

Акторы модернизации

Социальная ответственность российского бизнеса в условиях кризиса



Виттенберг Евгений Яковлевич –
доктор исторических наук, профессор,
Российский государственный гуманитарный
университет (РГГУ), главный научный сотрудник,
Институт социологии Российской академии наук,
Москва

E-mail: intelban@mail.ru

Социальная ответственность российского бизнеса в условиях кризиса

DOI: 10.19181/vis.2017.20.1.440

Аннотация. Статья¹ посвящена анализу социальной ответственности бизнеса (СОБ) на современном историческом этапе, характеризующемся экономическим кризисом. СОБ рассматривается в тесной связи с социальной ответственностью власти и гражданского общества. По мнению автора, формирование солидарной ответственности всех её субъектов является одним из важнейших условий скорейшего преодоления кризиса. Значительное внимание в статье уделено анализу деятельности власти по улучшению предпринимательского климата по таким направлениям, как сокращение бюрократических преград на пути функционирования бизнеса, некоторое снижение налоговой нагрузки на ряд категорий малого бизнеса, облегчение доступа к инфраструктуре и т. д. В статье отмечаются определённые достижения власти на этом пути, что находит своё отражение в международных рейтингах, оценивающих предпринимательский климат. Вместе с тем в статье отмечаются трудности и противоречивые тренды в улучшении предпринимательского климата в России. Среди них называются слабая защищённость собственности в связи с масштабным рейдерством, неравноправный характер отношений между бизнесом и властью, коррупционное давление на бизнес. В статье рассматривается СОБ в условиях кризиса по таким ключевым вопросам, как уплата налогов, отношения с внутренними и внешними стейкхолдерами, производство качественной продукции, благотворительность, анализируются причины социальной безответственности бизнеса. В статье делается вывод, согласно которому поведение бизнеса в условиях кризиса является противоречивым. Передовой бизнес демонстрирует социально ответственное поведение: платит налоги, сохраняет рабочие места, выпускает качественную продукцию, осуществляет экологические и благотворительные проекты. Безответственный бизнес «уходит в тень», снижает себестоимость продукции за счёт понижения её качества, свёртывает благотворительные акции. В заключение делается вывод, согласно которому именно социально ответственное поведение бизнеса является залогом его сохранения и выхода страны на рельсы устойчивого развития.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальная ответственность власти, солидарная социальная ответственность, ответственность перед внешними и внутренними стейкхолдерами, социальная безответственность бизнеса

¹ Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта № 15-01-00282а «Социальная ответственность бизнеса в России: генезис, специфика, этапы развития», осуществляемого при поддержке РГНФ.

Любой экономический кризис в странах, переживших и переживающих его, в зависимости от его масштабов и продолжительности является большим или меньшим испытанием на социальную ответственность для власти, бизнеса и общества.

Кризис является серьёзным тестом для власти и её социально-экономической политики. В случае его затягивания и усугубления правящая элита в демократическом обществе рискует на очередных выборах потерять власть. Это может произойти в том случае, если общество сочтёт власть ответственной за возникновение или непрофессиональное преодоление кризиса.

Как свидетельствует исторический опыт постсоветской России, степень социальной ответственности власти за возникновение кризисов и темпы их преодоления существенно не влияют на её общественный авторитет и предпочтения избирателей. Этому есть несколько причин. Во-первых, необходимо отметить, что российские власти не всегда были в полной мере ответственны за возникновение кризисов, поскольку кризисы в России являлись следствием мировых кризисов, хотя их острота в нашей стране была детерминирована не только интегрированностью российской экономики в мировую, а также ценами на энергоносители, но и отдельными ошибками в антикризисной политике государства. Во-вторых, российские кризисы (кроме текущего) были непродолжительными по времени и за экономическими спадами, даже весьма серьёзными, следовали экономические подъёмы. Наконец, в условиях слабого гражданского общества и низкой политической культуры основной части населения электорат далеко не всегда отождествляет социально-экономические трудности своего бытия с политикой власти и в полной мере в своём сознании не преодолел отношения к ней как к чему-то сакральному. Кроме того, особенностью восприятия действительности российскими гражданами, подверженными влиянию пропагандистских усилий СМИ, является стремление возлагать ответственность за возникающие экономические трудности на кого угодно во вне (на США, ЕС), но только не на самих себя и собственную власть.

Для любого бизнеса каждый кризис является испытанием на прочность и нередко ставит его на грань выживания, а то и заканчивается для него летальным исходом, ибо кризисы сопровождаются большим или меньшим количеством разоряющихся и закрывающихся предприятий.

Говоря о влиянии кризисов конкретно на российский бизнес, необходимо признать, что он на протяжении всей постсоветской истории демонстрировал высокий уровень выживаемости, продолжая даже в крайне неблагоприятных условиях

Как свидетельствует исторический опыт постсоветской России, степень социальной ответственности власти за возникновение кризисов и темпы их преодоления существенно не влияют на её общественный авторитет и предпочтения избирателей.

функционировать и в большей или меньшей степени удовлетворять государственные и общественные потребности¹. Как хорошо известно, менее чем за четверть века российский бизнес вместе со страной пережил по крайней мере три достаточно жёстких экономических кризиса.

Решая проблемы сохранения бизнеса в условиях кризиса, одни компании снижают затраты на рекламу и услуги аутсорсеров, другие уменьшают объёмы производства и сокращают штат, третьи урезают оплату труда топ-менеджерам и сотрудникам, а также дивиденды акционерам, четвертые пересматривают необязательные расходы, среди которых часто оказываются социальные проекты и благотворительная деятельность, а пятые используют весь вышеназванный арсенал одновременно, чтобы выжить.

И, наконец, для значительной части населения кризис является тяжёлым бременем и связан с падением жизненного уровня, снижением социальной устойчивости значительной части граждан, а также с психологическим стрессом, нередко детерминированным потерей работы.

Таким образом, экономический кризис несёт власти, бизнесу и обществу дополнительные серьёзные проблемы, и в интересах всех субъектов исторического процесса – добиться его скорейшего преодоления.

Как нам представляется, в форс-мажорных условиях кризиса важнейшим фактором выхода из него и перехода на рельсы устойчивого развития является повышение социальной ответственности всех её акторов – власти, бизнеса и гражданского общества.

Социальная ответственность власти (СОВ) возрастает в связи с необходимостью предельно точно оценить состояние экономики и общества в условиях кризиса, разработать антикризисную программу, сделать её предельно транспарентной и принять набор мер, стимулирующих восстановление экономики и её рост, а также прогнозировать длительность кризиса, цену его преодоления и, наконец, предвидеть его социально-экономические и политические последствия, а также риски, связанные с ними.

¹ При всех гигантских недостатках российского бизнеса необходимо признать, что он заслуживает общественного признания, поскольку в условиях прерывания предпринимательской традиции на три четверти века после Октябрьского переворота, перманентных кризисов, разгула преступности, рейдерства, бюрократического беспредела и подозрительного отношения к предпринимателям большинства населения, отечественный бизнес смог сформироваться, создать свои структуры и более или менее успешно выполнять социально значимые функции. Ведь именно новоиспечённый бизнес в 1990-е гг. сохранял рабочие места, худо-бедно платил налоги и тем самым предотвратил возникновение в стране серьёзных социальных катаклизмов. И это, безусловно, по большому счёту было проявлением социально ответственного поведения российского бизнеса.

Кроме того, для смягчения последствий кризиса и его преодоления ответственной властью может быть использован большой арсенал средств, выработанных за несколько веков развития капитализма: точечные управленческие решения (например, поддержка национальной банковской системы и системообразующих предприятий), улучшение предпринимательского климата с целью стимулирования бизнеса к восстановлению и росту производства, мобилизацию дополнительных резервов и ресурсов, режим экономии бюджетных средств за счёт их более рационального использования, налоговое маневрирование, внешние заимствования, введение дополнительных мер социальной защиты для наиболее уязвимых слоёв общества и т. д.

Ответственная власть также анализирует причины, вызвавшие кризис, в том числе критически осмысливает свои решения с точки зрения их влияния на него, ищет оптимальные пути его преодоления в кратчайшие сроки и с минимальными потерями и издержками.

Значительно возрастает в условиях кризиса социальная ответственность бизнеса перед внешними и внутренними стейкхолдерами. Социально ответственный бизнес не должен в условиях кризиса «уходить в тень», обязан платить налоги своевременно и в полном объёме, по возможности сохранять рабочие места и производства, избегать «чёрных» и «серых» схем оплаты труда, не понижать качество продукции и услуг с целью снижения их себестоимости, не отказываться без серьёзных причин от осуществления экологических и социальных программ.

В условиях кризиса также возрастает социальная ответственность гражданского общества: оно должно достойно переносить трудности, не принимать участия в деструктивных акциях, способных вызвать социальную нестабильность и ещё больше усугубить кризисную ситуацию, а его институты обязаны исключительно законными методами бороться против перекладывания властью и бизнесом всех тягот кризиса на плечи трудящихся.

Важнейшим фактором, способствующим преодолению кризиса, является формирование повышенной солидарной ответственности всех её акторов. Историческая практика многих стран мира свидетельствует о том, что наличие их солидарной ответственности и доверия между ними способствует быстрейшему преодолению кризиса и его последствий.

И именно с этих позиций исследуются проблемы влияния кризисов на СОБ в зарубежной литературе. Особое внимание уделяется проблемам защиты прав человека в условиях кризиса и сохранению бизнесом экологических и социальных проектов [Karaibrahimoğlu 2010; Köse 2012; Selvi, Wagner, Türel 2010].

Предметом исследования в данной статье является анализ социальной ответственности российского бизнеса в условиях кризиса¹. В российских общественных науках уже появился ряд работ, в которых осуществляются попытки проанализировать поведение отечественного бизнеса в условиях кризисов с точки зрения его социальной ответственности. Однако, как правило, в них СОБ рассматривается в классическом, западном понимании – как позитивные действия бизнеса по отношению к социуму, выходящие за рамки его законодательно оформленной ответственности перед обществом, под которой традиционно понимается благотворительность. Кроме того, коллеги нередко рассматривают проблемы СОБ в России с позиций некой идеальной теоретической модели, которая весьма далека от повседневной практики поведения отечественного бизнеса [Костякина 2009; Лозовая 2009].

Как представляется, прежде чем проанализировать конкретное положение дел с СОБ в кризисный период, необходимо охарактеризовать предпринимательский климат, непосредственно влияющий на социально ответственное или социально безответственное поведение российского бизнеса, в котором он функционирует. Здесь также важен анализ рисков, с которыми в нашей стране сталкивается бизнес.

Власть в значительной мере осознаёт, что путь выхода экономики из кризиса лежит через активизацию работы бизнеса и пытается в последние годы улучшить предпринимательский климат в стране и стимулировать СОБ. Однако процесс улучшения условий для деятельности предпринимателей идёт достаточно сложно и противоречиво.

С одной стороны, можно наблюдать намерения правительства улучшить предпринимательский климат в стране. Практически во всех антикризисных документах властей говорится о необходимости «выхода России на стабильно высокие позиции среди всех стран по уровню комфортности ведения бизнеса» [Антикризисный план... 2015].

О насущной необходимости улучшать предпринимательский климат постоянно говорят президент и премьер-министр. Так, выступая на съезде РСПП 24 марта 2016 г., В. Путин очередной раз подчеркнул, что перед властями России стоит задача «создать комфортную среду для всех

¹ Здесь необходимо напомнить, что автор в своих работах, посвящённых социальной ответственности бизнеса, придерживается широкой её трактовки и считает, что СОБ на данном этапе развития России включает в себя не только добровольные аспекты функционирования бизнеса, но и его ответственность за все аспекты деятельности предпринимателей перед внутренними и внешними стейкхолдерами. Иными словами в социальной ответственности российского бизнеса есть две составляющие: обязательная и произвольная. В качестве позитивного момента следует отметить, что основные предпринимательские объединения (РСПП, ТПП, «Деловая Россия», «Опора России») также стали рассматривать СОБ более или менее широко, о чём свидетельствуют, в частности, нефинансовые отчёты крупнейших российских компаний.

