как достойная оплата труда, качество обслуживания клиентов, забота компаний о своих сотрудниках, этика бизнеса, охрана окружающей среды. Дана оценка уровня жизни населения, выявлены приоритетные характеристики клиентов, которыми они руководствуются в процессе совершения покупки; изучены национальные особенности деловой этики. Предложен комплекс мероприятий по охране окружающей среды.
Выводы и значимость. Сделан вывод о том, что четкое соответствие бизнеса требованиям социально ответственного поведения есть ключевой конкурентный механизм, задающий условия устойчивому развитию. Установлено, что усилия социально ответственного бизнеса должны быть сосредоточены на внедрение в его деятельность анализируемых критериев. Результаты работы могут быть активно использованы при составлении рейтинга социально ответственных компаний, разработке этических кодексов и составлении этических карт.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

В последнее время усилилось внимание к проблемам социальной ответственности бизнеса, его роли в социально-экономическом развитии. Действительно, все чаще можно видеть, как современные компании во избежание потенциальных угроз поставленным стратегическим целям и для повышения конкурентоспособности вынуждены поддерживать свой имидж, работать над улучшением деловой репутации, строить свою работу, опираясь на существующие принципы и придерживаясь установленных критериев социально ответственного поведения.

Заметим, что вопросы социально ответственного поведения бизнеса находятся в центре внимания многих авторов. Так, среди зарубежных исследований, специально посвященных вопросам корпоративной социальной ответственности (КСО), следует выделить фундаментальные работы Г. Боуэна [1], Э. Карнеги [2], А. Берли и Дж. Минза [3], А. Чандлера [4], М. Шварца и Э. Кэролл [5] и др.

Среди отечественных авторов – исследователей теории и практики социального развития, вопросов КСО и устойчивого развития следует назвать Ю.Е. Благова [6], С.М. Вдовина[1], Н.Д. Гуськову[2], Л.М. Никитину[3], С. Гончарова, Н.А. Кричевского [7], Э.М. Короткова[4],

* Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 15-02-00174а.

[1] *Вдовин С.М.* Предпосылки формирования стратегии устойчивого развития региона // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 16. С. 22–27.

[2] *Гуськова Н.Д., Вдовин С.М., Краковская И.Н.* Стратегия устойчивого развития региона: экономическое содержание и подходы к разработке // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. № 43. С. 21–27.

[3] *Никитина Л.М.* Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. Ростов: Феникс, 2015. С. 425.

[4] *Коротков Э.М.* Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2013. 445 с.

Т.А. Салимову [8], И. Соболеву [9] и др. Работы этих ученых представляют ценность прежде всего с позиции теоретико-методологических основ исследуемой проблемы. В методическом и практическом плане особый интерес представляют издания под редакцией М.И. Либоракиной [10], С. Литовченко [11], Г.Л. Тульчинского[5], А.И. Якимец [12] и др.

В целях лучшего понимания и ответа на вопрос, какие компании можно считать социально ответственными, необходима выработка критериев, по которым можно было бы отнести работодателей к категории социально ответственных. Заметим, что в кругу ученых-экономистов, активно проявляющих интерес к проблемам социальной ответственности, до сих пор не сложилось единого взгляда к определению критериев социально ответственного поведения компании. Эти критерии имеют узкое и широкое толкование. Узкое толкование включает обыденное представление о расходах на «социалку», содержании объектов социальной сферы и благотворительности. В широком смысле оно охватывает гармонизацию всех интересов бизнеса с интересами работников, территорий функционирования и общества в целом.

Таким образом, опираясь на системно-функциональный подход, под критерием социально ответственного поведения бизнеса следует понимать *наличие нерыночных элементов в воспроизводственном поведении фирмы, связанных с формированием партнерских отношений*.

Заметим, что ориентация экономики России на инновационный путь развития потребовала объективной необходимости выработки и формирования следующих основных признаков социально ответственного поведения бизнеса:

– высокое качество и широкий ассортимент товаров и услуг;

– справедливые и доступные цены;

– высокое качество обслуживания покупателей и клиентов;

– охрана труда и здоровья работников предприятий;

– забота компании о своих сотрудниках;

– создание новых рабочих мест с учетом требований и особенностей современного рынка труда и обеспечение гарантии надежности имеющихся рабочих мест;

– выплата достойной заработной платы, обеспечивающей нормальное воспроизводство человеческого капитала;

– экологическая безопасность производственной деятельности и защита окружающей среды;

– полное и своевременное информирование о рисках, связанных с деятельностью компании;

– установление более высоких стандартов деятельности, чем того требуют законы;

– вклад компании в развитие национальной экономики;

– поддержка прогрессивной государственной политики;

– участие в городских программах и поддержка местных сообществ;

– благотворительная деятельность;

– поддержка искусства и участие в культурных мероприятиях;

– тесные отношения компании с заинтересованными сторонами – стейкхолдерами (деловыми партнерами, поставщиками, гражданским обществом и др.);

– высокие этические нормы ведения бизнеса и предпринимательства.

