

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК
ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Аннотация. В связи с глобализацией, социализацией трудовых отношений и усилении рисков катастроф вопросы, касающиеся социальной ответственности бизнеса, с каждым годом становятся все более актуальными. В настоящей статье социальная ответственность бизнеса рассмотрена как один из институтов эффективного взаимодействия общества и государства. Рассмотренный институт позволит повысить налоговую лояльность бизнес-сообщества и уменьшить противоречия между интересами корпораций, общества и государства.

Ключевые слова: социальная ответственность, политический институт, налоговая лояльность, интересы, общество.

Annotation. In connection with globalization, the socialization of labor relations and increased disaster risks, issues related to the social responsibility of business are becoming more and more relevant every year. In this article, the social responsibility of business is considered as one of the institutions of effective interaction between society and the state. The institute considered will increase the tax loyalty of the business community and reduce the contradictions between the interests of corporations, society and the state.

Key words: social responsibility, political institution, tax loyalty, interests, society.

Несмотря на то, что вопросы, касающиеся социальной ответственности бизнеса, становятся с каждым годом все более актуальными, в России отсутствует однозначная научная трактовка данного термина.

В узком смысле, социальная ответственность бизнеса подразумевает под собой обязанность компаний своевременно выплачивать сотрудникам заработную плату, соблюдать действующее законодательство, касающееся охраны окружающей среды и здоровья сотрудников, уплачивать налоги в установленный срок и в полном объеме.¹

В широком смысле, социальная ответственность бизнеса подразумевает под собой добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, который в большинстве случаев выходит за рамки законодательного минимума.²

Таким образом, социальная ответственность бизнеса – это добровольное стремление компании выделять финансовые ресурсы на решение социальных проблем. Включение бизнес-сообщества в систему социального партнерства можно считать высшей формой социальной ответственности, которая может повлечь за собой даже создание механизмов общественного контроля за выполнением государством своих социальных обязательств.

Социальная ответственность бизнес-сообщества может оказать существенное влияние на решение социальных проблем современного общества и повлечь за собой изменение мировоззрения населения о нормах качества жизни. К примеру, если граждане пенсионного возраста будут получать как государственную, так и не государственную (корпоративную) пенсию, они будут чувствовать себя более социально защищенными. Что касается работающего населения, то в случае, если частичную оплату полиса добровольного медицинского страхования возьмет на себя компания, то такие граждане чаще будут пользоваться большим спектром медицинских услуг.

Что касается налогов, то они используются на те же цели: здравоохранение, поддержка социально незащищенных слоев населения и т.д. Таким образом, что социальная ответственность бизнес-сообщества, что

¹ Колповская А.М. 2014. Концептуальные подходы к оцениванию социальной ответственности органов местного самоуправления. — Государственное управление. Электронный вестник. № 42. Доступ: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item_478 (13.10.2019).

² Киварина М.В. 2013. Эволюция взаимодействия власти и бизнеса: от социальной ответственности к корпоративному гражданству: монография. Великий Новгород: Изд-во НовГУ им. Ярослава Мудрого.

уплата налогов компаниями, так или иначе, решают социальные проблемы общества.³ Следует отметить, что компании предпочитают вкладывать денежные средства в развитие социальной ответственности, так как это позволяет привлечь нематериальные активы (репутация, квалифицированный персонал). Что касается добросовестной уплаты налогов, большая часть бизнес-сообщества продолжает рассматривать ее как обязанность перед государством и ничего более.

Возможно, проблема такого отношения заключается в том, что компании не ощущают должного социального эффекта от уплаты налогов в полном объеме, так как сбор налоговых платежей осуществляется централизованно и распределяется непосредственно государственными органами.⁴

Следует отметить, что налоговые льготы и преференции представляют наибольший интерес для налогоплательщиков. Думается, что в целях эффективного развития социальной ответственности бизнеса необходимо сократить объем взносов во внебюджетные фонды, если компания производит аналогичные платежи на добровольной основе: начисление корпоративной пенсии, оплата полиса добровольного медицинского страхования и т.д.

