

От редакции

УДК 330.341

ББК 65.290.2

© Ускова Т.В., Копытова Е.Д.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: СОСТОЯНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ



УСКОВА ТАМАРА ВИТАЛЬЕВНА

Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук
Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а
E-mail: tvu@vscc.ac.ru



КОПЫТОВА ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА

Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук
Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а
E-mail: ekaterina-razgylina@yandex.ru

В условиях слабых финансово-экономических возможностей органов власти для выполнения в полном объеме переданных им полномочий наиболее перспективным способом управления развитием территории является консолидация ресурсов власти и бизнеса на принципах социальной ответственности. В исследованиях ведущих российских и зарубежных ученых социальная ответственность бизнеса рассматривается как ответственность хозяйствующих субъектов за воздействие решений и деятельности на экономику, общество и окружающую среду, при этом их поведение содействует социально-экономическому развитию территорий. Более того, недостаток бюджетных средств обуславливают потребность в привлечении ресурсов бизнеса для регионального развития. В работе представлены теоретико-методологические основы социальной ответственности бизнеса, уточнен категориальный аппарат «социальная ответственность бизнеса». Рассмотрены ключевые параметры развития социальной ответственности бизнеса в г. Вологде. Раскрыты современные тенденции участия бизнеса в решении вопросов социально-экономического развития областного центра. В частности, количество проектов и организаций, участвующих в них, ежегодно увеличивается. В то же время существуют проблемы, сдерживающие ее развитие. Результаты опроса организаций позволили выделить следующие причины: отсутствие финансовой возможности предприятий, недостаточная степень информированности о возможных формах участия и существующих льготах и др. Устранению негативных факторов и распростра-

нению имеющегося опыта должна способствовать стратегия развития института социальной ответственности бизнеса, направленная на разработку комплекса мер по расширению практики внедрения данных принципов в деятельность хозяйствующих субъектов. В работе использовались общенаучные методы исследования (логический, системный подходы, метод обобщения), статистические (группировка, выборка, сравнение и обобщение), применены табличные и графические приемы визуализации данных. Материалы статьи могут быть использованы в научной, образовательной деятельности, представлять практический интерес для органов власти и управления при совершенствовании экономической политики, направленной на увеличение вклада бизнеса в региональное развитие.

Взаимодействие власти и бизнеса, социальная ответственность бизнеса, стратегия, органы власти, предприятия, социально-экономическое развитие, город.

Решение задач социально-экономического развития территорий в определенной степени зависит от организации и своевременности форм, методов и инструментов управления, активности участия в этих процессах субъектов экономической деятельности. Одним из механизмов управления экономикой региона выступает взаимодействие органов власти и хозяйствующих субъектов на принципах социальной ответственности бизнеса.

Вместе с тем в российской деловой среде понимание данной категории только зарождается, а российскими исследователями еще недостаточно проработан методический инструментарий применения конкретных форм, методов и инструментов управления, способствующих повышению роли бизнеса в решении социально-экономических задач территорий. Необходимость поиска данных инструментов обусловила актуальность, научную и практическую значимость, а также цель работы.

Изучение фундаментальных трудов зарубежных исследователей по проблемам социальной ответственности бизнеса показало, что в основном они имеют экономическую направленность [17; 25]. В частности, стратегический подход к социальной ответственности предполагает расширение границ ответственности

бизнеса за рамки решения краткосрочных, внутренних производственных и социальных задач, означает деятельность, направленную на решение социальных, экологических и экономических проблем.

В трудах российских авторов (Г.Б. Клейнер, М.И. Либоракина, А.Н. Гаркавенко, Д.Г. Перекрестов и др.) утверждается, что ответственные действия бизнеса повышают устойчивость региональной экономической системы за счет наполняемости бюджета, улучшения экологической обстановки и сбережения природных ресурсов, а также за счет повышения уровня и качества жизни населения [1; 2; 6; 12 и др.].

Сопоставление точек зрения ученых-экономистов на содержание и формы проявления социальной ответственности бизнеса позволило выделить четыре подхода к пониманию содержания этой экономической категории: либеральный, традиционный, социальный, стратегический (табл. 1).

Тема социальной ответственности становится все более актуальной для российского бизнеса, поскольку предприятия являются не только основой экономических отношений, они влияют на социально-экономические процессы, протекающие в современном обществе. Бизнес все активнее вовлекается в жизнь общества, выходя за рамки своей профессиональной деятельности.