В целом данные критерии можно сгруппировать в четыре блока: первый – соответствие трудовому законодательству; второй – социальное партнерство; третий – заработная плата; наконец, четвертый – охрана труда[6]. Можно увидеть, что в основе определенных критериев заложено соблюдение законодательных норм РФ.

Среди множества условий, которым должен отвечать современный бизнес, работая по цивилизованным правилам игры, то есть соответствуя требованиям социально ответственного поведения, нам представляется полезным рассмотреть следующие: достойную оплату труда, качество обслуживания клиентов,

[5] *Тульчинский Г.Л.* Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2015. 338 с.

[6] *Савина Т.Н.* Институт корпоративной социальной ответственности как инновационный социально ориентированный проект // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 2. С. 33–42.

заботу компаний о своих сотрудниках, этику поведения бизнеса, охрану окружающей среды.

Оплата труда. В условиях, когда речь идет о неоиндустриальной модернизации, или так называемой неоиндустриальной парадигме развития современного общества, одним из ключевых критериев социально ответственного поведения бизнеса является достойная оплата труда. Важность данного критерия определяется прежде всего тем, что для обеспечения нормальной жизнедеятельности человека и восстановления сил необходимы денежные средства, на которые человек смог бы обеспечить себя всем необходимым. Достойный труд – это стержень современного социального и экономического развития, и основным элементом достойного труда является заработная плата, обеспечивающая работнику экономическую независимость, отдых, возможность содержания семьи и инвестиций в свое развитие.

Однако уровень реальной заработной платы граждан России все еще не соответствует понятию «достойная» и не обеспечивает доступности жилья и других благ, необходимых для обеспечения расширенного воспроизводства человека. Российская действительность демонстрирует серьезное противоречие в сфере заработной платы, проявляющееся в резкой ее дифференциации и крайне недостаточном среднем уровне. Существенную роль в этом сыграло необоснованное ни с экономической, ни с социальной точки зрения сдерживание минимального размера оплаты труда (МРОТ), устанавливаемого государством в качестве государственной гарантии. В то же время МРОТ является одним из основных элементов, характеризующих качество распределения социальной ответственности между государством и предпринимателями (табл. 1).

Официальным показателем, который отражает минимально необходимый размер денежных средств, необходимых для выживания в рамках существующей экономической конъюнктуры, является прожиточный минимум. Прожиточный минимум – это минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определенного уровня жизни в определенной стране (табл. 2).

При этом известно, что прожиточный минимум покрывается минимальным размером оплаты труда не полностью, а частично. Так, в 2010 г. соотношение МРОТ и прожиточного минимума составляло 76,1%, в 2011 г. – 68, в 2012 г. – 70,8, в 2013 г. – 68,2, в 2014 г. – 71,2 и в 2015 г. – 59,5%. Из представленных данных следует, что МРОТ является недостаточным для удовлетворения базовых потребностей человека, кроме того, в 2015 г. отмечается усиление данной тенденции. Динамика денежных доходов, которыми реально располагает население России, следующая: в 2010 г. реальные располагаемые доходы к предыдущему периоду составляли 105,9%, в 2011 г. – 100,5, в 2012 г. – 104,6, в 2013 г. – 99,3 и в I кв. 2015 г. – 72,5%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что реальные доходы населения значительно снизились за последние два года, то есть люди стали зарабатывать меньше и, следовательно, количество товаров и услуг, которые они могут приобрести на эти деньги, также уменьшилось. Иными словами, налицо постепенное снижение уровня жизни, и социальная ответственность бизнеса в этих условиях становится особенно важной.

Проведенный анализ уровня оплаты труда позволяет с уверенностью утверждать, что именно достойная зарплата является ключевым признаком высокой корпоративной социальной ответственности в условиях, когда речь идет о таком инструменте развития, как неоиндустриальная модернизация.

Качество обслуживания. Следует отметить, что высокое качество обслуживания клиентов является одним из ключевых инструментов в условиях жесткой конкурентной борьбы. Кроме того, данный критерий играет решающую роль при формировании лояльности клиента к компании.