добропорядочных предпринимателей, защитить права собственности людей, сделать нормы законов более объективными и справедливыми по отношению ко всем, кто честно ведёт своё дело» [Путин 2016].

Наличие или отсутствие благоприятного предпринимательского климата в той или иной стране определяется многими индикаторами, в том числе: простотой открытия бизнеса, рациональностью налогообложения, доступностью заёмных средств, активностью контрольных органов, простотой подключения к инфраструктуре, свободой от чрезмерной государственной опеки, масштабами коррупционного давления на бизнес и т. д.

Проанализируем некоторые основные факторы, формирующие или влияющие на предпринимательский климат в России и на СОБ. Безусловно, базисом для благоприятного предпринимательского климата является гарантированность права собственности. В России де-юре оно, как и в подавляющем числе стран мира, гарантировано, а вот де-факто далеко не всегда. В стране до сих пор существует такое явление, как масштабное рейдерство. По оценкам Национального антикоррупционного комитета, ежегодно в России происходит до 700 тыс. рейдерских захватов. При этом они остаются практически безнаказанными. Так, против рейдеров заводится только 10% уголовных дел, а до суда доходят и вовсе единицы [Воронина 2015]. В условиях кризиса число рейдерских захватов растёт, поскольку многие предприятия ослаблены, их можно легко захватить, вынудив владельцев продать бизнес гораздо ниже его рыночной стоимости.

В отличие от 1990-х гг., в настоящее время захват собственности происходит, как правило, уже без убийств хозяев предприятий («чёрного рейдерства»), а посредством более изощрённых («белых») методов: путём перекрытия доступа владельцам планируемого для захвата предприятия к кредитам, инфраструктуре, рынкам получения сырья и сбыта продукции; путём бюрократического и налогового терроризма, когда предпринимателей изматывают бесконечными проверками и придирами; путём организации клеветнических компаний в СМИ, сминивания костяка персонала, организации протестных акций сотрудников и т. д.

Со времени печально известных 1990-х годов изменились не только методы рейдерства, но и сами рейдеры. Сегодня, как правило, это уже не бандиты, а юристы, экономисты, предприниматели, стремящиеся к недружественному поглощению конкурентов или обладателей доходных активов, а также высокопоставленные госчиновники, офицеры и генералы силовых структур. И, безусловно, изменение социального портрета современных рейдеров затрудняет борьбу с ними,

В стране до сих пор существует такое явление, как масштабное рейдерство. По оценкам Национального антикоррупционного комитета, ежегодно в России происходит до 700 тыс. рейдерских захватов. При этом они остаются практически безнаказанными.

ибо это борьба уже не просто с бандитами, а подчас с государственными чиновниками, применяющими широкий арсенал изощрённых средств для захвата чужих активов.¹

Причём, если в 1990-е рейдеры пытались главным образом захватить крупные предприятия, то в условиях кризиса и сокращения многих источников доходов в поле зрения рейдеров всё чаще попадают успешные средние и даже малые компании, которые часто не обладают для защиты своей собственности необходимыми ресурсами.

Всё большую роль в рейдерстве начинают играть коррумпированные суды. Так, согласно данным ежегодного доклада бизнес-омбудсмена Б. Титова, в 2015 г. против бизнесменов было возбуждено 234 тыс. 620 уголовных дел, что было максимумом с 2010 г. [Титов 2016а]. Причём в России уголовное преследование предпринимателей – это не всегда наказание за действительно совершённое преступление, а нередко способ захватить чужой бизнес. «Около 83% предпринимателей, на которых были заведены уголовные дела, полностью или частично потеряли бизнес, – признавал В. Путин в конце 2015 г. – То есть их попрессовали, обобрали и отпустили» [цит. по: Базанова и др. 2015].

Значительную роль в формировании предпринимательского климата играет фискальная нагрузка на бизнес. Здесь наблюдаются противоречивые тренды. С одной стороны, власти предпринимают усилия по недопущению роста налоговой нагрузки на бизнес в условиях кризиса и даже пытаются её ослабить для некоторых категорий малого предпринимательства. Так, в настоящее время малые предприятия пользуются льготами при уплате налога на прибыль. Одна из таких льгот предусмотрена для предприятий, производящих и перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию, товары народного потребления, строительные материалы, медицинскую технику и лекарственные средства, а также строящих объекты жилищного, производственного, социального и природоохранного назначения.

Льгота заключается в том, что эти малые предприятия не уплачивают налог на прибыль в первые два года работы при условии, что выручка от указанных видов деятельности

¹ В последние годы, а особенно в условиях кризиса, значительно усилились попытки захвата собственности у успешных предпринимателей со стороны силовиков. Острота проблемы стала настолько очевидной, что президент был вынужден провести весной 2016 г. некую примирительную встречу между силовиками и представителями бизнеса. Тем не менее, после этой встречи количество попыток силовиков захватить собственность бизнесменов не только не сократилось, но и существенно возросло. «Полицейские и следователи попросту добивают отечественный бизнес, которому и без того тяжело», — заявил Б. Титов на пресс-конференции 16 сентября 2016 г. В качестве доказательства он привёл динамику числа уголовных дел, возбуждённых по статье 159 УК («Мошенничество»): за полгода 2016 г. было открыто 100 тысяч таких дел, т. е. на 25% больше, чем за аналогичный период 2015-го. По данным Титова, общее число дел против бизнесменов за этот период увеличилось на 30%.

превышает 70% общей суммы выручки от реализации ими продукции (работ, услуг). В третий и четвёртый годы работы они уплачивают налог в размере, соответственно, 25 и 50% от установленной ставки налога на прибыль, если выручка от указанных видов деятельности составляет свыше 90% общей суммы выручки от реализации ими продукции (работ, услуг) [Горелова 2015].

Другая льгота предполагает, что при определении налогооблагаемой прибыли малого предприятия из неё исключается прибыль, направленная на модернизацию производства, а именно, на строительство, реконструкцию и обновление основных производственных фондов, освоение новой техники и технологий, т. е. таким образом власти пытаются стимулировать инновационное развитие бизнеса.

Малые предприятия могут также иметь налоговые льготы при осуществлении некоторых других видов деятельности. Например, льготы по прибыли, направленной на финансирование капитальных вложений или на благотворительные цели.

Однако, как представляется, это достаточно скромные налоговые послабления. Налоговая нагрузка на бизнес остаётся, по сравнению с другими странами, весьма высокой, что не способствует росту социальной ответственности бизнеса.

По мнению Б. Титова, когда государство говорит о том, что налоговая нагрузка на бизнес в России невысокая, – оно лукавит. «Если смотреть по доле налогов в бюджете – она действительно не очень большая. Но если посмотреть, какую долю прибыли компания выплачивает в качестве налогов, то станет видно, что у нас эта нагрузка выше, чем среднемировая. При этом есть ещё и неналоговая нагрузка – это дополнительные платежи, которые так или иначе вынуждены платить все компании, включая проценты по кредитам. А развивать бизнес без кредитов практически невозможно» [Титов 2016b].

Пытаясь облегчить налоговое бремя для одних предпринимателей, власти разными способами увеличивают его для других. Так, например, только в последнее время, как раз в период кризиса, была введена система «Платон», значительно увеличившая налоговую нагрузку на бизнес, занятый грузоперевозками. В связи с оценкой земли по кадастровой стоимости, серьёзно возросли налоги на землю, на которых расположены предприятия.

Предпринимательское объединение малого бизнеса «Опора России» отмечает, что в связи с увеличением размера МРОТ существенно повысятся взносы в Пенсионный фонд России и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования. По подсчётам этой организации, если сейчас сумма годового платежа самозанятых в два фонда варьируется от 23 тыс. до 158 тыс. руб. в год, то с 2017 г. эта сумма составит

Налоговая нагрузка на бизнес остаётся, по сравнению с другими странами, весьма высокой, что не способствует росту социальной ответственности бизнеса.

Пытаясь облегчить налоговое бремя для одних предпринимателей, власти разными способами увеличивают его для других.

от 38 тыс. до 260 тыс. руб. «Для значительного числа самозанятых такой рост нагрузки окажется критичным», – уверены в «Опоре России» [«Опора России» просит... 2016].

По сути дела, дополнительным серьёзным налогом на крупный бизнес в сфере коммуникаций является недавно принятый закон И. Яровой, обязывающий операторов связи создавать дата-центры, где в течение полугода должна храниться переписка и записи разговоров россиян, а также записи, изображения и другая информация в интернете.

Важной составляющей в формировании благоприятного предпринимательского климата является снижение бюрократического давления на бизнес и прежде всего ограничение различного рода плановых и внеплановых проверок, нервирующих и отвлекающих предпринимателей от работы, а нередко и дезорганизующих деятельность компаний. Складывается впечатление, что по вопросам ликвидации бюрократических преград на пути бизнеса (проверок, в частности) между Федеральным центром и региональными элитами существуют противоречия и даже латентная борьба. И если Центр предпринимает серьёзные усилия по дебюрократизации регулирования и контроля бизнеса, то во многих регионах местные власти идут на послабления бизнесу крайне неохотно. В результате: с одной стороны, федеральные власти пытаются разгрести бюрократические завалы на пути бизнеса, особенно в период кризиса, а с другой – региональные власти нередко специально их нагромождают с целью получения административной и коррупционной ренты.

Здесь достаточно привести лишь один пример. Несмотря на призывы Центра минимизировать число проверок бизнеса, оно в 2015 г. достигло пика и составило 2 млн 400 тыс.

Для того чтобы перестать, наконец, «кошмарить» бизнес, власти с января 2016 г. ввели для малого бизнеса «надзорные каникулы». Правительство объявило на три года мораторий на плановые проверки предприятий с выручкой меньше 800 млн руб. в год и штатом до 100 человек. Правда, как всегда в России законы не являются универсальными и содержат исключения, оставляющие лазейки для бюрократической активности. Так, освобождение от проверок не коснётся компаний, работающих в сферах образования, медицины и социального обслуживания, а также аудиторских организаций, управляющих компаний многоквартирных домов и, наконец, организаций, работающих с гостайной. Не будут прекращаться налоговые проверки и ревизии на предмет уплаты взносов во внебюджетные государственные фонды. Также сохранится надзор в сфере пожарной, экологической, промышленной, радиационной безопасности объектов I и II классов опасности. Каникулы не предполагают и отказа

Складывается впечатление, что по вопросам ликвидации бюрократических преград на пути бизнеса (проверок, в частности) между Федеральным центром и региональными элитами существуют противоречия и даже латентная борьба.

от внеплановых проверок. Они, как и сейчас, будут проводиться в случае поступления жалоб на компании в надзорные инстанции [Миронов 2016]. Тем не менее, необходимо констатировать, что в вопросах проверок бизнеса всё-таки в 2016 г. наметился позитивный тренд.

Существенный прогресс был достигнут и в ряде других аспектов улучшения предпринимательского климата. Эти улучшения были замечены западными аналитиками и нашли своё отражение в ежегодных рейтингах простоты ведения бизнеса, готовящихся экспертами Всемирного банка. На основании этих рейтингов автором составлена таблица, отражающая позитивные изменения, произошедшие в предпринимательском климате России с 2012 по 2016 гг. (см. таблицу 1).