Таблица 1. Подходы к содержанию социальной ответственности бизнеса (СОБ)

Подходы	Сторонники	Содержание СОБ
Либеральный	Т. Левитт (1958), М. Фридман (1970)	Отрицание экономического эффекта СОБ, соблюдение установленных законом и деловыми обычаями обязательств, правил и традиций, низкий или нулевой уровень поддержки социальных проектов
Традиционный	Представители бизнес-среды	Несистемная поддержка социальных проектов посредством спонсорства и благотворительности как дань тенденциям рынка; социальные расходы приравниваются к убыткам
Социальный	Г. Боуэн (1953), С. Сети (1975), Д. Вуд (1991)	Внутренне и клиентоориентированная ответственность (производство качественных товаров и услуг, уплата налогов, создание рабочих мест, достойная оплата труда персонала)
Стратегический / интегрированный	К. Девис (1960), Р. Аккреман (1973), Р. Фриман (1984), Э. Элштайн (1987), Т. Дональдсон, Л. Престон (1995), Р. Штойер (2005), О. Фалк, С. Хиблич (2007)	Элемент стратегии с экономическим эффектом, направленный на решение социальных, экологических проблем внутренней и внешней среды корпорации

Источник: Uskova T. V., Razgulina E. D. Social responsibility of Russian business: theoretical vision and practical implementation // Transfer inovácií. – 2013. – № 26. – Р. 9–12.

Изучение экономической сущности социальной ответственности бизнеса [1; 7; 12; 16; 17] позволяет выделить узкий и широкий подходы к ее определению. В рамках узкого подхода социальная ответственность понимается как регулирование социально-трудовых отношений на предприятии, направленное на создание благоприятных условий для привлечения инвестиций и повышение мотивации труда. Широкий подход к трактовке социальной ответственности бизнеса предполагает не только заботу о работниках предприятия, но и реализацию социальных программ на уровне территории или государства в целом, т.е. вклад бизнеса в экономическую, экологическую и социальную сферы [14; 26].

С учетом выявленных особенностей под социальной ответственностью бизнеса мы будем понимать вклад бизнеса, в том числе сверх законодательных норм, в развитие не только внутренней среды, но и в решение социально-экономических проблем территории присутствия.

В зависимости от степени участия хозяйствующих субъектов в решении задач социально-экономического развития территории выделяют три уровня социальной ответственности бизнеса (рис. 1).

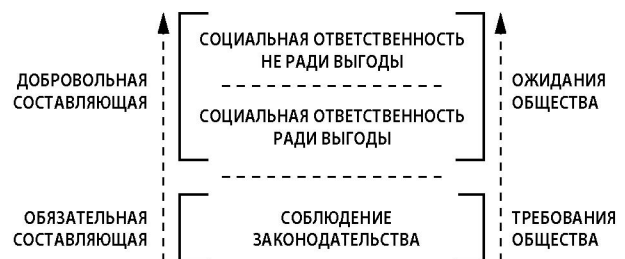


Рис. 1. Уровни социальной ответственности бизнеса

Первый уровень характеризуется тем, что ответственность бизнеса определяется требованиями общества и необходимостью соблюдения законодательства. Если бизнес нарушает обязательства, установленные для его деятельности изначально, то ни о какой социальной ответственности не может быть речи. Второй и третий уровни свидетельствуют о добровольной социальной ответственности бизнеса. Однако отличительной чертой второго уровня является участие в реализации социальных программ ради экономической выгоды, т.е. улучшения имиджа хозяйствующего субъекта, повышения его инвестиционной привлекательности, создания более благоприятных условий для существования и развития бизнеса со стороны власти. Поведение хозяйствующих субъектов третьего уровня социальной ответственности не имеет целью

получение экономических выгод, а направлено на помощь социально незащищенным слоям населения, благотворительную деятельность.

В России социальная ответственность бизнеса является добровольной и носит характер несистемной благотворительности (табл. 2) [7; 16; 20]. Традиционно считается, что этим должно заниматься государство.

Наряду с этим вопрос повышения роли бизнеса (особенно крупного) в решении приоритетных задач социально-экономического развития территорий является весьма острым для субъектов Российской Федерации. Все более устойчивой становится тенденция роста дефицита региональных бюджетов. В 2014 году дефицит консолидированных бюджетов субъектов РФ составлял 448 млрд руб., или 8,3% их собственных доходов. По итогам 2014 года количество субъектов РФ, имеющих уровень долговой нагрузки свыше 50%, увеличилось с 36 до 47 (табл. 3).

За 2014 год количество регионов с уровнем долговой нагрузки более 80% возросло с 8 до 14. Из них 4 региона имели долг, размер которого превышал доходы бюджета [13; 21].

Что касается локальных территорий, то начиная с 2010 года наблюдается усиление процессов наращивания долговых обязательств муниципалитетов РФ как в абсолютном объеме, так и по отношению к собственным доходам местных бюджетов. С 2009 по 2014 год муниципальный долг увеличился в 2,3 раза с 134,9 до 313,2 млрд руб. и достиг почти четверти объема собственных местных бюджетов [3; 21].