Существующие в настоящее время льготы, связанные с расходами на благотворительность не оказывают воздействие на развитие ответственности бизнеса в связи с их незначительностью. Если государство будет проводить эффективную налоговую политику, то она станет мотивацией для повышения социальной ответственности. Это может быть система налоговых льгот, налоговые вычеты, налоговые зачеты, предоставляемые налогоплательщикам за решение социальных проблем.⁵ Эти меры могли бы оказывать

³ Бакша Н.В., Данилюк А.А. 2012. Корпоративная социальная ответственность. Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета. 274 с.

⁴ Микрюков В.О. 2012. Проблемы национальной безопасности и гражданского общества глазами экспертов.— Электронный научный журнал «ГосРег». Химки: АГЗ МЧС России. № 2. Доступ: <http://www.gosreg.amchs.ru/pdf/files/2number/articles2/Mikryukov2.pdf> (13.10.2019).

⁵ Татарникова С.Н., Малышев М.А., Малышева Н.С. 2014. Государственно-частное партнерство: влияние мирового экономического кризиса на деятельность организаций нефтегазового комплекса России. — Государственное управление. Электронный вестник. № 47. Доступ: http://e-journal.spa.msu.ru/page_5.html (13.10.2019).

стимулирующее воздействие, а также позволяют налогоплательщикам частично возместить расходы, связанные с расширением их социальной ответственности.

Таким образом, можно выделить основные причины актуальности поддержки и развития социальной ответственности бизнеса:

1. Взаимовыгодное сотрудничество государства и налогоплательщиков является важным условием стратегии развития налоговых отношений между бизнес-сообществом и представителями власти. Такие отношения должны предполагать создание взаимовыгодных механизмов вложений денежных средств в решение социальных проблем.

2. Социальная ответственность бизнеса позволит решить часть проблем государства, связанных с борьбой с бедностью, с образованием, жильем, безопасностью, охраной здоровья и среды обитания, т.е. в тех сферах жизнедеятельности общества, инвестирование которых происходит из налоговых платежей.

3. Включение бизнес-сообщества в систему социального партнерства можно считать высшей формой социальной ответственности, которая может повлечь за собой даже создание механизмов общественного контроля за выполнением государством своих социальных обязательств.

Можно сделать вывод, что только сознательно действуя в интересах компании, бизнес-сообщество одновременно будет работать и на интересы государства (решение социальных проблем). Наличие общих целей и взаимная ответственность создадут основу реального корпоративного взаимодействия. Фактически социальная ответственность сделает работоспособным треугольник «государство — корпорация — бизнесмен».

В этом случае политическая система России будет получать импульсы не от одного органа власти или от конкретной корпорации, а от бизнес-структур и бизнес-сетей.

Библиографический список

1. Бакша Н.В., Данилюк А.А. 2012. Корпоративная социальная ответственность. Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета. 274 с.
2. Колповская А.М. 2014. Концептуальные подходы к оцениванию социальной ответственности органов местного самоуправления. — Государственное управление. Электронный вестник. № 42. Доступ: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item_478 (13.10.2019).
3. Киварина М.В. 2013. Эволюция взаимодействия власти и бизнеса: от социальной ответственности к корпоративному гражданству: монография. Великий Новгород: Изд-во НовГУ им. Ярослава Мудрого.
4. Микрюков В.О. 2012. Проблемы национальной безопасности и гражданского общества глазами экспертов.— Электронный научный журнал «ГосРег». Химки: АГЗ МЧС России. № 2. Доступ: <http://www.gosreg.amchs.ru/pdf/files/2number/articles2/Mikryukov2.pdf> (13.10.2019).
5. Татарникова С.Н., Малышев М.А., Малышева Н.С. 2014. Государственно-частное партнерство: влияние мирового экономического кризиса на деятельность организаций нефтегазового комплекса России. — Государственное управление. Электронный вестник. № 47. Доступ: http://e-journal.spa.msu.ru/page_5.html (13.10.2019).