Для покупателей и клиентов основными компонентами, с которых начинается качественное обслуживание, является собственно отношение к себе, а именно: приветствие и прощание, улыбка и сервис дополнительных предложений (рис. 1).

Динамика показателей качества обслуживания клиентов в России показывает, что уровень сервиса в стране постепенно растет. Так, в 2014 г., сотрудники российских компаний стали чаще, чем в предыдущие годы, улыбаться клиентам (в 48% случаев). Наряду с этим наблюдается положительная тенденция увеличения количества работников, приветствующих посетителей при встрече (на 9%). Прирост продемонстрировал и такой компонент, как «дополнительные предложения» (7%). По сравнению с 2012 г. частота прощаний сотрудников с потребителями возросла с 77 до 81%.

Пятерка лидеров по качеству обслуживания покупателей и клиентов не претерпела значительных изменений за период с 2012 по 2014 гг. Как и в 2012 г., рейтинг возглавляют банки (43%), рестораны (35), салоны красоты (30), автосалоны (26) и турагентства (21%). Однако несмотря на сохранение лидирующих позиций, рестораны, салоны красоты, автосалоны и турагентства продемонстрировали некоторое снижение результатов к 2014 г. (в пределах 10%). А вот среди главных аутсайдеров отмечено четыре представителя розничной торговли – это рынки, вокзалы, супермаркеты и магазины «шаговой доступности».

Следует отметить, что состав рейтингов «лучших» и «худших» сфер по уровню обслуживания определяется в первую очередь потребностями потребителей. При покупке услуг для сегодняшнего потребителя качество сервиса выходит на первое место, зачастую опережая качество этой услуги и ее цену. В то же время при покупке товара его качество является главным приоритетом при принятии решения о его приобретении.

Качество сервиса при покупке услуги важнее качества самой услуги (88% против 65%). При этом на цену, как на главный критерий, ориентируется еще меньшее количество россиян – всего 40%. Все это, безусловно, повышает значимость качества обслуживания в сфере предоставления услуг. Именно поэтому банки, рестораны, салоны красоты уделяют больше внимания удовлетворенности клиента обслуживанием. При приобретении товара потребители ориентируются в первую очередь на качество самого продукта – 82% покупателей, а качество обслуживания здесь важно для 76% опрошенных.

Таким образом, высокий уровень качества обслуживания – это инструмент, способствующий формированию лояльности клиента к компании. В пользу данного утверждения свидетельствует и тот факт, что 90% россиян будут чаще и больше покупать именно там, где им понравился уровень обслуживания.

Забота компаний о своих сотрудниках. На сегодняшний день одним из главных способов мотивации сотрудников компанией является предоставление им так называемых социальных пакетов. Подобный подход к стимулированию трудовой деятельности позволяет компаниям снижать текучесть кадров, формировать приверженность и лояльность сотрудников, а в итоге, за счет сохранения квалифицированных кадров, – повышать конкурентоспособность компании.

Однако не все российские предприниматели относятся к расширенным социальным пакетам однозначно, многие из них считают, что это всего лишь неизбежные дополнительные расходы, необходимые для привлечения и удержания квалифицированных кадров. Понятие «социальный пакет» не закреплено в трудовом законодательстве, но подразумевает предоставление работодателями по собственной инициативе своим сотрудникам льгот, бонусов и благ. С развитием рыночной экономики в России появился стандартный социальный пакет, в который обычно входят медицинская страховка, компенсация расходов на транспорт, мобильная связь, бесплатные обеды, внешние тренинги, корпоративный отдых, оплата путевок и абонементов, предоставление кредитов.

Трудно сказать, соответствует ли стандартный социальный пакет запросам современных сотрудников, так как каждый из них выбирает его индивидуально, а иногда и вовсе отдает свой выбор предложениям с высокой оплатой труда вообще без льгот. Если рассматривать проблему потребности в социальном пакете с этой точки зрения, то можно прийти к выводу, что не имеет смысла увеличивать количество услуг, обеспечивающихся социальным пакетом. Однако если посмотреть на это под другим углом, например с точки зрения крупных отечественных компаний, то станет понятно, что именно наличие социального пакета обеспечивает заинтересованность сотрудников в деятельности компании. Обратим внимание на такие компании, как ОК «Русал» и ПАО «Татнефть».