В условиях ограниченности бюджетных средств у органов власти решение задач социально-экономического развития возможно только с помощью привлечения ресурсов хозяйствующих субъектов. Как власть, так и бизнес обладают ресурсами, доступ к которым может быть полезен и выгоден другой стороне. Государство располагает экономическими, политическими, административными и информационными ресурсами, а бизнес – финансовыми, экспертными, инновационными. Обмен этими ресурсами является основой взаимодействия власти и бизнеса [22]. Однако внедрение данного инструмента в практику управления требует инициативы органов власти, которое должно строиться на взаимовыгодных

Таблица 2. Сравнительная характеристика подходов к социальной ответственности бизнеса (СОБ)

Страны	Подход	Характеристика подхода
Бельгия, Нидерланды, Финляндия, Швеция	Интегрированный триединый подход (экономический, экологический и социальный)	Активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия.
Австрия, Германия, Франция, частично Великобритания		Государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.
США, Канада, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки	Экономический вектор	Роль государства заключается в принятии соответствующих законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований. Регулирование социально-трудовых отношений на уровне предприятия и в значительной степени на уровне отрасли или региона. С точки зрения инвестора благотворительная деятельность свидетельствует о социальной устойчивости компании.
Япония, Южная Корея, Китай, Малайзия, Таиланд	Социальный вектор соучастия	Государство активно участвует, иногда принуждает к СОБ, а бизнес предоставляет жилье, поощряет семейные династии, осуществляет обучение специалистов за счет корпорации, отвечает за социальные программы на конкретных предприятиях и содержит всю социальную инфраструктуру.
Россия	Несистемная благотворительность	Активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений. Использование механизма ГЧП. Предприятия с государственным участием обеспечивают социальную инфраструктуру. Социальные отчеты могут не соответствовать корпоративным ценностям компании и быть декларированными в письменной форме.

Таблица 3. Долговая нагрузка регионов

Объем долга, % от собственных доходов	Число регионов				
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Менее 15	25	16	18	11	12
15–30	21	24	18	12	7
30–50	22	27	28	24	17
Более 50	15	16	19	36	47

Источники: Зубаревич Н. В. Региональная проекция нового российского кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://institutions.com/general/2568-regionalnaya-proekciya-novogo-rossiiskogo-krizisa.html>; Табах, А., Андреева Д. Долговые стратегии российских регионов // Вопросы экономики. – 2015. – № 10. – С. 78–93.

условиях. Это подтверждается и данными анкетного опроса руководителей предприятий г. Вологды¹: так считают 46% руководителей хозяйствующих субъектов. При этом оптимальной моделью такого взаимодействия является модель партнерства (75% опрошенных).

Инструментом развития социальной ответственности хозяйствующих субъектов выступают проекты и программы, благотворительная помощь, спонсорство, попечительство, денежные гранты и пр. Например, в рамках участия в благотворительных акциях и социальных проектах, реализуемых администрацией города, хозяйствующие субъекты оказывают помощь детским домам, школам-интернатам (36% респондентов), учебным заведениям (31%), ветеранам (30%), больным детям (20%) и многодетным се-

мьям (19%), осуществляется спонсорство в проведении детских праздников и спортивных мероприятиях (27 и 18% соответственно; табл. 4).

Однако потенциал бизнеса в решении вопросов социально-экономического развития территорий используется не в полной мере. Более 70% руководителей предприятий областного центра считают, что бизнес должен соблюдать базовое социальное законодательство, т. е. обеспечивать выплату достойной, «белой» заработной платы (76%) и безопасные условия труда, социальную защиту своих работников (70%). Около половины руководителей уверены, что от них требуется соблюдение взятых на себя обязательств перед деловыми партнерами (42%) и потребителями, обеспечение выпуска качественной продукции (54%). Четверть респондентов полагают, что участие в развитии территории присутствия может ограничиваться только уплатой налогов.

Проведенный опрос позволил заключить, что большинство представителей бизнес-сообщества понимают социальную ответственность в узком смысле, направляя значительную часть своих ресурсов на развитие и поддержку персонала (табл. 5).

Среди причин, сдерживающих развитие социальной ответственности, руководители хозяйствующих субъектов называют отсутствие финансовой возможности для реализации социальных программ (62%), отсутствие или слабое стимулирование этих процессов со сто-

¹ Институт социально-экономического развития территорий РАН в августе – сентябре 2015 года провел опрос руководителей организаций с целью определения их отношения к сущности экономической категории «социальная ответственность бизнеса», выявления направлений повышения социальной ответственности бизнеса. В опросе приняли участие 104 руководителя хозяйствующих субъектов ключевых видов экономической деятельности г. Вологды: производства пищевых продуктов (14,3%), металлообработки (6%), производства машин и оборудования (6%), производства изделий из дерева (13,1%), строительства (9,5%), транспорта (3,6%), торговли (17,9%), производства продукции сельского хозяйства (2,4%), предоставления финансовых услуг (3,6%) и других. Распределение организаций по численности работников: менее 50 человек – 39,3%, от 51 до 150 человек – 32,1%, от 151 до 300 человек – 9,5%, более 301 человека – 19%.

