

Секция «24.13 Государственная политика современной России: институты, стратегии, приоритеты»

Место и роль торгово-промышленных палат в реализации политики социально ответственного бизнеса: региональные аспекты

Научный руководитель – Федякин Алексей Владимирович

Боровский Марк Борисович

Аспирант

Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия

E-mail: mark.borovskiy.99@mail.ru

Региональные аспекты политики социально ответственного бизнеса в современной России определяются тем, что социальная ответственность формируется и проявляется в неоднородном пространстве субъектов Федерации. Данная неоднородность по параметрам социально-экономического развития, отраслевой структуры, ситуации на рынке труда и демографических характеристик, а также по уровню развитости каналов взаимодействия власти, бизнеса и локальных сообществ обуславливает различия в моделях реализации социальной ответственности и формах их институционального обеспечения [8]. На региональном уровне повестка социальной ответственности, как правило, фокусируется на развитии человеческого капитала (подготовка кадров, занятость), поддержке территорий присутствия, кооперации с муниципальными органами власти, экологической безопасности и развитии социальной инфраструктуры [5].

Вариативность региональных аспектов проявляется, во-первых, в различиях приоритетов социальной ответственности на территориях: в одних регионах доминируют проекты, связанные с рынком труда и профессиональной подготовкой, в других – инициативы в социальной сфере и городской среде, в третьих – экологические и инфраструктурные обязательства предприятий, особенно в ресурсных и промышленно ориентированных территориях [2]. Во-вторых, наблюдается разнообразие организационных форм закрепления социальной ответственности: от институционализированных межсекторных партнерств с согласованием позиций основных заинтересованных сторон до краткосрочных проектов, обусловленных текущими бюджетными ограничениями и политико-административными факторами [7]. В-третьих, различается степень включенности малого и среднего предпринимательства: региональная социальная ответственность заметно концентрируется вокруг крупного бизнеса, тогда как МСП ограничено ресурсами для разработки программ, отчетности и участия в публичных обсуждениях, что увеличивает расхождение между заявленными целями и реальными практиками политики [3].

В этой региональной конфигурации торгово-промышленные палаты выступают элементом институциональной инфраструктуры реализации социальной ответственности. Их значение определяется не только представительством интересов бизнеса, но и способностью обеспечивать регулярные каналы согласования и координации на определенной территории [6]. Прежде всего, ТПП консолидируют позицию предпринимательского сообщества и обеспечивают устойчивые каналы взаимодействия с органами власти и общественными институтами, повышая стабильность воспроизводства практик социальной ответственности. Кроме того, в региональных условиях ТПП выполняют экспертно-организационные функции: консультационная поддержка, распространение типовых решений, содействие встраиванию принципов социальной ответственности в практики компаний и в партнерские форматы [1]. Наконец, ТПП обеспечивают вовлечение бизнеса в региональные и муниципальные проекты, требующие согласования позиций нескольких заинтересованных

сторон и долгосрочного организационного сопровождения инициатив, что соответствует подходу социальной ответственности, ориентированному на учет интересов различных групп [4].

Таким образом, региональные аспекты политики социально ответственного бизнеса следует связывать не только с различиями условий развития территорий, но и с различиями институциональной и организационной инфраструктуры, через которую социальная ответственность становится устойчивой практикой. Торгово-промышленные палаты в этой системе выступают посредническим институтом, повышающим координацию, включенность бизнеса (в том числе МСП) и практическую реализуемость социально ответственных инициатив на региональном уровне.

Источники и литература

- 1) ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Руководство по социальной ответственности, 2012.
- 2) Зубаревич Н.В. Региональное развитие и региональная политика в России // ЭКО. 2014. №4. С. 7-27.
- 3) Нехода Е.В. Теория и практика корпоративной социальной ответственности. Томск: Изд-во ТГУ, 2015. 339 с.
- 4) Пахомова Н.В. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: сущность и практика // Вестник СПбГУ. Экономика. 2013. Т.5, №2. С. 30-48.
- 5) Яковлев А.А. Бизнес-ассоциации в России: внутренняя структура, эволюция отношений с государством, роль в модернизации экономики. М.: МОНФ, 2010. 190 с.
- 6) Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // Business Horizons. 1991. Vol.34, №4. P. 39-48.
- 7) Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984. 276 p.
- 8) North D.C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. New York: Cambridge University Press, 1990. 152 p.