Известно, что ОК «Русал» предоставляет своим сотрудникам дотации на питание, дополнительные выплаты для пенсионеров и ветеранов, корпоративный летний отдых для детей сотрудников, помощь в приобретении жилья и т.д. Текучесть кадров в компании в 2014 г. составила 7,2%[7].

Коллективный договор ПАО «Татнефть» предусматривает льготы и гарантии работникам, социальную защиту молодых работников, поддержку ветеранов и пенсионеров. Компания осуществляет страхование от несчастных случаев на производстве, реализует программу

[7] Годовой отчет ОАО «Татнефть» за 2014 г. URL: http://tatneft.ru/storage/block_editor/files/5d499576db4af25f8a32ef2148cdf02d530931e2.pdf

добровольного медицинского страхования, в рамках которой работники могут получить квалифицированную помощь в медицинском учреждении и пройти курс реабилитации в оздоровительных заведениях. Кроме того, ПАО осуществляет систему профессионального образования – подготовку и повышение квалификации рабочих, специалистов, менеджеров среднего и высшего звеньев, поддержку работников, участвующих в ипотечной программе, предоставляя им заем сроком на 10 лет без начисления процентов для внесения первоначального взноса за приобретенную жилплощадь. Текучесть кадров в компании в 2014 г. составила всего 4,7%[8].

Из изложенного очевидно, что расширение социального пакета на базе компании приведет к сохранению кадрового состава. Сотрудники будут привержены организации, которая предоставляет не просто стандартные услуги, обусловленные запросами рынка, но и дополнительные, позволяющие им уверенно смотреть в будущее. С помощью правильно разработанного пакета услуг компания получит высококвалифицированные кадры, стремящиеся к достижению поставленных руководством целей. Разработка социальных пакетов и социальных программ для заботы о сотрудниках – это не просто способ, который поможет обеспечить конкурентные преимущества, а прежде всего путь к устойчивому развитию компании в долгосрочной перспективе.

Соблюдение высоких этических норм. В сентябре 2015 г. О. Голодец, вице-премьер РФ, курирующая вопросы социальной политики, заявила, что, по ее мнению, на каждом предприятии (речь шла в первую очередь о предприятиях ОПК) должен внедряться кодекс корпоративной этики. Заместитель правительства считает, что отсутствие дисциплины в отраслях ОПК может стоить «очень дорого, и не только для самих предприятий, но и в целом для человечества». В связи с этим необходимо рассмотреть актуальный на данный момент критерий – корпоративную этику.

Этика поведения – это один из наиболее спорных элементов современного управления организацией. Так, в многочисленных организациях США и Европы, которые не представляют своего существования без этического регулирования, для того чтобы повысить уровень поведения руководителей и рядовых работников, проводятся следующие мероприятия:

- разрабатываются этические кодексы, представляющие собой руководства по «правильному» поведению работников и управленцев в спорных ситуациях. Этические кодексы включают в себя систему общих ценностей и правила этики организации, которых должны придерживаться ее работники. Для эффективной работы таких кодексов в организациях установлены дисциплинарные меры за их нарушение;
- создаются «карты этики» для каждого работника, которые конкретизируют отдельные положения этического кодекса и содержат контактную информацию консультанта по этическим вопросам;
- создаются комитеты по этике для оценки повседневной практики с точки зрения соблюдения этических норм. Некоторые организации не создают такие комитеты, но нанимают специалиста по этике бизнеса – так называемого адвоката по этике. Роль такого адвоката – выполнение функции «социальной совести» организации;
- осуществляется обучение этичному поведению руководителей и рядовых сотрудников;
- проводится этическая экспертиза, представляющая собой всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации. Результатом такой экспертизы становится система предложений, направленных на улучшение морального климата, а также внесение коррективов в практику деятельности организации;
- проводится этическое консультирование, когда возникающие проблемы не могут быть решены силами самой организации, для чего приглашаются компетентные независимые специалисты по этике деловых отношений со стороны.

Следует отметить, что представленные выше мероприятия в большинстве случаев характерны для компаний США и Европы. В России же этика бизнеса играет особую роль, она остается необязательной для управленческих решений, именно поэтому опыт зарубежных стран не всегда можно слепо переносить в нашу действительность. Российская этика бизнеса в

[8] Отчет об устойчивом развитии ОК РУСАЛ за 2014 г. URL: http://sr.rusal.ru/archive

контексте национальных особенностей формально представлена в табл. 3.

Итак, первый элемент, характеризующий национальные особенности деловой этики, – это лицо, ответственное за соблюдение этики в компании. В США господствует индивидуалистская культура, которая предполагает ответственность каждого сотрудника за свою деятельность. Этические кодексы, карты этики, комитеты по этике, обучение этическим нормам позволяют сотрудникам в различных ситуациях принимать верные решения.