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «В каких благотворительных акциях и социальных проектах участвовала Ваша организация в последние два года или планирует принять участие?», % от числа опрошенных

Благотворительная акция, социальный проект	Да, уже участвует	Планирует принять участие
Помощь детским домам, школам-интернатам	36	13
Поддержка учебных заведений	31	14
Помощь ветеранам	30	12
Спонсорство в проведении детских праздников	27	14
Помощь больным детям	20	14
Спонсорская поддержка в проведении фестивалей, выставок-ярмарок, специальных событий	20	17
Поддержка многодетных семей	19	13
Спонсорство в проведении спортивных мероприятий	18	16
Помощь монастырям, церквям	14	10
Помощь обществу инвалидов	7	10
Другие	1	0

Таблица 5. Основные направления социальной ответственности организаций г. Вологды в 2015 году, % от числа опрошенных

Направление	Доля
Развитие и поддержка персонала	85
Охрана здоровья и создание безопасных условий труда	62
Развитие добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес-партнерами и клиентами компании	41
Ресурсосбережение	29
Участие в городских проектах, реализуемых Администрацией г. Вологды на принципах социального партнерства	26
Природоохранная деятельность	12
Развитие местного сообщества	11

роны государства (51%) и неразвитость законодательной базы (37%). Треть респондентов считают, что они не осознают преимуществ от взаимодействия с органами власти, 23% опрошенных отмечают слабую информированность о возможном участии в социальных проектах, а 14% – отсутствие знаний и опыта подобного участия.

Таким образом, результаты опроса руководителей предприятий показали, что участие хозяйствующих субъектов в социально-экономическом развитии территории в определяющей мере зависит от инициативности органов власти, их умения и желания использовать в управлении инструменты стимулирования бизнеса к социально ответственному поведению.

Одним из инструментов управления, который позволяет стимулировать бизнес к участию в решении региональных

проблем, является стратегия развития социальной ответственности бизнеса. В 2015 году Институт социально-экономического развития территорий РАН подготовил проект стратегии развития социальной ответственности бизнеса г. Вологды на период до 2025 года.

В качестве стратегической цели развития социальной ответственности бизнеса в г. Вологде, по нашему мнению, может быть выбрано формирование личной ответственности бизнеса за решение социально-экономических задач развития города. Ее реализация будет способствовать работе по следующим направлениям (рис. 2).

Формирование идеологии социальной ответственности бизнеса предполагает популяризацию и продвижение социальной ответственности бизнеса, а также оказание методической поддержки социально ответственным организациям. Для

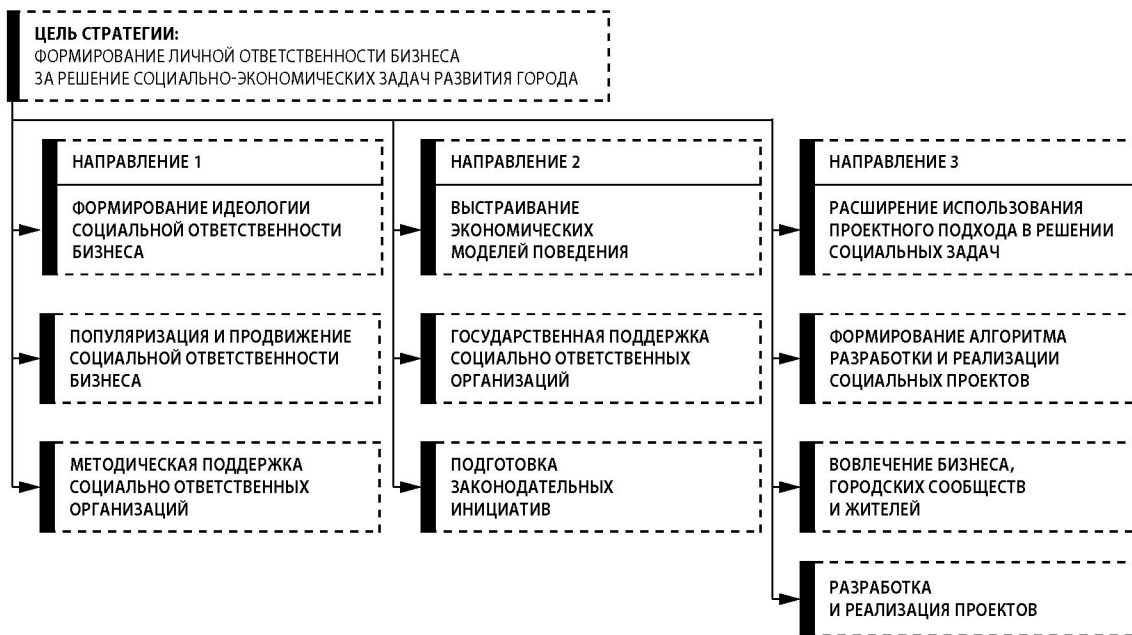


Рис. 2. Приоритетные направления развития социальной ответственности бизнеса в г. Вологде до 2025 г.