Таблица 1

Простота ведения бизнеса

Позиции, по которым оценивалась простота ведения бизнеса	Место в рейтинге	
	2012 г.	2016 г.
Регистрация предприятий	111	41
Получение разрешений на строительство	178	119
Подключение к системе электроснабжения	183	29
Регистрация собственности	45	8
Кредитование.	98	42
Защита инвесторов	111	66
Налогообложение	105	47
Международная торговля	160	170
Обеспечение исполнения контрактов	13	5
Ликвидация предприятий	60	51

Как видно из таблицы, за эти годы Россия осуществила меры, облегчающие ведение бизнеса, во всех десяти оцениваемых сферах. В частности, эксперты указывают на упрощение процедуры передачи недвижимости в собственность и получения разрешений на строительство. Также были проведены улучшения в сфере уплаты налогов, введено администрирование налогообложения с использованием электронных технологий и т. д. Особенно ощутимы позитивные сдвиги в вопросах упрощения по срокам и количеству процедур в процессе подключения к электроснабжению, где Россия улучшила свои позиции на 163 пункта, поднявшись в рейтинге со 183 на 30 позицию. По простоте регистрации предприятий наша страна поднялась на 85 позиций, по простоте получения кредитов на 54 позиций и т. д., а в таких вопросах, как «простота регистрации собственности» и «исполнение контрактов», она вошла в двадцатку лидеров, занимая, соответственно, 9 и 12 позицию в рейтинге.

В итоге Россия за период с 2012 по 2017 гг. совершила скачок на 80 ступеней, поднявшись со 120 места в рейтинге простоты ведения бизнеса на 40 место. [Doing Business... 2012; Doing Business... 2017].

При этом надо отдавать себе отчёт в том, что для дальнейшего улучшения предпринимательского климата власти и бизнесу предстоит ещё большая работа. Так, например, в мае 2014 г. перечень согласований в сфере жилищного строительства (от выделения земельного участка до выдачи разрешений на строительство) был сокращён с 240 до 126. Но очевидно, что и после сокращения цифра согласований остаётся огромной. Время на получение разрешений на строительство в последние годы также сократилось с 423 до 250 дней, но всё равно остаётся запредельным для бизнеса [Минстрой России...].

В этой связи стремление правительства подниматься в мировом рейтинге по простоте ведения бизнеса к 2018 г. с 51 на 20 позицию выглядит амбициозным, но едва ли, как и многие другие его планы, осуществимым, поскольку для этого нужно будет произвести качественные изменения в экономике: провести широкую приватизацию и свести к необходимому минимуму количество и влияние государственных корпораций, коренным образом улучшить администрирование деятельности бизнеса, активизировать процесс развития справедливой конкуренции, продолжить снос бюрократических преград на пути предпринимательства, достигнуть на порядок большего в борьбе с коррупцией и т. д. Все эти процессы идут крайне медленно, а иногда по принципу «шаг вперёд, два шага назад».

Для повышения уровня СОБ власть должна не только улучшать предпринимательский климат, в чём она достигла реальных успехов, но и в целом расширять экономическую свободу для бизнеса в стране. Однако в «Индексе экономической свободы» Россия постоянно находится среди стран «с преимущественно несвободной экономикой», и более того – за период с 2012 по 2016 год она ухудшила свои показатели в рейтинге, опустившись со 144 на 153 место¹ [Index of Economic Freedom... 2012; 2016]. Это существенно ниже средних мировых и региональных уровней. Для сравнения отметим, что такую же позицию по этому показателю в 2016 г. занимала слаборазвитая африканская страна Лесото.

В целом экономическая свобода в России, по мнению составителей рейтинга, находится в состоянии застоя, а долгосрочные перспективы России, с точки зрения устойчивого

¹ Индекс экономической свободы рассчитывается с 1995 г. газетой Wall Street Journal и исследовательским центром Heritage Foundation на основании 10 критериев: свобода бизнеса, свобода торговли, налоговая свобода, свобода от правительства, денежная свобода, свобода инвестиций, финансовая свобода, защита прав собственности, свобода от коррупции, свобода трудовых отношений.

Россия за период с 2012 по 2016 гг. совершила скачок на 69 ступеней, поднявшись со 120 места в рейтинге простоты ведения бизнеса на 51 место.

Для повышения уровня социальной ответственности бизнеса власть должна не только улучшать предпринимательский климат, но и в целом расширять экономическую свободу для бизнеса. Однако в «Индексе экономической свободы» Россия постоянно находится среди стран «с преимущественно несвободной экономикой», и более того – за период с 2012 по 2016 год она ухудшила свои показатели в рейтинге, опустившись со 144 на 153 место.

экономического роста, «остаются мрачными». Эксперты справедливо отмечают, что российская экономика зависит от экспорта природных ресурсов, преимущественно нефти и газа, что серьёзно осложняет её полноценное развитие, повышает зависимость от мировой рыночной конъюнктуры цен на энергоносители, порождает нестабильность и резко снижает конкурентоспособность [Index of Economic Freedom... 2016].

Среди других слабостей российской экономики необходимо отметить следующие: невысокий уровень государственного и корпоративного менеджмента, пассивность бизнеса в вопросах внедрения инноваций, изношенность основных производственных фондов и медленное их обновление; нетарифные барьеры, которые значительно увеличивают торговые издержки; отсутствие эффективно функционирующей правовой базы, бюрократические барьеры и непоследовательность в сфере регулирования, которые препятствуют росту инвестиций; изнурительная коррупционная нагрузка. Здесь также необходимо отметить медлительность перехода к экономике знаний, утечку человеческого капитала из-за активной эмиграции, оторванность системы образования от потребностей экономики, детерминирующую нехватку современных специалистов.

К общей картине непростых условий, в которых вынужден функционировать бизнес, необходимо добавить и то, что в России, несмотря на приватизационные планы правительства, пока доминирует государственный бизнес в основных секторах экономики, который находится в привилегированном положении по отношению к частному бизнесу. Так, государственный бизнес (особенно в условиях кризиса) пользуется бюджетной поддержкой в виде кредитов на весьма выгодных условиях, ему могут предоставляться льготы при внешнеторговых операциях. Пользуясь покровительством высокопоставленных чиновников, государственный бизнес может рассчитывать на прощение долгов перед бюджетом, а также испытывает меньшее бюрократическое и коррупционное давление.

Большим препятствием на пути развития СОБ в России является неравноправный характер отношений между бизнесом и властью. Вопреки мировому тренду передачи ряда сфер ответственности от государства к бизнесу в условиях нарастающего процесса глобализации, в России пока государство безраздельно доминирует над бизнесом, нередко вмешивается в его деятельность, иногда мелочно опекает его, мешая тем самым становлению его как самостоятельного субъекта социальной ответственности и формированию современной модели СОБ.

И, наконец, не самые лучшие условия для развития СОБ порождает отсутствие добросовестной конкуренции, понуждающее бизнес в борьбе за потребителей товаров и услуг демонстрировать социально ответственное поведение.

Большим препятствием на пути развития СОБ в России является неравноправный характер отношений между бизнесом и властью.

Проанализировав объективные условия, в которых работает бизнес в России, рассмотрим его поведение с точки зрения его социальной ответственности или безответственности в условиях кризиса по основным направлениям его деятельности.

Уплата налогов бизнесом

Важнейшей и обязательной составной частью СОБ перед внешними стейкхолдерами является уплата бизнесом налогов в бюджет своевременно и в полном объеме.

В условиях кризиса поведение российского бизнеса характеризуется противоречивыми трендами. Социально безответственный бизнес уходит в тень, что не всегда является показателем его умышленной социальной безответственности, а нередко в условиях роста стоимости заёмных средств, налогового терроризма со стороны государственных органов, особо рьяно собирающих налоги в условиях кризиса, сужения рынка товаров и услуг, этот уход в тень является банальным стремлением предпринимателей выжить и сохранить своё дело. Пытаются уходить от налогов, как правило, малые предприятия и индивидуальные предприниматели в сфере торговли и обслуживания. Владельцы этих бизнесов все операции ведут в наличной форме и налогов не платят вообще, а от налоговиков просто откупаются с помощью взяток. Довольно часто они находятся «под крышей» чиновников и силовиков, которые от них получают примерно половину от того, что предприниматели были должны заплатить в виде налогов в бюджет.

Но в России есть и значительная часть предпринимателей, осознанно ведущих теневой бизнес и отказывающихся платить какие-либо налоги. Объём теневого рынка в России, включающего в себя неформальную, криминальную и фиктивную экономику, экспертами оценивается (в зависимости от методики) по-разному и с большим разбросом от 15 до 40% ВВП¹.

Существенно разнятся данные и о численности занятых в теневом секторе от 15–20 до 38 млн человек [Теневая экономика... 2016].

Причём, согласно экспертным оценкам ВШЭ и аппарата бизнес-омбудсмента, в условиях кризиса с ноября 2014 г. число занятых в теневой экономике России выросло на 3–4 млн человек [Малышева и др. 2015].

¹ Существует четыре основных метода оценки масштабов теневой экономики: монетаристский, «палермо» (итальянский метод), анализ занятости и метод технологических коэффициентов. Теневая экономика присутствует в большей или меньшей степени во всех странах мира. На рубеже веков теневая экономика была эквивалентна в развитых странах в среднем 12% ВВП, в странах с переходной экономикой — 23, в развивающихся — 39, а по отношению к мировому валовому продукту её доля составляла около 20%. В отдельных развитых странах масштабы неформального сегмента теневой экономики составляли в Италии 27,4, Испании — 23,4, Германии — 15, США — 9% ВВП.

Согласно другим данным, полученным в результате репрезентативного опроса, осуществлённого экспертами РАНХиГС в конце мая 2016 г., доля участвующих в теневой занятости с разной периодичностью составляла 40,3%, или порядка 30 млн человек. Из этой группы 8,7 млн человек, или 11,7% экономически активного населения, полностью исключены из легального сегмента экономики [Владимиров 2015].

Наряду с чёрными схемами ведения бизнеса, когда бизнес сознательно или вынужденно уходит в тень, в России довольно широко распространены и серые схемы, когда предприниматель по возможному минимуму платит налоги. При этом используются наличные деньги (нал), т. е. предприниматель получает за работу частично наличными или обналичивает деньги с помощью липовых договоров через недобросовестные банковские структуры, и из этих средств выплачивает часть зарплаты в конверте, таким образом минимизируя свои расходы и снижая себестоимость своей продукции. Подобное поведение делает этих предпринимателей более конкурентоспособными по сравнению с добросовестными бизнесменами, несущими полную налоговую нагрузку.

Здесь необходимо отметить, что многие сотрудники, получающие зарплату в конверте, идут на это сознательно, и в этом проявляется солидарное безответственное поведение предпринимателей и работников. Оправданием подобного поведения может служить феномен недоверия к государству со стороны значительной части бизнеса и граждан. В условиях, когда государство никак не может отработать пенсионную систему и правила игры постоянно меняются (то замораживается накопительная часть пенсии, то полностью прекращают индексацию по уровню инфляции пенсий работающим пенсионерам, то идут постоянные разговоры по поводу пенсионного возраста и т. д.), многие граждане сами пытаются создавать для себя пенсионные накопления. Таким образом, отсутствие доверия части бизнеса и граждан к государству является одной из фундаментальных причин наличия большого теневого сектора в российской экономике. В итоге государственный бюджет ежегодно недополучает миллиарды рублей, а усилия государства по улучшению налогового администрирования вот уже много лет не дают каких-либо качественных изменений. Тем не менее, по ряду показателей собираемость налогов повысилась как за счёт улучшения налогового администрирования, так и за счёт повышения социальной ответственности передовой части бизнеса [Гурвич, Суслина 2015].