В европейских странах принято считать, что человек не может отвечать за этичное поведение всей организации, поскольку последняя работает в рамках, устанавливаемых государством и обществом, поэтому и ответственность за этичное поведение лежит на социуме в целом. В российских организациях за этическое поведение в компании отвечает руководитель. Это связано с иерархией в организации, которая приводит к ограниченному выбору моделей поведения сотрудником.

Вторым элементом, отражающим национальные особенности бизнес-этики, являются этические нормы поведения. В США ориентиром поведения являются этические кодексы, разрабатываемые для каждой организации, в Европе основными нормативами этичного поведения являются нормы закона, а для российского бизнеса основным источником этических норм является мнение руководителя.

Третьим элементом системы являются участники бизнес-процессов. В США главным участником любого бизнес-процесса, в том числе и этического регулирования, является корпорация. Государственное вмешательство в данный процесс минимально, то есть этика выступает в качестве жеста доброй воли, когда сотруднику рекомендуется вести себя тем или иным способом, который выгоден для бизнес-сообщества в целом. Для Европы, напротив, характерно активное вмешательство государства в бизнес-процессы. Именно оно, наравне с организационными объединениями и профсоюзами, является участником бизнес-процесса, регулирующего этику в организации. Для бизнес-процессов, происходящих в России, типичны следующие участники: государство и организация. Важно отметить, что оба участника в качестве приоритета ставят собственные интересы, что в итоге отражается на результатах.

Таким образом, рассматривая элементы бизнес-этики, которые демонстрируют культурные различия в ее использовании, мы можем отметить, что деловая этика в организации – понятие не универсальное. Российский бизнес и отечественная бизнес-этика являются уникальным явлением по сравнению с опытом американских и европейских организаций. Между реакцией на события в деловой сфере российских и зарубежных бизнесменов существует огромная разница. Например, после внедрения этического кодекса в российскую организацию управленцы значительно чаще нарушают правила, считая свое поведение выше регулирования. Сотрудники, видя подобное отношение, начинают сами игнорировать правила, зафиксированные в кодексе. Решение данной проблемы на российских предприятиях, то есть соблюдение этических принципов всеми сотрудниками, возможно лишь в том случае, если высшее звено будет работать в гораздо более жестких этических рамках, вплоть до дисциплинарной ответственности за их нарушение.

Проблемы экологии. В последнее время в обществе возрастает интерес к состоянию окружающей среды и вопросам экологии как основным параметрам устойчивого развития. Люди стремятся вести экологически правильный образ жизни и содействовать защите окружающей среды.

В 2012 г. были утверждены Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 г. Это подтверждает, что государство нацелено на экологически ориентированный рост экономики, то есть сохранение благоприятной окружающей среды, природных ресурсов, биоразнообразия и обеспечение экологической безопасности. В соответствии с нормами данного закона эксплуатация предприятий и иных объектов, оказывающих прямое или косвенное негативное воздействие на окружающую среду, осуществляется в соответствии с требованиями в области охраны окружающей среды. При этом должны быть предусмотрены мероприятия по охране окружающей среды, рациональному использованию и воспроизводству природных ресурсов, обеспечению экологической безопасности. Основными задачами в области охраны окружающей среды являются:

- предотвращение загрязнения природы;
- устойчивое использование ресурсов;

- адаптация к неуклонному смягчению климата;
- защита и восстановление естественной природной среды.

За нарушение законодательства в области охраны окружающей среды устанавливается имущественная, дисциплинарная, административная и уголовная ответственность в соответствии с законодательством, однако зачастую размер штрафов, установленных за загрязнение окружающей среды и выбросы сверх нормы, не является достаточно высоким. К сожалению, безответственным организациям проще уплачивать штрафы, чем вкладывать средства в рациональное использование, переработку и утилизацию ресурсов. Нормы допустимых выбросов и сбросов веществ для стационарных и передвижных источников воздействия на окружающую среду основаны на нормативах допустимой антропогенной нагрузки на природу, качества окружающей среды, а также технологических нормативах. Рассмотрим основные показатели производственной деятельности, связанные с окружающей средой (табл. 4).