реализации первой задачи планируется выполнить следующий комплекс мероприятий:

- организация просветительских мероприятий;
- информационная поддержка в местных СМИ;
- организация выставок-ярмарок социальных проектов;
- организация и проведение конкурса на лучшую социально ответственную организацию;
- присвоение новым социальным объектам имени социального партнера;
- разработка специального свидетельства с правом размещать его на своей продукции;
- разработка и ведение на официальном сайте «Вологда-портал» (vologda-portal.ru) специальной страницы «Ответственный город», на которой будет размещена следующая информация: действующие благотворительные фонды г. Вологды, реестр социально ответственных организаций, список объектов, нуждающихся в поддержке, список идей от бизнес-структур, социальные отчеты организаций.

Методическая поддержка социально ответственных организаций заключается в подготовке и проведении образовательных программ, составлении научно-методического пособия, которое представляет собой инструкцию по оформлению социального отчета организаций.

Выстраиванию экономических моделей поведения социальной ответственности бизнеса будет способствовать поддержка организаций, принимающих активное участие в решении социально-экономических проблем города:

- предоставление земельных участков, находящихся в муниципальной собственности, в аренду на льготных условиях на основании Постановления Администрации города Вологды от 30 ноября 2010 года № 6506 – Перечень имущества, находящегося в собственности муниципального образования «Город Вологда» для предоставления во владение или пользование субъектам МС;
- предоставление налоговых льгот (на основании Положения о земельном налоге от 06 октября 2005 года № 309 базовым организациям государственной

профессиональной образовательной организации предоставляется 30%-я льгота).

Кроме того, предполагается подготовка законодательных инициатив, в числе которых корректировка регионального законодательства и внесение правок в Налоговый кодекс РФ в части уменьшения ставки налога на прибыль для организаций, участвующих в социально-экономическом развитии города (ст. 284 п. 1 НК РФ позволяет органам законодательной власти субъектов РФ уменьшать для отдельных категорий налогоплательщиков ставки налога на прибыль в части, подлежащей зачислению в региональный бюджет); применения льготной ставки для объектов социальной сферы организаций при расчете налоговой базы, поскольку ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации (п. 1 и 2 ст. 380 НК РФ); исключения кадастровой стоимости объектов социальной сферы, находящихся на балансе организаций, из налогооблагаемой базы налога на недвижимое имущество (часть II, ст. 378.2 и 374 НК РФ).

Одним из перспективных направлений работ по привлечению бизнеса к решению социально-экономических проблем территории является расширение использования проектного подхода в решении социальных задач. Данный подход позволяет одновременно решить несколько задач: привлечь максимальное количество ресурсов бизнес-структур и населения для решения проблем развития территории, гармонизировать их интересы, повысить доверие хозяйствующих субъектов к органам власти, организовать взаимодействие и конструктивный диалог между участниками проекта [8; 23].

Положительный опыт использования проектного подхода в решении региональных задач имеется в г. Уфе. С 2002 года было реализовано более 550 проектов, существенную помощь в этом оказал Обществен-

ный фонд развития города. В г. Ижевске для осуществления конкретных проектов в 2013 году создана Ассоциация развития города. Проектный подход в управление экономикой в 2014 году внедрен в г. Краснодаре путем организации Общественного совета по развитию городской среды при главе Администрации города. В г. Иркутске с 2015 года реализуется программа «Активный иркутянин», которая стимулирует жителей, в т. ч. представителей бизнес-сообществ, к участию в решении вопросов по благоустройству города.

В г. Вологде также имеется опыт реализации совместных проектов власти и бизнеса. В Администрации действует система по разработке, реализации и продвижению проектов, которая работает под общим брендом «Вологда – город добрых дел». За период с 2010 по 2015 год количество реализованных проектов увеличилось с 5 до 70, т. е. в 14 раз, количество организаций, участвующих в проектах, – в 30 раз (табл. 6).

В частности, органами власти совместно с представителями бизнес-сообщества реализуется проект «Городская дисконтная карта «Забота», способствующий удовлетворению покупательского спроса малообеспеченных групп населения, в первую очередь пенсионеров, многодетных семей, на товары и услуги повседневного спроса. Проект реализуется посредством предоставления хозяйствующими субъектами скидок для категорий граждан, обладающих данной картой. За период с 2009 года число партнеров у органов власти увеличилось более чем в 11 раз (табл. 7).

За время реализации проекта объем реализованных товаров и услуг составил около 2,4 млрд рублей. Благодаря взаимодействию бизнеса и власти экономия держателей карт составила ориентировочно 200 млн рублей. Выгода для организаций в участии в данном проекте заключается, во-первых, в увеличении товарооборота,

Таблица 6. Сводные показатели по реализуемым в г. Вологде социально значимым проектам

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2010 г., раз
Количество проектов, ед.	5	10	25	40	50	70	14,0
Количество организаций-участников, ед.	15	25	65	150	400	450	30,0
Количество мероприятий	20	35	70	300	350	370	18,5
Количество участников проектов, тыс. чел.	11	31	53	59	102	115	10,5
в том числе представителей молодежи, тыс. чел.	7	10	16	21	27	30	4,3
Количество посетителей мероприятий, тыс. чел.	10	15	20	35	45	55	5,5

Источник: Шулепов Е. Б. Социальный корпоратизм: теоретические основы и опыт реализации. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 154 с.