Особое место в легальных, полуполюгальных или нелегальных способах минимизации налогов бизнесом занимают оффшоры. Во взаимодействии власти и бизнеса существует проблема бегства капиталов в оффшоры и возвращения их в российскую юрисдикцию. Эта проблема стала особенно острой в условиях кризиса и санкций, когда для многих российских компаний и банков закрылись рынки внешних заимствований.

С 2013 г. власти России неоднократно обращались к российскому бизнесу с призывом вернуть активы и капиталы в российскую юрисдикцию. Кроме того, был принят ряд законов и постановлений, стимулирующих этот процесс — в частности, зарегистрированные в оффшорах компании не смогут получать госзаказы и господдержку. Уже в 2013 г. российский бизнес начал выходить из оффшоров. Процесс резко ускорился в 2014 г. на фоне украинского кризиса и анти-российских санкций — под санкции попали многие российские компании и бизнесмены, и недружественное поведение властей ряда стран заставило отечественных предпринимателей серьёзно задуматься о сохранности своих размещённых за рубежом капиталов.

В ноябре 2014 г. в России был принят и подписан закон о деоффшоризации, обязывающий физических и юридических лиц сообщать в налоговые органы об участии в капитале иностранных компаний, а также создающий механизм налогообложения прибыли оффшорных компаний.

Российский бизнес, имевший оффшоры, оказался в трудном положении. С одной стороны, перевод капиталов в Россию означал серьёзное увеличение налоговой нагрузки. Более того, это было чревато и опасностью потерять бизнес в условиях реальной угрозы рейдерских захватов. С другой стороны, нахождение в зарубежной юрисдикции становилось небезопасным. Кризис на Кипре, больно ударивший по российским оффшорам, а также общая атмосфера в мире, направленная против оффшоров, делала жизнь оффшорных компаний уже не столь выгодной и безоблачной. В основе поведения бенефициаров оффшорных компаний лежал уровень доверия к власти.

Тем не менее, процесс деоффшоризации начался, с каждым годом вывоз капитала сокращается¹, и сейчас наблюдается процесс возвращения капиталов в страну. Таким образом, в условиях кризиса бизнес ведёт себя неоднозначно. Одна часть бизнеса исправно платит налоги и начала возвращать капиталы в Россию, а другая продолжает работать в тени, уходить от налогов и перекачивать капиталы за границу.

Ответственность перед внутренними стейкхолдерами

Важнейшей сферой социальной ответственности бизнеса является его ответственность перед внутренними стейкхолдерами. Это ответственность перед работниками, акционерами и менеджерами.

¹ Так, если в 2014 г. по данным РБК чистый отток капитала составил 151,5 млрд долларов, а в 2015 — 56,9, то по прогнозам ЦБ в 2016 г. он будет между 30 и 40 млрд долларов.

В условиях кризиса главным в ответственности перед сотрудниками является сохранение рабочих мест и существующего уровня оплаты труда.

Если оценивать положение дел в этом вопросе в масштабах страны, основываясь на официальной статистике, то оно выглядит более или менее благополучно, т. е. кризис не вызвал масштабного роста безработицы, и в этом большая заслуга принадлежит бизнесу, что является показателем его социально ответственного поведения в целом. Так, согласно официальным данным, если безработица в России составляла в 2012 г. 5,4%, то в начале 2016 г. – 5,8%, или 4,4 млн человек. Причём официально зарегистрированных безработных в июле 2016 г., по данным министра труда М. Топилина, было всего 965 тысяч¹ [Безработица в России... 2016]. Вместе с тем, СМИ пестрят сообщениями о том, что на предприятиях, в том числе государственных, вводится неполная рабочая неделя, неполный рабочий день, сотрудников принудительно отправляют в неоплачиваемые или частично оплачиваемые отпуска, а посему положение дел в этом вопросе выглядит уже не столь оптимистично.

Ситуация с сохранением докризисного уровня оплаты труда обстоит значительно хуже. При этом, как правило, предприниматели не идут на открытое сокращение оплаты труда, поскольку её базовые параметры зафиксированы в трудовом соглашении. Однако бизнес применяет различные способы, чтобы сэкономить на фонде заработной платы. Так, работодатели добиваются уменьшения окладов, тарифных ставок, сдельных расценок путём заключения с сотрудником дополнительных соглашений, на которые сотрудники идут, оказываясь перед выбором: согласие на сокращение оплаты труда или потеря работы. Бизнесмены используют и такие методы, как снижение размеров или вообще невыплата премий, отмена доплат компенсационного характера, предоставление работникам отпуска без сохранения содержания, активизация штрафных санкций и т. д. Причём, по оценке экспертов, эти методы урезания оплаты труда являются часто незаконными.

Далее социально безответственный бизнес использует кризис как возможность избавиться от «смутьянов», пытающихся защищать свои права, а также ссылаясь на кризис, разными способами снижают зарплату сотрудникам, даже если в этом нет экономической необходимости.

В отношении государственных предприятий важно отметить, что власти крайне осторожно на них проводят оптимизацию персонала. Они призывают к аналогичному ответвен-

¹ Эта цифра отражает лишь официально зарегистрированных безработных. На самом деле их может быть существенно больше, поскольку многие люди, потерявшие работу, официально не регистрируются, а пытаются решать свои вопросы самостоятельно.

ному поведению и частный бизнес, что вызвано опасениями роста социальной напряжённости, особенно нежелательного в условиях грядущих президентских выборов.

При этом не полностью используется (прежде всего на предприятиях государственного бизнеса) позитивная роль кризиса как некоей возможности «очищения», под которым подразумевается избавление от излишней рабочей силы, нерациональных расходов, устаревших и неконкурентоспособных производств.

Как свидетельствуют эксперты, в текущем кризисе по отношению к персоналу предприниматели стали вести себя несколько более ответственно, чем во время кризиса 2008–9 гг., когда компании сокращали затраты на персонал без всяких правил, а руководство просто спускало главам подразделений квоты на различного рода сокращения.

Как отмечает заместитель генерального директора по управлению персоналом и корпоративной культуре ФК «Уралсиб» Е. Успенская, если в условиях кризиса 2008–9 гг. «вымывались» наименее квалифицированные, а иногда и «неудобные» сотрудники, то теперь используются понятные технологии оптимизации бизнес-процессов, компании пересматривают свой функционал и отказываются от наименее приоритетных функций, внедряют нормирование. Сокращение штатной численности тоже ведётся, но по определённой прозрачной технологии. В прошлый кризис людей увольняли с выплатой 0,8–2 оклада, в зависимости от региона и должности, теперь – с выплатой от двух окладов, в зависимости от стажа и бэкграунда. В 2008–9 гг. активно практиковалось увольнение по соглашению сторон, якобы по собственному желанию. В 2015-м крупные корпорации предпочитают увольнять на основании официального сокращения штатной численности со всеми причитающимися по закону выплатами.

И если раньше в «трудные времена» компании урезали социальные пакеты, отказывались от каких-то опций полностью, то сейчас бизнес в основном стремится сохранить перечень социальных льгот для сотрудников. «Большая часть компаний уже гораздо более цивилизованно и социально ориентированно ведёт себя в условиях кризиса. Выросла социальная ответственность компаний по отношению к собственным сотрудникам», – констатирует Е. Успенская [Как сохранить... 2016].

Выводы о повышении социально ответственного поведения бизнеса по отношению к персоналу можно признать соответствующими действительности, но при этом необходимо отметить, что они относятся прежде всего к передовым крупным компаниям и к предприятиям с государственным или иностранным участием. И действительно, как правило, в них социально ответственная реструктуризация

Как свидетельствуют эксперты, в текущем кризисе по отношению к персоналу предприниматели стали вести себя несколько более ответственно, чем во время кризиса 2008–9 гг., когда компании сокращали затраты на персонал без всяких правил.

осуществляется в рамках законодательства и с максимальным учётом интересов персонала компаний, с участием его представителей и профсоюзов в принятии соответствующих решений. Цивилизованная реструктуризация предусматривает информационные кампании, освещающие проводимые структурные изменения, мероприятия по профессиональной переподготовке, содействие в трудоустройстве, а также компенсационные выплаты сотрудникам, попадающим под сокращение и другие меры, смягчающие болезненный процесс сокращения персонала в условиях кризиса.

Следует отметить, что в ходе текущего кризиса, несмотря на то, что он является самым затяжным в новейшей российской истории, более или менее приличным выглядит положение дел и с социальной ответственностью бизнеса в таком вопросе, как задолженность по заработной плате перед сотрудниками. Так, согласно официальным данным, на 1 апреля 2016 г. просроченная задолженность по заработной плате имела перед 74 тыс. работников и составила в России 4,47 млрд руб. Для сравнения отметим, что в декабре 2009 г. она превышала 5 млрд руб. Всего по России задолженность по заработной плате на 1 апреля имела перед 78 тыс. человек, из них 39% – работники обрабатывающих производств; 21% – строительства; 13% – транспорта.

Согласно официальным данным, за два года текущего кризиса задолженность по зарплате выросла на 60%, однако она касалась всего 0,1% занятых, т. е. одного из тысячи работников [Просроченная задолженность... 2016]¹.

Что касается акционеров предприятий и фирм, то здесь ситуация выглядит следующим образом. В условиях кризиса многие компании идут на сокращение, а то и на полный отказ от выплаты дивидендов. И, наконец, в условиях кризиса компании идут на сокращение оплаты труда, снижение различных бонусов, «золотых парашютов» менеджерам компаний.

Таким образом, в условиях современного кризиса можно констатировать, что поведение российского бизнеса стало несколько более ответственным перед внутренними стейкхолдерами, чем в условиях кризиса 2008–09 гг.

Метаморфозы качества продукции

Необходимо признать, что наиболее серьёзное падение социальной ответственности бизнеса в период кризиса можно наблюдать в сфере качества производимых товаров и оказываемых услуг. И какую бы мы отрасль ни взяли – будь то каче-

¹ Автор данной статьи отдаёт себе отчёт в том, что официальные данные могут быть неполными и заниженными. Тем не менее, они всё-таки в какой-то мере отражают реальное положение дел.

ство банковских и страховых услуг, производство продуктов питания или сферу строительства, – везде в условиях кризиса можно наблюдать падение качества производимых бизнесом товаров и услуг.

Социально ответственный бизнес в условиях кризиса работает над снижением себестоимости и удешевлением своей продукции и услуг путём более рационального использования человеческих и материальных ресурсов, внедрения различного рода инноваций, ресурсосберегающих технологий, более рациональной рекламной и маркетинговой политики. Так поступают и российские компании, озабоченные своей репутацией и осознающие свою корпоративную социальную ответственность (КСО).

Однако значительная часть российского бизнеса, занятая в производстве и торговле, пытается сохранить докризисный уровень своих доходов, забывает о своей ответственности перед обществом и, нарушая все правила КСО и морально-этические нормы, множит некачественную и контрафактную продукцию. Официальные и неофициальные данные свидетельствуют о том, что в последние годы существенно снизилось качество многих товаров и услуг. Рассмотрим один из примеров положения дел в такой важнейшей сфере социальной ответственности бизнеса, как производство продуктов питания.

По признанию экспертов, качество продуктов питания – одна из глобальных проблем, которая приводит к ухудшению здоровья и продолжительности жизни россиян. Количество «болезней из тарелок» растёт в геометрической прогрессии. По данным НИИ питания РАМН, от 30 до 50% всех заболеваний в России связаны с нарушениями питания, что приносит государству ежегодный экономический ущерб до 13 трлн рублей (!). Большинство заболеваний (сердечно-сосудистые, онкологические, ожирение, сахарный диабет и др.), связанных с питанием, относятся к управляемым патологиям, т. е. смертность от этих заболеваний можно снизить благодаря более качественному питанию [Кризис изменил... 2015].