Из анализа данных табл. 4 следует, что увеличение инвестиций в основной капитал, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование ресурсов, говорит о благоприятной тенденции, поскольку организации становятся более социально ответственными и осознают необходимость активных методов борьбы с загрязнениями. Вложения осуществляются в оборудование производственного процесса, постройку очистных сооружений и т.д., хотя в последние годы увеличиваются вновь образующиеся отходы производства (табл. 5). Данные по использованию, размещению и потреблению отходов в России приведены в табл. 6.

В целях противодействия угрозам экологической безопасности и соблюдения требований охраны окружающей среды необходимо, на наш взгляд, выработать следующий комплекс мероприятий:

1) постепенное сокращение всех видов загрязнений до минимальных значений (выбросов в атмосферу, сбросов в водные объекты, хранение отходов и т.д.);
2) содействие развитию и продвижению инновационных технологий, направленных на эффективное использование энергии, воды и других ресурсов;
3) сокращение потребления невозобновляемых ресурсов;
4) содействие сохранению и восстановлению биоразнообразия и природных экосистем;
5) противодействие изменению климата и адаптация к нему (сокращение выбросов парниковых газов и учет прогнозов изменения глобального и местного климата при планировании деятельности).

Замечено, что в практике отечественного бизнеса наибольшую заинтересованность в направлении реализации критериев КСО проявляют лишь стратегически ориентированные компании, стремящиеся как к получению положительных финансовых результатов от ведения своей деятельности в долгосрочной перспективе, так и к формированию имиджа социально ответственной компании.

Сегодня для российского бизнеса внедрение критериев КСО может стать крупным, потенциально очень выгодным шагом вперед. Давно пора начинать движение в этом направлении, иначе разрыв в уровне корпоративного управления, по сравнению с экономически социально развитыми странами, будет только увеличиваться. Таким образом, в современных российских условиях является принципиально важным осознать, что бизнес развивается в целях реализации интересов и удовлетворения потребностей всех заинтересованных сторон. И только внедрив принципы КСО, бизнес сможет рассчитывать на получение прибыли в долгосрочной перспективе и достижение результатов устойчивого развития в целом.

Мы убеждены, что четкое следование критериям современного бизнеса, работа по цивилизованным правилам игры, соответствие требованиям социально ответственного поведения и есть главный конкурентный механизм, задающий условия для устойчивого развития как на микро- и макроуровне.

Таблица 1

Динамика минимального размера оплаты труда в РФ за 2010–2015 гг.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
МРОТ, руб.	4 330	4 330	4 611	5 205	5 554	5 965
Темп прироста, % к предыдущему году	–	–	6,5	12,9	6,7	7,4

Таблица 2

Величина среднего прожиточного минимума (на душу населения) в РФ за 2010–2015 гг., руб./мес.

Период	По всему населению, в среднем	По социальным группам		
		Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
2010	5 688	6 138	4 521	5 489
2011	6 369	6 878	5 032	6 157
2012	6 510	7 049	5 123	6 259
2013	7 306	7 871	5 998	7 022
2014	8 050	8 683	6 617	7 752
I кв. 2015	9 662	10 404	7 916	9 489
II кв. 2015	10 017	10 792	8 210	9 806

Таблица 3

Национальные особенности деловой этики

Страна, регион	Лицо, ответственное за соблюдение этики в компании	Источники норм поведения	Участники бизнес-процессов
США	Сотрудник	Этические кодексы	Корпорация
Европа	Социум	Нормы закона	Государство и профсоюзы
Россия	Руководитель	Усмотрение руководителя	Государство и организации

Таблица 4

Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, в Российской Федерации в 2009–2014 гг., млн руб.

Инвестиции в охрану	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Атмосферного воздуха	23 242	26 127	27 882	34 626	41 196	55 587
Водных ресурсов	39 219	46 025	46 610	52 420	59 505	76 315
Земель	11 045	9 340	13 785	19 888	13 743	14 493
Всего	***81 914***	***89 094***	***95 662***	***116 543***	***123 748***	***158 589***

Источник: [4]

Таблица 5

Динамика образования отходов производства и потребления в Российской Федерации в 2006–2014 гг.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Общая масса отходов, млн т	3 519,4	3 899,3	3 876,9	3 505	3 734,7	4 303,3	5 007,9	5 152,8	5 168,3
Темп прироста, % к предыдущему году	15,95	10,8	– 0,6	– 9, 6	6, 5	15,2	16, 4	2, 9	0, 3

Таблица 6

Образование, использование, обезвреживание и размещение отходов производства и потребления в Российской Федерации в 2008–2014 гг., млн т