Таблица 7. Показатели реализации проекта «Городская дисконтная карта «Забота»

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2009 г., раз
Количество партнеров проекта, шт.	22	192	174	208	241	251	11,4
Количество точек реализации, шт.	86	452	438	506	522	590	6,9

Источник: Шулепов Е. Б. Социальный корпоратизм: теоретические основы и опыт реализации. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 154 с.

за счет которого возрастает и доходность бизнеса. Во-вторых, это дополнительная реклама и имидж, поскольку участие в социальных проектах всегда увеличивает привлекательность предприятия в глазах потребителя и среди бизнес-сообщества. Власти в результате такого взаимодействия удается исполнить возложенные на нее полномочия.

На наш взгляд, в рамках стратегии развития социальной ответственности бизнеса в г. Вологде могут быть реализованы такие проекты:

– Проект «Лучшая социально ответственная организация г. Вологды», его суть заключается в организации конкурса, направленного на стимулирование хозяйствующих субъектов к участию в развитии города.

– Проект «Знай шефа в лицо» является продолжением уже действующего про-

екта «Шефы», подразумевается его переход на новый качественный уровень.

– Проект «Трудовая династия» ориентирует студентов на трудоустройство в конкретном предприятии г. Вологды, а не за ее пределами, восполняет недостаток квалифицированных кадров и обеспечивает закрепление выпускников за определенной организацией.

В заключение отметим, что партнерское взаимодействие власти и бизнеса выступает эффективным механизмом привлечения ресурсов субъектов хозяйствования для решения задач развития территорий. Именно такая модель, основанная на принципах социальной ответственности бизнеса, имеет значительный потенциал, ее развитие способно дать синергетический эффект для социально-экономического развития субъектов РФ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаркавенко, А. Н. Социальная ответственность бизнеса как механизм противодействия кризисным явлениям [Текст] / А. Н. Гаркавенко // Экономика региона. – 2009. – № 3.
2. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний [Текст] / С. В. Ивченко, М. И. Либоракина, Т. С. Сиваева ; под. ред. М. И. Либоракиной. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2003.
3. Данные об исполнении местных бюджетов в Российской Федерации по состоянию на 01.01.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=64655

4. Зубаревич, Н. В. Региональная проекция нового российского кризиса [Электронный ресурс] / Н. В. Зубаревич. – Режим доступа : <http://institutiones.com/general/2568-regionalnaya-proekciya-novogo-rossiiskogo-krizisa.html>
5. Ильин, В. А. Разработка стратегии социально-экономического развития Вологодской области [Текст] / В. А. Ильин, М. Ф. Сычев // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2003. – № 23. – С. 9.
6. Клейнер, Г. Б. Государство – регион – отрасль – предприятие: каркас системной устойчивости экономики России. Часть 1 [Текст] / Г. Б. Клейнер // Экономика региона. – 2015. – № 2 (42). – С. 50–58.
7. Козаков, Е. М. Социальная ответственность власти и бизнеса как базовое научно-практическое положение региональных исследований [Текст] / Е. М. Козаков // Экономика региона. – 2012. – № 1. – С. 11–20.
8. Местное самоуправление: взаимодействие власти и бизнеса [Текст] : учеб. пособие / В. А. Ильин, Т. В. Ускова, Д. Е. Амелин, Д. П. Жаравин. – Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2006. – 92 с.
9. Официальный сайт Ассоциации менеджеров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.amr.ru>
10. Официальный сайт Международной организации по стандартизации (ИСО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm?="](http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm?=)
11. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://рспп.рф/simplepage/472>
12. Перекрестов, Д. Г. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики [Текст] : монография / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабаев. – М. : Издательский дом «Академия Естествознания», 2011. – 216 с.
13. Поварова, А. И. Долговые проблемы муниципалитетов (на примере городских округов Вологодской области) [Электронный ресурс] / А. И. Поварова // Вопросы территориального развития. – 2015. – № 7 (27). – Режим доступа : <http://vtr.vscs.ac.ru/article/1517/full>
14. Разгулина, Е. Д. Социальная ответственность бизнеса и развитие территорий [Текст] / Е. Д. Разгулина, А. С. Барабанов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 5. – С. 73–81.
15. Региональная стратегия экономического роста – 2015 [Текст] / В. А. Ильин, М. Ф. Сычев, К. А. Гулин [и др.]. – Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2005. – 224 с.
16. Соболева, И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии [Текст] / И. Соболева // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 90–102.
17. Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада [Текст] // Комитет по укреплению социальной ответственности бизнеса. – М. : Общероссийская общественная организация «Деловая Россия», 2004. – 95 с.
18. Стратегия развития региона [Текст] / В. А. Ильин, М. Ф. Сычев, К. А. Гулин, Е. А. Бакаева, Е. С. Губанова. – Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – 228 с.
19. Табах, А. Долговые стратегии российских регионов [Текст] / А. Табах, Д. Андреева // Вопросы экономики. – 2015. – № 10. – С. 78–93.
20. Ускова, Т. В. Социальная ответственность бизнеса: проблемы и тенденции [Текст] : препринт / Т. В. Ускова, Е. Д. Разгулина. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 56 с.
21. Ускова, Т. В. Социально-экономическое развитие территорий: проблемы эффективности региональной политики [Текст] / Т. В. Ускова // Проблемы развития территории. – 2016. – № 2. – С. 7–18.
22. Ускова, Т. В. Частно-государственное партнерство как механизм модернизации экономики территорий: теоретико-методологические основы [Текст] / Т. В. Ускова // Проблемы развития территории. – 2013. – № 3. – С. 7–16.
23. Шулепов, Е. Б. Современные методы управления крупным городом [Текст] / Е. Б. Шулепов ; под ред. Т. В. Усковой. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 195 с.
24. Шулепов, Е. Б. Социальный корпоратизм: теоретические основы и опыт реализации [Текст] / Е. Б. Шулепов. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 154 с.
25. Porter, M. Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility [Text] / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review. – 2006.
26. Uskova, T. V. Social responsibility of Russian business: theoretical vision and practical implementation [Text] / T. V. Uskova, E. D. Razgulina // Transfer inovácií. – 2013. – № 26. – P. 9–12.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ускова Тамара Витальевна – доктор экономических наук, доцент, заместитель директора, заведующий отделом проблем социально-экономического развития и управления в территориальных системах. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а. E-mail: tvu@vscc.ac.ru. Тел.: (8172) 59-78-06.