Как свидетельствуют данные контрольных органов и исследовательских центров, положение дел здесь выглядит настораживающим и тренд в условиях кризиса демонстрирует устойчивую негативную динамику. Вот как выглядит динамика положения дел с производством фальсифицированных и вредных продуктов за 2014–15 гг. (см. таблицу 2)¹.

¹ Данные о доле фальсифицированных и опасных продуктов питания, публикуемые различными контролирующими органами, а также озвучиваемые членами правительства, депутатами ГД и экспертами весьма отличаются друг от друга и опираются на результаты различных проверок, осуществлённых теми или иными контрольными органами. По этой причине цифры, приведённые в таблице, не могут быть признаны бесспорными, а призваны лишь показать негативный тренд в производстве некачественных продуктов в условиях кризиса.

Таблица 2

**Доля фальсифицированных и опасных продуктов
в 2014 и 2015 гг., %**

Наименование групп продуктов питания	2014	2015
	Данные РИПИ	Данные Роспотребнадзора
Все молочные продукты, в том числе сыр	Молочная продукция – 23	Молочная продукция – 38 Сыр – 78,3
Масложировая продукция	60 (сливочное масло)	Вся масложировая продукция – 43
Кондитерские изделия		38
Хлебобулочные изделия		35
Напитки	62	65

В условиях кризиса обнаружился тренд снижения качества и роста производства некачественных, вредных и опасных для здоровья людей продуктов питания практически по всем видам продовольственных товаров¹. Особенно резко возросла доля некачественной молочной продукции и прежде всего сыров.

К сожалению, необходимо констатировать, что проблема снижения качества в условиях кризиса существует и в других видах деятельности бизнеса. В частности, в сфере производства строительных материалов и самого строительства, производства многих видов товаров, качества услуг (банковских, страховых и т. д.).

Причём здесь, как и в других случаях, не может быть однозначных оценок. Так, значительная часть крупного бизнеса осознаёт свою СОБ и продолжает выпускать более или менее качественную продукцию. В условиях кризиса не увеличилось, а в ряде производств и уменьшилось число нареканий контролирующих органов и граждан, например, на качество связи, качество услуг железнодорожного и авиационного транспорта.

Вместе с тем очевидно, что качество товаров и услуг в условиях кризиса в целом упало. Причин этому несколько.

Прежде всего – это социальная безответственность значительной части предпринимателей, для которых поддержание доходности своего бизнеса дороже здоровья граждан и собственной репутации. Социально безответственный бизнес в условиях кризиса добивается снижения себестоимости своей продукции и повышения её конкурентоспособности

¹ По признанию помощник главы Россельхознадзора А. Алексеенко, прозвучавшему 13 января 2017 года на Гайдаровском форуме в Москве, в России фальсифицируются все виды продуктов, кроме яиц, а всего фальсифицируется четверть всех продуктов питания и около половины спиртных напитков.

путём понижения качества, и в этом он серьёзно преуспел. Для этого применяются различные средства: снижение качества сырья, из которого изготавливается продукция, нарушение технологий производства, обман потребителей с помощью недобросовестной рекламы и искажения публикуемых данных о потребительских свойствах того или иного товара.

В неменьшей, а может быть и в большей степени, чем бизнес, за ухудшающееся положение дел в сфере производства товаров и услуг несёт ответственность государство, которое не только жёстко не контролирует эти вопросы, как это принято в развитых странах, но и по сути дела попустительствует бизнесу в производстве некачественных, а то и опасных для жизни и здоровья людей товаров и услуг. Это, на наш взгляд, проявляется в следующем:

1. Власти до сих пор не удалось создать эффективную систему контроля качества производимых в России товаров и услуг. Особенно это видно на примере контроля качества продуктов питания, когда техрегламенты и ограничения на практике не соблюдаются и не контролируются. После отмены ГОСТов (в 2010 г.), осуществлённой под сильным давлением лобби соответствующего бизнеса, должны были появиться 300 техрегламентов, а реально появилось не более 30, остальная продукция производится по техническим условиям, которые пишут сами производители.

2. Государство не создало необходимую инфраструктуру для контроля качества производимой продукции. Фактически отечественные лаборатории обеспечивают только микробиологическую и радиационную безопасность продуктов. Что касается проверки продуктов на другие вредные для людей ингредиенты, то их наличие в продуктах практически не отслеживается. Так, реально в российских лабораториях продукты проверяют лишь на наличие четырёх пестицидов, а остальные 450, которые при превышении концентрации оказывают негативное влияние на здоровье и запрещены к применению, остаются на совести производителей. Из 35–40 антибиотиков, применяемых в сельском хозяйстве, продукты проверяют на 4–5. В США контролируется 3 тыс. пищевых добавок, а в России из разрешённых к применению 476 пищевых добавок (консерванты, красители, ароматизаторы, стабилизаторы) нет контроля ни над одной. Между тем, в год человек употребляет от 2,5 до 9 кг веществ, не относящихся к продуктам питания, т. е. пищевых добавок. К тому же необходимо признать, что в России крайне медленно и непоследовательно внедряется Система менеджмента качества на основе новой версии международного стандарта ISO 9001.

3. Контроль качества продуктов питания осуществляют десятки различных государственных структур, что создаёт атмосферу коллективной безответственности. Так, за вопро-

сы качества и безопасности продуктов питания в разной степени отвечают Министерство промышленности и торговли, Минэкономразвития, Росаккредитация, Росстандарт, ФТС, ФАС, Минсельхоз, Россельхознадзор, Роспотребнадзор.

4. Определённые властями меры наказания бизнесменов за производство некачественных товаров и услуг являются чрезвычайно мягкими и только совсем недавно наши законодатели, наконец, задумались об их ужесточении. Статья 14.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает ответственность за продажу товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением установленных законодательством требований в виде символического штрафа на граждан – от одной до двух тысяч рублей, а на юридических лиц – от двадцати до тридцати тысяч рублей¹.

Если некачественная продукция или услуга представляет угрозу для здоровья или жизни потребителей, законодатель установил уголовную ответственность. Так, статьей 238 УК РФ предусмотрена уголовная ответственность за производство, хранение или перевозку в целях сбыта либо сбыт товаров и продукции, выполнение работ или оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни или здоровья потребителей, соответствие указанных товаров, работ или услуг требованиям безопасности.

За данное преступление предусмотрено наказание в виде штрафа в размере до 300 тыс. рублей или в размере заработной платы (или иного дохода осуждённого) за период до двух лет, либо обязательными работами на срок до 360 часов, либо ограничением свободы на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет, либо лишением свободы на тот же срок. Впрочем, и этих мер наказания можно легко избежать с помощью коррупционных технологий.

Негативно на качество товаров и услуг в России влияют санкции и контрсанкции, введённые нашими властями в ответ на западные санкции против России после присоединения Крыма и известных событий в Донбассе. Запрещение импорта ряда высококачественных товаров и продуктов из ЕС, а потом из Турции и Украины привело к резкому снижению, а то и прекращению конкуренции между отечественными и иностранными товарами прежде всего на рынке продуктов питания, что позволило отечественным производителям в условиях ограничения суверенитета потребителей выходить на рынок

¹ Для сравнения отметим, что в ЕС штрафы за продажу некачественных товаров составляют до 25000 евро. Предусмотрены также отзывы лицензий на торговлю и введение запрета на профессию. В Европе ситуация такова, что ни один продавец не возьмётся за реализацию товара, если он не имеет подтверждения качества этого товара и всех его составляющих.

с некачественной и контрафактной пищевой продукцией. Потребитель снова, как и во времена СССР, нередко вынужден покупать подпорченные овощи и фрукты.

Таким образом, власть вяло и непоследовательно осуществляет контроль над выпускаемой продукцией и несёт вместе с безответственным бизнесом солидарную ответственность за падение качества многих видов товаров и услуг.

Благотворительность в условиях кризиса

Традиционной и более или менее добровольной формой СОБ в России¹ является благотворительность. И за годы постсоветского развития в стране начали возрождаться исторические традиции предпринимательской благотворительности, сложилась её довольно современная инфраструктура. В крупных компаниях появились подразделения, планирующие и осуществляющие благотворительные проекты, созданы фонды, аккумулирующие средства на благотворительность, начало активно развиваться корпоративное волонёрское движение. При этом необходимо признать, что в целом уровень благотворительности в России значительно ниже, чем в передовых странах.

К сожалению, в условиях кризиса просматривается определённый тренд к сокращению благотворительности со стороны бизнеса. Согласно социологическому опросу Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), за 2014 и первую половину 2015 гг. пожертвования бизнеса на благотворительные цели сократились на 12% [Благотворительность в кризис... 2015].

По данным опроса Форума Доноров, осуществлённого в рамках проекта «Барометр кризиса», посвящённого развитию корпоративной благотворительности в условиях кризиса, в общей сложности 12 из 33 крупных отечественных и международных компаний отметили, что благотворительный бюджет изменился: 8 компаний его увеличили, а 4 уменьшили бюджеты. При этом увеличение отмечено в пределах 20–30%, а уменьшение – на уровне 20%. Пять компаний не уточнили процент, на который были изменены бюджеты, в том числе три компании, указавшие увеличение финансирования социальной сферы [Барометр кризиса... 2016].

¹ Как известно, в современной России существует не только добровольная, но также и принудительная благотворительность, когда власти понуждают бизнес участвовать в том или ином социальном проекте. Из свежих примеров можно привести строительство «Зенит Арены» в Санкт-Петербурге, когда власти настойчиво попросили бизнес профинансировать завершение строительства стадиона после того, как значительная часть ассигнований на этот проект была банально разворована. Широко распространена практика, когда власти (особенно на региональном уровне) настоятельно просят бизнес принять участие в той или иной благотворительной акции. И бизнес вынужден, даже если это вредит его делам, соглашаться, дабы не портить отношения с властью.

Эти данные говорят о том, что в текущий кризис крупный бизнес подошёл к проблемам благотворительности более ответственно по сравнению с кризисом 2008–9 гг. По данным социологического исследования «Благотворительность в условиях кризиса», осуществлённого в апреле-мае 2009 г. группой «Циркон» и «PriceWaterhouseCoopers», из 440 опрошенных некоммерческих организаций, занимающихся благотворительностью, 65% заявило о том, что их финансирование со стороны бизнеса было сокращено или вообще прекращено [Доклад о тенденциях... 2010].

Судя по данным опросов, дела с благотворительностью крупных компаний в условиях текущего кризиса обстоят относительно благополучно, т. е. крупный бизнес, осознавая, что государству всё труднее решать социальные задачи и поддерживать незащищённые слои населения, стремится всё-таки сохранять благотворительные программы.

Что касается среднего и малого бизнеса, то здесь картина выглядит существенно хуже. Впрочем, и до кризиса участие малого и среднего бизнеса в благотворительности было довольно скромным¹.

Наш собственный опрос предпринимателей в 2013 г. показал, что значительная часть бизнесменов уже при первых симптомах кризиса существенно сократили благотворительные проекты или вообще от них отказались. Так, если в докризисный период 71% наших респондентов заявили, что они участвовали в благотворительных проектах, а также в систематических или разовых благотворительных акциях, то уже в 2013 г. 40% из них вообще временно отказались от участия в благотворительности (по выражению одного респондента, «не до жиру, быть бы живу»), 39% существенно (от 30 до 70%) сократили свои благотворительные бюджеты и лишь 21% заявили, что они оставили финансирование благотворительных проектов на прежнем уровне.