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Образование отходов производства и потребления, всего В том числе опасных	3 876,9 122,9	505 141	3 734,7 114,4	4 303,3 120,2	5 008 113,7	5 152,8 116,7	5 168,3 124,3
Использование и обезвреживание отходов производства и потребления	1 960,7	1 661,4	1 738,1	1 990,7	2 348	2 043,6	2 357,2
Размещение отходов производства и потребления на объектах, принадлежащих предприятию, всего В том числе: – местах хранения – в местах захоронения	2 517,3 1 868,5 648,9	2 334,2 1 650,6 683,6	2 227,5 1 634,5 593	2 584,4 1 919,4 665,0	2 912 2 109 777,3	4 897,7 4 071,8 814,9	2 951,4 2 426,2 524,5

Рисунок 1

Важнейшие компоненты качества обслуживания в 2012–2014 гг., %

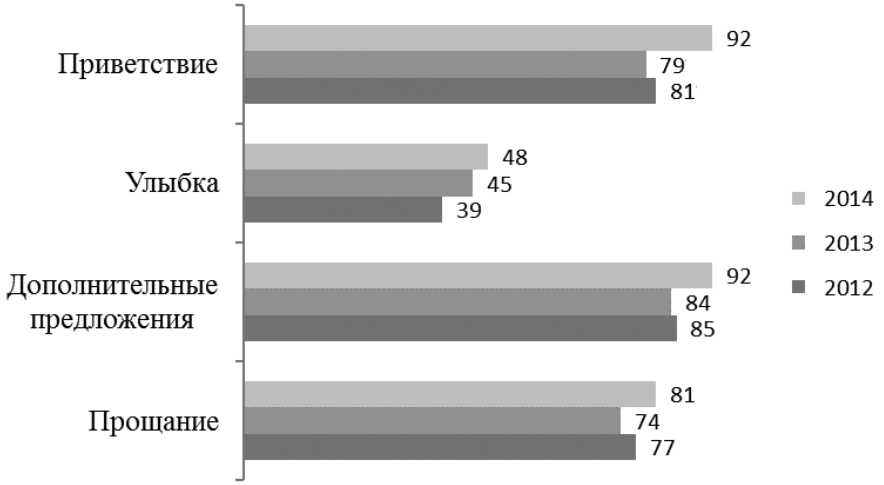
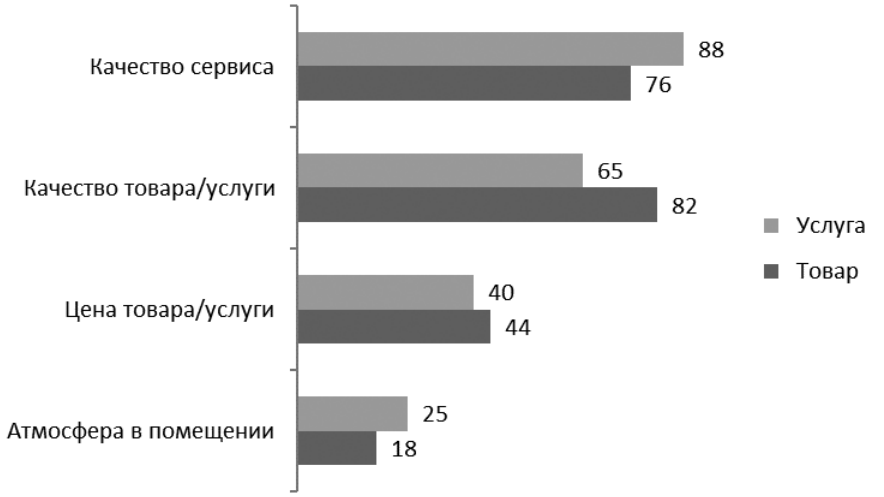


Рисунок 2

Приоритетные характеристики обслуживания для покупателей и клиентов, %



Список литературы

1. *Bowen H.* Social Responsibilities of the Businessman. NY: Harper & Row. 1953. P. 120–124.

2. *Карнеги Э.* Автобиография. Евангелие богатства. СПб: Попурри, 2014. С. 473.

3. *Berle A., Means G.* The Corporation and Private Property. NY: The MacMillion Company, 1932. P. 256–274.

4. *Chandler A.D.* The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press, 1977. P. 87–92.

5. *Schwartz M., Caroll A*. Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach // Business Ethics Quarterly. 2003. Vol. 13. Iss. 4. P. 503–530.

6. *Благов Ю.Е.* Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ. 2010. 272 с.

7. *Кричевский Н., Гончаров С.* Корпоративная социальная ответственность. М.: Дашков и К, 2008. С. 216.