Копытова Екатерина Дмитриевна – младший научный сотрудник отдела проблем социально-экономического развития и управления в территориальных системах. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социально-экономического развития территорий Российской академии наук. Россия, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а. E-mail: ekaterina-razgylina@yandex.ru. Тел.: (8172) 59-78-10.

Uskova T.V., Kopytova E.D.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CURRENT STATE AND DEVELOPMENT TOOLS

Consolidation of government and business resources on the principles of social responsibility is the most promising way to control the development of a territory in the context of weak economic and financial possibilities of authorities so that they could fully implement the powers delegated to them. In the research by leading Russian and foreign scientists corporate social responsibility is considered as the liability of economic entities for the impacts of their decisions and activities on economy, society and the environment; their behavior promotes socio-economic development of territories. Moreover, the lack of budget funds determines the need for attracting business resources for regional development. This paper presents the theoretical-methodological basis of corporate social responsibility, and clarifies the conceptual framework of "corporate social responsibility". The authors consider key parameters for the development of corporate social responsibility in the city of Vologda. They reveal modern trends of business involvement in addressing issues of socio-economic development in the regional center. In particular, the number of projects and organizations involved in them is increasing annually. At the same time, there are problems hindering its development. The results of a survey of organizations reveal the following causes: lack of financial capabilities of enterprises, lack of awareness about possible forms of participation and available incentives, etc. Negative factors can be eliminated and the existing experience diffused with the help of a strategy for development of the institution of corporate social responsibility focused on the development of a package of measures to expand the practice of applying these principles in the activities of economic entities. The authors use general scientific methods (logical, system approaches, generalization), statistical (grouping, selection, comparison, and generalization) apply tabular and graphical techniques for data visualization. The article can be used in scientific and educational activities, it is of practical interest for bodies of power and administration and can help improve economic policies to increase the contribution of business to regional development.

Interaction between government and business, corporate social responsibility, strategy, authorities, enterprises, socio-economic development, city.