Наше исследование показало и ещё одно негативное явление, а именно: стремление части бизнесменов, чьи компании не испытывают серьёзных финансовых трудностей, использовать усложнение экономической ситуации как благовидный предлог для того, чтобы отказаться не только от навязанных или показных социальных проектов, что было бы понятно, но и от благотворительности вообще. Об этом, в частности, откровенно заявили 6% участников опроса. «Ну, достали,

¹ В 2013 г. автором было проведено социологическое исследование, посвящённое морально-этической ответственности бизнеса, где вопросы отношения респондентов к благотворительности занимали значительное место. В опросе принял участие 61 респондент – представители бизнеса столичного региона (Москвы и Московской области). Ценность этого опроса заключалась в том, что многие интервью проходили в неформальной обстановке, и в обмен на гарантию анонимности респонденты демонстрировали относительно высокий уровень откровенности.

ну просто достали, – возмущался топ-менеджер банка, – Этим – дай! Тем – дай! Как будто я деньги печатаю. А сейчас я говорю просителям: «Извините, кризис...».

Одновременно, как показал опрос, передовые предприниматели, осознающие свою морально-этическую ответственность перед обществом, используют кризис для улучшения качества планирования благотворительной деятельности, повышения эффективности использования благотворительных ресурсов и усиления контроля над целевым использованием средств в связи с их ограниченностью, для очищения системы благотворительных фондов от различного рода организаций, выступающих посредниками между бизнесом и субъектами благотворительности, от непрофессиональных и непорядочных организаций и людей, превративших благотворительность в средство личного обогащения.

В то же время данные СМИ и благотворительных организаций свидетельствуют о том, что малый и средний бизнес в силу объективных и субъективных причин существенно сократили свои затраты на благотворительность.

В условиях кризиса бизнес вынужден изыскивать пути оптимизации расходов и, естественно, что в этих условиях одними из первых «под нож» попадают расходы на благотворительность. При этом необходимо отметить в качестве позитивного момента, что сокращение ассигнований на благотворительность бизнес стремится частично компенсировать волонтерским участием своих работников в благотворительных программах.

Отношение власти к благотворительной деятельности бизнеса неоднозначно. С одной стороны, власть в условиях сокращения бюджетных средств осознаёт необходимость привлечения бизнеса к осуществлению социальных проектов. С другой стороны, очевидно, что власти относятся к некоторым видам благотворительности настороженно, боясь усиления влияния на население зарубежных и финансируемых из-за рубежа фондов. Кроме того, у власти есть опасения и по поводу того, что нерегулируемая государством благотворительность бизнеса и его взаимодействие со структурами гражданского общества может повысить самостоятельность бизнеса и усилить гражданское общество, которое сможет предъявлять власти требования не только гуманитарного характера. И именно с этой целью был принят закон «Об иностранных агентах», нанёсший серьёзный удар по благотворительности и вынудивший уйти из общественного пространства целый ряд благотворительных организаций. Наиболее существенный ущерб, на наш взгляд, благотворительность в России понесла из-за действия этого закона, приведшего, например, к свёртыванию деятельности фонда Д. Зимины «Династия».

Отношение бизнеса к СОБ в кризис

Вопрос об отношении самого бизнеса к своей социальной ответственности в условиях кризиса является весьма сложным. Если говорить об осознании передовым бизнесом своей роли и ответственности в преодолении страной кризиса на теоретическом уровне, то оно, во всяком случае у общероссийских предпринимательских организаций (РСПП, ТПП, «Деловой России», «Опоры России», АРБ, ВСС и др.), безусловно присутствует. Анализ документов этих организаций показывает, что в них вопросам СОБ уделяется значительное внимание.

Для разработки идей КСО и их внедрения в предпринимательскую среду в основных предпринимательских объединениях созданы соответствующие структуры. Так, в РСПП работает «Комитет по корпоративной социальной ответственности и демографической политике», в «Опоре России» – «Комитет по социальному предпринимательству и корпоративной социальной ответственности», в «Деловой России» – «Комитет по социальной ответственности бизнеса, благотворительности и меценатству». Эти структуры осуществляют систематическое осмысление теории и практики опыта КСО, разработку методик её оценки с учётом международных стандартов, состоящих из количественных и качественных индексов.

Важным шагом в развитии КСО с 2000 г. является публикация социальных отчётов, осуществляемая передовыми компаниями, работающими на отечественном рынке. На 11.01.2017 г. в библиотеке нефинансовых отчётов были зарегистрированы отчёты 164 организаций, предоставивших 748 отчётов. Необходимо констатировать, что в условиях кризиса количество публикуемых компаниями нефинансовых отчётов несколько сократилось. Так, если за 2012 г. компании подготовили 76 нефинансовых отчетов, за 2013 – 65, то за 2015 г. – 63 [Ответственная деловая практика... 2015: 18; Национальный регистр...] Это довольно скромные цифры. Причём эксперты констатируют не только небольшое число нефинансовых отчётов, но и невысокое их качество. Так, в РСПП провели исследование по материалам 100 годовых нефинансовых отчётов крупнейших компаний, которое показало, что глубина раскрытия информации о социальной ответственности российских компаний очень отличается от западных своей декларативностью, неглубоким анализом результатов деятельности.

Для сравнения отметим, что по состоянию на конец 2014 г. в базе данных Corporate Register в мире было зарегистрировано более 12 тыс. компаний, которые в период с 1992 по 2014 гг. опубликовали 62096 нефинансовых отчётов, подавляющее число из них отличалось глубиной и полнотой

раскрытия информации о КСО компаний и было подготовлено в соответствии со стандартами ISO: 26000 [Ответственная деловая практика... 2015: 16].

Предпринимательские объединения ведут также работу над рейтингами КСО и уже несколько лет публикуют рейтинги социально-экологической ответственности бизнеса. РСПП в рамках проекта «Социальный капитал» осуществляет разработку индексов публичной корпоративной отчетности. Индекс «Ответственность и открытость» позволяет аналитикам выявлять круг тем, приоритетных для КСО, а также набор из почти 80 показателей, которые компании используют для отражения их воздействия на экономику, общество и окружающую среду. Индекс «Вектор устойчивого развития» помогает отследить динамику и направление процессов, связанных с деятельностью компаний в ключевых областях ответственности [Ответственная деловая практика... 2015: 11].

Весьма актуальными в условиях кризиса выглядят и вопросы, инициируемые РСПП и обсуждаемые на заседаниях, круглых столах и симпозиумах. Только за последний год бизнес активно обсуждал следующие вопросы, касающиеся СОБ: «Корпоративная социальная ответственность бизнеса как основа эффективных бизнес-стратегий», «Индексы и рейтинги устойчивого развития и корпоративной ответственности: опыт оценки и развитие инструментария», «Ответственное взаимодействие бизнеса и власти в интересах социальной стабильности» и др.

Значительное внимание СОБ уделяет и ТПП РФ. В программе её деятельности в частности говорится: «ТПП РФ... проводит в своей деятельности политику социальной ответственности предпринимателей и их объединений, придерживаясь международных принципов, зафиксированных в Глобальной инициативе ООН и в рекомендациях Международной организации предпринимателей, в конвенциях и рекомендациях МОТ» [Социальная ответственность...].

Вместе с тем, с сожалением приходится констатировать, что осознание передовым бизнесом важности и полезности СОБ далеко не всегда сопровождается социально ответственным поведением значительной части бизнеса на практике. И иногда складывается впечатление, что теория СОБ в России и практика поведения бизнеса – это некие непересекающиеся среды. В этой связи в сознании значительной части предпринимателей можно наблюдать явление когнитивного диссонанса, когда, с одной стороны, есть осознание необходимости и полезности социально ответственного поведения, а с другой – понимание того, что социально-экономические реалии в стране диктуют иные модели поведения, далеко не всегда укладывающиеся в рамки КСО, а то и противоречащие ей.

При этом необходимо отметить, что передовой крупный российский бизнес и международные компании, работающие на нашем рынке, осознают свою социальную роль и ответственность в преодолении кризисов и стремятся демонстрировать власти и обществу социально ответственное поведение.

Как показывают результаты социологического исследования, проведённого в период кризиса 2008–09 гг. агентством Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist) среди крупнейших, прежде всего российских компаний, активно работающих на мировых рынках и котирующих свои акции на зарубежных биржах, понятие КСО и устойчивого развития из абстрактной теории превращаются в повседневную практику, полезность которой для элиты бизнеса является очевидной. Опрос продемонстрировал, что 70% участвовавших в нём компаний отметили, что КСО помогает им в расширении бизнеса на развивающихся рынках. Более 60% респондентов заявили о том, что основным стимулом для устойчивого развития и деятельности в области КСО является улучшение репутации и укрепление бренда компании. По мнению респондентов, КСО также повышает конкурентоспособность компании на международном рынке: 31% опрошенных среди факторов, способствующих внедрению политики устойчивого развития, называют необходимость конкурировать в глобальном масштабе; 21% объясняют свои действия в сфере КСО требованием со стороны правительства и регуляторов [Виттенберг 2011: 444].

В то же время в России можно наблюдать и массовые случаи безответственного поведения представителей крупного, малого и среднего бизнеса. Это не всегда законная минимизация налогов, и осуществление ценовых сговоров, и некорректное использование инсайдерской информации, и нарушение экологических норм ведения бизнеса¹. Причём при анализе поведения той или иной фирмы с позиций оценки её ответственного или безответственного поведения иногда крайне трудно вынести однозначный вердикт. Это связано с тем, что при решении одних вопросов бизнес может поступать социально ответственно, а других – безответственно. Например, уходить от налогов, но при этом активно заниматься благотворительностью; сохранять рабочие места и накапливать человеческий капитал сотрудников, но нарушать экологические нормы; выпускать качественную продукцию, но игнорировать правила справедливой конкуренции, и т. д. Сегодня можно с уверенностью сказать, что российский бизнес находится в некоем транзите от социальной безответственности к социальной ответственности. Этот транзит не является однонаправленным процессом движения по восходящей, а характеризуется подъёмами и спадами СОБ.

¹ Вопросы экологической ответственности бизнеса были рассмотрены нами в специальной статье [Виттенберг 2010].

Если сегодня представить российский бизнес с точки зрения социально ответственного поведения в виде пирамиды, то он будет выглядеть следующим образом: в основании пирамиды лежит достаточно большая страта безответственных предпринимателей (представители теневого бизнеса, злостные нарушители трудового законодательства, систематические уклонисты от уплаты налогов, отравители природы); ступенькой выше располагаются самые большие бизнес-страты, находящиеся в некоем транзитном состоянии от социально безответственного поведения к социально ответственному (это предприниматели, которые в одних случаях поступают ответственно, а в других – безответственно). И, наконец, на вершине этой бизнес-пирамиды находится страта относительно социально ответственных бизнесменов. Для значительной части российского бизнеса социально ответственное поведение на сегодняшний день означает выход из тени, уплату налогов в полном объёме, выплату сотрудникам «белой зарплаты», то есть элементарное соблюдение законов.

Причин, по которым значительная часть российского бизнеса демонстрирует социальную безответственность, несколько.

1. В России с момента возникновения бизнеса не сложилась историческая традиция ответственности бизнеса перед обществом. В условиях авторитарных и тоталитарных режимов, доминировавших в стране на протяжении многих веков, бизнес был ответственен главным образом перед властью.

2. Не укоренилась в сознании значительной части российского бизнеса и идея служения общественным интересам. Большая часть российского бизнеса служила и продолжает служить не обществу, а Мамоне.

3. В России наблюдается эманация безответственности и существует некая пирамида безответственности, когда социальная безответственность правящих элит экстраполируется на бизнес и общество. В упрощённом виде это выглядит примерно так: власть в ряде случаев принимает социально безответственные законы и решения (например, «Закон Димы Яковлева», санкции против западного продовольствия, уничтожение санкционных продуктов и т. д.). Бизнес, в свою очередь, допускает социальную безответственность в вопросах налогообложения, качества производимых товаров и услуг, охраны окружающей среды и т. д.).