8. *Салимова Т., Ольховикова Н.* Инструменты системной деятельности по улучшению в области социально ответственного поведения организации // Стандарты и качество. 2012. № 12. С. 74–78.

9. *Соболева И.* Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. 2005. № 10. С. 63–72.

10. *Либоракина М.И.* Социальные инвестиции российских компаний. М.: Институт экономики города, 2004. 230 с.

11. *Литовченко С., Корсакова М.* Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. М.: Ассоциация менеджеров, 2003. С. 100.

12. *Якимец В.Н.* Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. М.: УРСС, 2005. 184 с.

ISSN 2311-875X (Online)
ISSN 2073-2872 (Print)

Sustainable Development of Economy

CRITERIA FOR EVALUATING SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESSES: AN ANALYSIS

Tat'yana N. SAVINA

Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia, Russian Federation
savinatn@yandex.ru

Article history:
Received 13 November 2015
Accepted 25 November 2015

JEL classification: D01, O15, O44

Keywords: corporate social responsibility, criteria, remuneration, business ethics, sustainable development

Abstract

Importance The current socio-economic development of Russia requires revising our views on the business development process by implementing fundamentals of Corporate Social Responsibility (CSR).

Objectives The research comprehensively analyzes the key criteria of socially responsible behavior of businesses.

Methods The methodological framework is based on a dialectical method, historical and logic unity, empirical summary, structural and functional analyses, traditional techniques of economic analysis and synthesis, and specific methods for evaluating CSR criteria trends (expert assessment). The research also involves some tools of a system analysis.

Results I determined criteria of socially responsible business operations, which were suggested to split into four groups, i.e. labor, social partnership, salary, labor protection. The article evaluates the living standards of the population, identifies priority features customers consider for their purchases, and examines the national specifics of business ethics. The article also describes a set of activities for the environmental protection.

Conclusions and Relevance I conclude that strict compliance of businesses with the Social Responsibility requirements constitutes a key competitive mechanism, which is a starting point for sustainable development. Socially responsible businesses should focus their efforts on implementing the criteria in question. The findings can be actively used when ranking socially responsible businesses and formulating codes of ethics.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2015

Acknowledgments

The article was supported by the Russian Foundation for Humanities, project No. 15-02-00174a.

References

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. New York, Harper & Row, 1953, pp. 120–124.
2. Carnegie A. *Avtobiografiya. Evangelie bogatstva* [The Autobiography of Andrew Carnegie and the Gospel of Wealth]. St. Petersburg, Popurri Publ., 2014, p. 473.
3. Berle A., Means G. The Corporation and Private Property. New York, MacMillion Company, 1932, pp. 256–274.
4. Chandler A.D. The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business. Cambridge, Harvard University Press, 1977, pp. 87–92.
5. Schwartz M., Caroll A. Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 2003, vol. 13, iss. 4, pp. 503–530.
6. Blagov E. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'. Evolyutsiya kontseptsii: monografiya* [Corporate Social Responsibility. The concept evolution: a monograph]. St. Petersburg, Vysshaya shkola menedzhmenta Publ., 2011, 272 p.
7. Krichevskii N.A., Goncharov S.A. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'* [Corporate Social Responsibility]. Moscow, Dashkov i K Publ., 2008, 216 p.
8. Salimova T., Ol'khovikova N. Instrumenty sistemnoi deyatel'nosti po uluchsheniyu v oblasti sotsial'no otvetstvennogo povedeniya organizatsii [Tools of consistent activities for improving socially responsible operations of entities]. *Standarty i kachestvo = Standards and Quality*, 2012, no. 12, pp. 74–78.

9. Soboleva I. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: global'nyi kontekst i rossiiskie realii [Corporate Social Responsibility: global context and Russian realities]. *Voprosy Ekonomiki*, 2005, no. 10, pp. 63–72.

10. Liborakina M.I. *Sotsial'nye investitsii rossiiskikh kompanii* [Social investment of the Russian companies]. Moscow, Institute for Urban Economics Publ., 2004, 230 p.

11. Litovchenko S., Korsakova M. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': obshchestvennye ozhidaniya* [Corporate Social Responsibility: public expectations]. Moscow, Assotsiatsiya Menedzherov Publ., 2003, 100 p.

12. Yakimets V.N. *Sotsial'nye investitsii rossiiskogo biznesa: mekhanizmy, primery, problemy, perspektivy* [Social investment of the Russian businesses: mechanisms, examples, challenges, and prospects]. Moscow, URSS Publ., 2005, 184 p.