И, наконец, граждане, имея подчас в качестве примера безответственное поведение власти и бизнеса, также проявляют социальную безответственность: не платят налоги, манкируют оплатой услуг ЖКХ, воруют всё, что можно украсть, и т. д.).

В результате возникает парадигма безответственности значительной части всех субъектов социальной ответственности. В этой ситуации было бы наивно ждать от всего бизнеса социально ответственного поведения.

4. Отсутствие справедливой конкуренции, неравноправный характер отношений между бизнесом и властью, между государственным и частным бизнесом, существование лишь на бумаге равенства всех перед законом, сохраняющийся высокий уровень коррупции также способствуют сохранению, а то и росту социальной безответственности бизнеса в условиях кризиса.

Тем не менее, как нам представляется, именно в условиях кризиса отчётливо просматриваются пути повышения социальной ответственности бизнеса. Как было отмечено выше, это прежде всего наличие в качестве примера социально ответственного поведения власти. Далее – верховенство закона, присутствие в обществе реальной политической и экономической конкуренции. И, наконец, это расширение экономической свободы и улучшение предпринимательского климата во всех его аспектах, начиная от рационального налогообложения и кончая непримиримой борьбой с коррупцией.

Серьёзным фактором, способным повлиять на развитие СОБ в условиях кризиса в России является установление атмосферы доверия между институтами власти и бизнеса, а также изменение характера их отношений в сторону повышения равноправия. Сегодня в этом вопросе есть определённые позитивные подвижки: создан институт бизнес-омбудсмена, чаще стали происходить встречи представителей власти и бизнеса, включая встречи с президентом, бизнес стал активней привлекаться к разработке антикризисных программ.

Вместе с тем, по сей день сохраняется определённое взаимное недоверие между бизнесом и властью, особенно на региональном уровне. Медленно движется в позитивную сторону и процесс становления равноправных отношений между бизнесом и властью. До сих пор существует практика командования бизнесом со стороны институтов власти, принуждение к благотворительности и т. д.

Важным фактором повышения СОБ является осознание самим бизнесом, что именно в условиях кризиса важно и выгодно демонстрировать социально ответственное поведение. Как это ни странно, но корпоративная социальная ответственность — один из немногих возможных и эффективных путей сохранения бизнеса и выхода из кризиса всей страны. Мировой опыт и результаты социологических исследований регулярно показывают, что бизнес, который ведёт себя социально ответственно, имеет большие шансы на выживание в условиях кризиса.

Корпоративная социальная ответственность — один из немногих возможных и эффективных путей сохранения бизнеса и выхода из кризиса всей страны. Мировой опыт и результаты социологических исследований регулярно показывают, что бизнес, который ведёт себя социально ответственно, имеет большие шансы на выживание в условиях кризиса.

Социально ответственное поведение бизнеса способствует улучшению его отношений с внутренними и внешними стейкхолдерами. Работники фирмы с большим желанием трудятся на социально ответственных предприятиях. Социально ответственному бизнесу легче найти хороших специалистов, опять-таки предпочитающих работать на социально ответственных предприятиях. Даже акционеры, чьи интересы иногда входят в противоречие с затратами на социальные проекты, уменьшающие их дивиденды, при хорошо поставленной разъяснительной работе признают в перспективе выгоду СОБ.

Что касается внешних стейкхолдеров, то у социально ответственного бизнеса, прежде всего, как правило, хорошие отношения с властью, что особенно важно в условиях России. Социально ответственный бизнес помогает власти решать различные острые социальные проблемы, а власти в свою очередь помогают бизнесу в решении его проблем, таких, например, как аренда производственных помещений, ускоренное подключение к инфраструктуре, выход на рынки товаров и заимствований, и т.д.

Далее, бизнесу, исповедующему ценности КСО, банки скорее предоставят кредиты, поскольку они, поддерживая социально ответственный бизнес, наберут очки в глазах потенциальных клиентов.

Социально ответственное поведение бизнеса даёт ему шанс расширить круг потребителей своих товаров и услуг. Здесь работает простая логика: если компания ведёт себя социально ответственно, то она выпускает хороший и качественный товар, разумна в своей ценовой политике, чем привлекает всё больше и больше клиентов.

Социально ответственному бизнесу легче найти партнёров, особенно за рубежом, где идеи СОБ стали для множества компаний элементом повседневной практики. Известно, что с социально ответственными компаниями легче и безопасней вести бизнес: меньше рисков, связанных с конфликтами с властью и обществом, со служащими и акционерами, и т. д.

У социально ответственного бизнеса хорошие отношения со СМИ, которые доносят до общественности факты социально ответственного поведения той или иной компании и тем самым повышают узнаваемость фирм, формируют их позитивный имидж в глазах широкой общественности.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса – это возможность создавать и наращивать нематериальные активы, увеличивать цену имиджа компании и её торговой марки, а тем самым повышать стоимость компании на фондовых рынках и т. д.

Социальная ответственность бизнеса – это возможность создавать и наращивать нематериальные активы, увеличивать цену имиджа компании и её торговой марки, а тем самым повышать стоимость компании на фондовых рынках и т. д.

Когда, наконец, не только передовой, но и весь российский бизнес не на словах, а на деле осознает важность и полезность социально ответственного поведения и начнёт осуществлять его на практике, сказать трудно, но это один из важных факторов преодоления страной экономического кризиса и перехода её на рельсы устойчивого инновационного развития.

Библиографический список

Антикризисный план правительства РФ. 2015 // Российская газета. RG.RU. URL: <https://rg.ru/2015/02/02/plan-dok.html> [Дата посещения: 01.09.2016].

Базанова Е., Мереминская Е., Дербилова Е., Терентьева А. 2016. Путин опять дал слово // Ведомости. 20 июня. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/06/20/645956-putin-opyat-dal-slovo> [Дата посещения: 25.08.2016].

Барометр кризиса // Форум доноров. URL: <http://www.donorsforum.ru/projects/barometr-krizisa> [Дата посещения: 27.08.2016].

Безработица в России в 2016 году // Person agency. URL: <https://person-agency.ru/statistic.html> [Дата посещения: 27.08.2016].

Благотворительность в кризис: кто и сколько тратит // Рамблер. URL: <https://finance.rambler.ru/news/2015-9-4/blagotvoritelnost-v-krizis-kto-i-skolko/> [Дата посещения: 29.08.2016].

Виттенберг Е. Я. 2010. Экологическая ответственность бизнеса // Россия и современный мир. № 2. С. 31–49.

Виттенберг Е. Я. 2011. Социальная ответственность бизнеса на постсоветском пространстве. М.: Издательский центр РГГУ. 481 с.

Владимиров Е. 2015. Теневой рынок в России не исчезает // Академия менеджмента. Технологии будущего мегодны! URL: <http://am-lean.ru/news/1314/> [Дата посещения: 20.08.2016].

Воронина Ю. 2016. Рейдерство угрожает малому и среднему бизнесу в России // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2015/07/07/reyderstvo.html> [Дата посещения: 20.08.2016].

Горелова Е. Малому бизнесу приготовили льготы. 2015 // Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/10/02/611218-malomu-biznesu-prigotovili-lgoti> [Дата посещения: 23.08.2016].

Гурвич Е. Т., Суслина А. Л. 2015. Динамика собираемости налогов в России: макроэкономический подход. Государственные финансы. Налогово-бюджетная политика // Экономическая экспертная группа. URL: <http://www.eeg.ru/files/lib/02092015.pdf?PHPSESSID=f91b06bcd38449225b73a8514c6eae35> [Дата посещения: 21.08.2016].

Доклад о тенденциях в сфере КСО в России в 2009 году. 2010 // Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: <http://www.rspp.ru> [Дата посещения: 23.08.2016].

Как сохранить КСО-программы в кризис. 2016 // Агентство социальной информации. URL: <http://www.asi.org.ru/kak-sohranit-kso-programmy-v-krizis/> [Дата посещения: 09.08.2016].

Костякина А. С. 2009. Социальная ответственность бизнеса в условиях мирового финансового кризиса // «Terra Economicus». Экономический вестник ростовского государственного университета. Т. 7. № 2 (часть третья). С. 32–35.

Кризис изменил вкус и качество продуктов, рынок заполнил продуктовый фальсификат. 2015 // Agrobook. URL: <http://www.agrobook.ru/blog/user/soyuz-organicheskogo-zemledeliya/kachestvo-produktov-pitaniya-s-kontrolem-kachestva> [Дата посещения: 01.09.2016].

Лозовая И. С. 2009. Социальная ответственность российских предприятий в условиях экономического кризиса // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. № 1. С. 14–16.

Малышева Е., Бикбов А., Коптюбенко Д. 2015. Теневой сектор экономики России вырос на 3 млн человек // URL: <http://www.rbc.ru/economics/26/02/2015/54ef19049a7947453eeb6428> [Дата посещения: 01.08.2016].

Минстрой России // РБК. URL: <http://www.minstroyrf.ru/press/srok-prokhozhdeniya-protsedur-neobkhodimyykh-dlya-polucheniya-razresheniya-na-stroitelstvo-znachitelno/> [Дата посещения: 03.08.2016].

Миронов В. 2016. Вступил в силу мораторий на проверки малого бизнеса // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2016/01/02/biznes-site.html> [Дата посещения: 01.08.2016].

Национальный Регистр и Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов. URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> [Дата посещения: 23.01. 2017].

«Опора России» просит Минтруд исключить МРОТ из расчёта страховых взносов // ТАСС. URL: <http://tass.ru/ekonomika/3469919> [Дата посещения: 09.08.2016].

Ответственная деловая практика в зеркале отчётности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов 2012–2014 гг. выпуска. 2015 // Российский союз промышлен-

ников и предпринимателей. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/1/3/1310e25ab7ebd8f22b8baa594bce857c.pdf> [Дата посещения: 01.08.2016].

Просроченная задолженность по заработной плате. 2016 // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1237983568234 [Дата посещения: 10.09.2016].

Путин В. В. Выступление на съезде РСПП 24 февраля 2016 г. // Президент России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/51559> [Дата посещения: 01.08.2016].

Социальная ответственность – новое в политике ТПП России // Меценат. URL: http://www.maecenas.ru/doc/2003_4_7.html [Дата посещения: 01.08.2016].

Теневая экономика. 2016 // www.Grandars.ru. URL: <http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/tenevaya-ekonomika.html#a4> [Дата посещения: 01.08.2016].

Титов Б. Ю. 2016а. Ежегодный доклад омбудсмена // Уполномоченный по защите прав предпринимателей в РД. URL: http://doklad.ombudsmanbiz.ru/doklad_2016.html [Дата посещения: 04.09.2016].

Титов Б. Ю. 2016b. Налоговая нагрузка на бизнес // Уполномоченный по защите прав предпринимателей в РД. URL: <http://www.ombudsmanbiz.ru/2016/03/v-rossii-nalogovaya-nagruzka-na-biznes-vyshe-chem-srednemirovaya/> [Дата посещения: 04.09.2016].

Doing Business in Russia 2012 reports // The World Bank. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Subnational-Reports/DB12-Sub-Russia.pdf> [Дата посещения: 07.09.2016].

Doing Business 2016 reports // The World Bank. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf> [Дата посещения: 07.09.2016].

Index of Economic Freedom 2012 // Гуманитарные технологии. URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2012/01/13/3839> [Дата посещения: 10.09.2016].

Index of Economic Freedom 2016 // Гуманитарные технологии. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom/index-of-economic-freedom-info> [Дата посещения: 24.01.2017].

Karaibrahimoğlu Y. Z. 2010. Corporate social responsibility in times of financial crisis // African Journal of Business Management. Vol. 4(4). P. 382–389.

Köse C. 2012. The Effects of the Financial Crisis on Corporate Social Responsibility // International Journal of Business and Social Science. Vol. 3 No. 3. February. P. 292–300.

Selvi Y., Wagner E., ve Türel A. 2010. Corporate Social Responsibility In The Time Of Financial Crisis: Evidence From Turkey // *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*. Number 12. Issue 1. P. 333–338.

DOI: 10.19181/vis.2017.20.1.440

Social Responsibility of Russian Business During Economic Crisis

Vittenberg Evgeniy Yakovlevich

Doctor of Historical Sciences, Professor, Chief Researcher, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia. E-mail: intelban@mail.ru

Abstract: This article is dedicated to analyzing the social responsibility of business (SRB) during the current historical stage, which is characterized by economic crisis. SRB is examined in tight connection with social responsibility of government officials and civic society. According to the author, developing a solidary responsibility among all of its subjects is one of the most important conditions for overcoming the crisis as quickly as possible. In this article considerable attention is paid to analyzing the efforts of the government when it comes to improving the business climate in such aspects as eliminating bureaucratic obstacles which hamper the functioning of businesses, a certain decrease in the tax burden for several categories of small businesses, providing access to infrastructure, etc. The article highlights certain achievements of the government when it comes to these matters, which are reflected in international ratings that evaluate entrepreneurial climate. Meanwhile the article marks certain difficulties and contradictory trends when it comes to improving the business climate in Russia. Cited among them is poor property protection as a result of extensive corporate raiding, unequal relations between business and government, corruptive pressure on businesses. The article examines SRB during crisis based on such key issues as tax payment, relations with internal stakeholders, producing quality products, charity, not to mention that it analyzes the reasons for business' social irresponsibility. In conclusion, the article states that business' behavior during crisis is controversial. The leading businesses show socially responsible behavior: they pay taxes, maintain jobs, produce quality products, and implement ecological and charitable projects. Irresponsible business "hides in the shadow", decreases the net cost of products at the expense of quality, and abandons charitable campaigns. It is concluded that socially responsible behavior of businesses is the key to helping them stay afloat, as well as ushering the country towards stable development.

Keywords: the social responsibility of business, the social responsibility of government, solidarity social responsibility, responsibility before external and internal stakeholders, the social irresponsibility of the business

References

Antikrizisny plan pravitel'stva RF [Anti-crisis Plan of the Government of the Russian Federation. 2015]. Rossiyskaja gazeta. Official website. URL: <https://rg.ru/2015/02/02/plan-dok.html> [date of visit: 01.09.2016].

Barometr krizisa [The Barometer of Crisis]. Forum donorov. Website. URL: <http://www.donorsforum.ru/projects/barometr-krizisa> [date of visit: 27.08.2016].

Bazanova E., Mereminskaja E., Derbilova E., Terent'eva A. Putin opiat' dal slovo [Putin Again Gave the Floor]. Vedomosti Official website. Release 20.06.2016. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/06/20/645956-putin-opyat-dal-slovo> [date of visit: 25.08.2016].

Bezrabotica v Rossii v 2016 godu [Unemployment in Russia in 2016]. Person agency. Official website. URL: <https://person-agency.ru/statistic.html> [date of visit: 27.08.2016].

Blagotvoritel'nost' v krizis: kto i skol'ko tratit [Charity in Crisis: Who Spends and How Much]. Analiticheskij centr NAFL. Official website. URL: <http://nacfin.ru/blagotvoritelnost-v-krizis-kto-i-skolko-tratit> [date of visit: 29.08.2016].

Doing Business 2016 reports. The World Bank. Doingbusiness. Website. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf> [date of visit: 07.09.2016].

Doing Business in Russia 2012 reports. The World Bank. Doingbusiness Website. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Subnational-Reports/DB12-Sub-Russia.pdf> [date of visit: 07.09.2016].

Doklad o tendencijah v sfere KSO v Rossii v 2009 godu [Report on Trends in Corporate Social Responsibility in Russia in 2009]. RUIE Official website. Release 2010. URL: <http://www.rspp.ru> [date of visit: 23.08.2016].

Gorelova E. Malomu biznesu prigotovili l'goty [Small Businesses Have Prepared Benefits]. Vedomosti. Official website. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/10/02/611218-malomu-biznesu-prigotovili-lgoti> [date of visit: 23.08.2016].

Gurvich E. T., Suslina A. L. Dinamika sobiraemosti nalogov v Rossii: makroekonomichesky podhod. Gosudarstvennye finansy. Nalogovo-biudzhethnaja politika [The Dynamics of Tax Collection in Russia: the Macroeconomic Approach. Public Finance. Fiscal Policy]. Ekonomicheskaja ekspertnaja gruppa. Official website. Release 2015. URL: <http://www.eeg.ru/files/lib/02092015.pdf?PHPSESSID=f91b06bcd38449225b73a8514c6eae35> [date of visit: 21.08.2016].

Index of Economic Freedom. Gumanitarnye Tekhnologii. The Web journal. Release 2012. URL <http://gtmarket.ru/news/state/2012/01/13/3839> [date of visit: 10.09.2016].

Index of Economic Freedom. Gumanitarnye Tekhnologii. The Web journal. Release 2016. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom/index-of-economic-freedom-info> [date of visit: 24.01.2017].

Kak sohranit' KSO-programmy v krizis [How to Keep Corporate Social Responsibility Programs in Crisis. 2016]. Agentstvo social'noy informacii. Official website. URL: <http://www.asi.org.ru/kak-sohranit-kso-programmy-v-krizis> [date of visit: 09.08.2016].

Karaibrahimoğlu Y. Z. Corporate social responsibility in times of financial crisis. African Journal of Business Management. 2010. Vol. 4 (4), pp. 382–389.

Köse C. The Effects of the Financial Crisis on Corporate Social Responsibility. International Journal of Business and Social Science, 2012 February, vol. 3, no. 3, pp. 292–300.

Kostiakina A. S. Social'naja otvetstvennost' biznesa v uslovijah mirovogo finansovogo krizisa [Social Responsibility of Business in the Global Financial Crisis]. Terra Economicus. Ekonomicheskyy vestnik rostovskogo gosudarstvennogo universiteta, 2009, vol. 7, no 2 (part three), pp. 32–35.

Krizis izmenil vkus i kachestvo produktov, rynek zapolnil produktovy fal'sifikat []. Agrobook. Website. Release 2015. URL: <http://www.agrobook.ru/blog/user/soyuz-organicheskogo-zemledeliya/kachestvo-produktov-pitaniya-s-kontrolem-kachestva> [date of visit: 01.09.2016].

Lozovaja I. S. Social'naja otvetstvennost' rossiyskih predpriyatiy v uslovijah ekonomicheskogo krizisa [Social Responsibility of Russian Enterprises in the Conditions of Economic Crisis]. Vestnik AGTU. Ser. Ekonomika, 2009, no 1, pp. 14–16.

Malysheva E., Bikbov A., Koptiubenko D. Tenevoy sektor ekonomiki Rossii vyros na 3 mln chelovek [The Shadow Economy of Russia Grew by 3 Million People]. RBC Information agency. Official website. URL: <http://www.rbc.ru/economics/26/02/2015/54ef19049a7947453eeb6428> [date of visit: 01.08.2016].

Minstroy Rossii [Ministry of Construction of Russia]. RBK. URL: <http://www.minstroyrf.ru/press/srok-prokhozheniya-protsedurneobkhodimyykh-dlya-polucheniya-razresheniya-na-stroitelstvo-znachiteln> [date of visit: 03.08.2016].

Mironov V. Vstupil v silu moratoriy na proverki malogo biznesa [The Moratorium on Small Business Checks Came into Effect]. Rossiyskaja gazeta. Official website. Release 2016. URL: <https://rg.ru/2016/01/02/biznes-site.html> [date of visit: 01.08.2016].

Nacional'ny Registr i Biblioteka korporativnykh nefinansovykh otchiotov [National Register and Library of Corporate Non-Financial Reports]. The Web portal. URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> [date of visit: 23.01.2017].

«Opora Rossii» prosit Mintrud iskluchit' MROT iz raschiota strahovykh vzosov [“Support of Russia” Asks the Ministry of Labor to Exclude the Minimum Wage from the Calculation of Insurance Premiums]. TASS Official website. Release 20.07.2016. URL: <http://tass.ru/ekonomika/3469919> [date of visit: 09.08.2016].

Otvettstvennaja delovaja praktika v zerkale otchiotnosti. Analitichesky obzor korporativnykh nefinansovykh otchiotov 2012–2014 gg. Vypuska [Responsible Business Practice in the Mirror of Accountability. Analytical Review of Corporate Non-financial Reports 2012–2014 Release.]. RUIE Official website. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/1/3/1310e25ab7ebd8f22b8baa594bce857c.pdf> [date of visit: 01.08.2016].

Prosrochennaja zadolzhennost' po zarabotnoy plate [Arrears of Wages. 2016]. Rosstat Oficial website. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1237983568234 [date of visit: 10.09.2016].

Putin V. V. Vystuplenie na s'ezde RSPP 24.02.2016 [Speech at the RUIE Forum 24th feb. 2016]. Russian President Official website. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/51559> [date of visit: 01.08.2016].

Selvi Y., Wagner E., ve Türel A. Corporate Social Responsibility In The Time Of Financial Crisis: Evidence From Turkey. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 2010, no 12, Issue 1, pp. 333–338.

Social'naja otvetstvennost' – novoe v politike TPP Rossiya [Social Responsibility – New Aspect in Politics of the Chamber of Commerce and Industry of Russia]. Mecenat. Website. URL: http://www.maecenas.ru/doc/2003_4_7.html [date of visit: 01.08.2016].

Tenevaja ekonomika [The Shadow Economy]. The Web Economic Encyclopedia “Gandars”. URL: <http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/tenevaya-ekonomika.html#a4> [date of visit: 01.08.2016].

Titov B. Y. Ezhegodny doklad ombudsmena [Annual Report of the Ombudsman]. Upolnomochenny po zaschite prav predprinimateley v RF. Official website. URL: www.ombudsmanrd.ru/tag/ezhegodnyj-doklad-2016 [date of visit: 04.09.2016].

Titov B. Y. Nalogovaja nagruzka na biznes [Tax Burden on Business]. Upolnomochenny po zaschite prav predprinimateley v RF. Official website. URL: <http://www.ombudsmanbiz.ru/2016/03/v-rossii-nalogovaya-nagruzka-na-biznes-vyshe-chem-srednemirovaya/> [date of visit: 04.09.2016].

Vittenberg E. Y. Ecologicheskaja otvetstvennost' biznesa [Environmental Responsibility of Business]. Rossiya i sovremenny mir, 2010, no 2, pp. 31–49.

Vittenberg E. Y. Social'naja otvetstvennost' biznesa na postsovetском prostranstve [Social Responsibility of Business in the Post-Soviet Space.]. Moscow, RSHU publ., 2011. 481 p.

Vladimirov E. Tenevoy rynek v Rossii ne ischezает [The Shadow Market in Russia Does not Disappear]. TPP-Inform. Website. URL: <http://tpp-inform.ru/vedomosti/obshchestvo/35139/> [date of visit: 20.08.2016].

Voronina J. Reyderstvo ugrozhaet malomu i srednemu biznesu v Rossii [Raiding Threatens Small and Medium-sized Businesses in Russia]. Rossiyskaja gazeta. Official website. URL: <https://rg.ru/2015/07/07/reyderstvo.html> [date of visit: 20.08.2016].