REFERENCES

1. Garkavenko A. N. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa kak mekhanizm protivodeistviya krizisnym yavleniyam [Corporate Social Responsibility as an Effective Anti-Crisis Tool]. *Ekonomika regiona* [The Region's Economics], 2009, no. 3.
2. Ivchenko S. V., Liborakina M. I., Sivaeva T. S. *Gorod i biznes: formirovanie sotsial'noi otvetstvennosti rossiiskikh kompanii* [City and Business: the Formation of the Social Responsibility of Russian Companies]. Under the editorship of M. I. Liborakina. Moscow: Fond «Institut ekonomiki goroda», 2003.
3. *Dannye ob ispolnenii mestnykh byudzhetrov v Rossiiskoi Federatsii po sostoyaniyu na 01.01.2015* [The Data on the Execution of Local Budgets in the Russian Federation as on January 01, 2015]. Available at: http://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=64655
4. Zubarevich N. V. *Regional'naya proektsiya novogo rossiiskogo krizisa* [Regional Projection of the New Russian Crisis]. Available at: <http://institutiones.com/general/2568-regionalnaya-proekciya-novogo-rossiiskogo-krizisa.html>
5. Il'in V. A., Sychev M. F. Razrabotka strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Vologodskoi oblasti [The Elaboration of a Strategy of Socio-Economic Development of the Vologda Oblast]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny v regione: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes in the Region: Facts, Trends, Forecast], 2003, no. 23, p. 9.
6. Kleiner G. B. Gosudarstvo – region – otrasl' – predpriyatie: karkas sistemnoi ustoichivosti ekonomiki Rossii. Chast' 1 [State — Region — Field— Enterprise: Framework of Economics System Stability of Russia. Part 1]. *Ekonomika regiona* [The Region's Economics], 2015, no. 2 (42), pp. 50–58.
7. Kozakov E. M. Sotsial'naya otvetstvennost' vlasti i biznesa kak bazovoe nauchno-prakticheskoe polozhenie regional'nykh issledovaniy [Social Responsibility of Business and Government as the Basic Scientific and Practical Position of Regional Studies]. *Ekonomika regiona* [The Region's Economics], 2012, no. 1, pp. 11–20.
8. Il'in V. A., Uskova T. V., Amelin D. E., Zharavin D. P. *Mestnoe samoupravlenie: vzaimodeistvie vlasti i biznesa: ucheb. posobie* [Local Government: Cooperation between the Authorities and Business: Teaching Aid]. Vologda: VNKTs TsEMI RAN, 2006. 92 p.
9. *Ofitsial'nyi sait Assotsiatsii menedzherov Rossii* [Official Website of the Association of Managers in Russia]. Available at: <http://www.amr.ru>
10. *Ofitsial'nyi sait Mezhdunarodnoi organizatsii po standartizatsii (ISO)* [Official Website of the International Organization for Standardization (ISO)]. Available at: [http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm?="](http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm?=)
11. *Ofitsial'nyi sait Rossiiskogo soyuza promyshlennikov i predprinimatelei (RSPP)* [Official Website of the Union of Industrialists and Entrepreneurs]. Available at: <http://rspp.rf/simplepage/472>
12. Perekrestov D. G., Povarich I. P., Shabaev V. A. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': voprosy teorii i praktiki: monografiya* [Corporate Social Responsibility: Issues of Theory and Practice: Monograph]. Moscow: Izdatel'skii dom «Akademiya Estestvoznaniya», 2011. 216 p.
13. Povarova A. I. Dolgovye problemy munitsipalitetov (na primere gorodskikh okrugov Vologodskoi oblasti) [Debt Problems of Municipalities (Case Study of Municipal Districts of the Vologda Oblast)]. *Voprosy territorial'nogo razvitiya* [Territorial Development Issues], 2015, no. 7 (27). Available at: <http://vtr.vssc.ac.ru/article/1517/full>
14. Razgulina E. D., Barabanov A. S. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa i razvitie territorii [Corporate Social Responsibility and Territory's Development]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya* [Theoretical and Practical Aspects of Management], 2013, no. 5, pp. 73–81.
15. Il'in V. A., Sychev M. F., Gulin K. A. et al. *Regional'naya strategiya ekonomicheskogo rosta – 2015* [Regional Strategy of Economic Growth - 2015]. Vologda: VNKTs TsEMI RAN, 2005. 224 p.
16. Soboleva I. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: global'nyi kontekst i rossiiskie realii [Corporate Social Responsibility: Global Context and Russian Reality]. *Voprosy ekonomiki* [Voprosy Ekonomiki], 2005, no. 10, pp. 90–102.
17. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa – opyt Rossii i Zapada [Corporate Social Responsibility – Experience of Russia and the West]. *Komitet po ukrepleniyu sotsial'noi otvetstvennosti biznesa* [The Committee of Corporate Social Responsibility Strengthening]. Moscow: Obshcherossiiskaya obshchestvennaya organizatsiya «Delovaya Rossiya», 2004. 95 p.
18. Il'in V. A., Sychev M. F., Gulin K. A., Bakaeva E. A., Gubanova E. S. *Strategiya razvitiya regiona* [The Strategy of the Region's Development]. Vologda: VNKTs TsEMI RAN, 2004. 228 p.

19. Tabakh A., Andreeva D. Dolgovye strategii rossiiskikh regionov [Debt Strategies of Russian Regions]. *Voprosy Ekonomiki* [Voprosy Ekonomiki], 2015, no. 10, pp. 78–93.
20. Uskova T. V., Razgulina E. D. *Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: problemy i tendentsii: preprint* [Corporate Social Responsibility: Problems and Trends: Preprint]. Vologda: ISERT RAN, 2015. 56 p.
21. Uskova T. V. Sotsial'no-ekonomicheskoe razvitiye territorii: problemy effektivnosti regional'noi politiki [Socio-Economic Development of Territories: Problems of Regional Policy Efficiency]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of Territory's Development], 2016, no. 2, pp. 7–18.
22. Uskova T. V. Chastno-gosudarstvennoe partnerstvo kak mekhanizm modernizatsii ekonomiki territorii: teoretiko-metodologicheskie osnovy [Public-Private Partnership as the Mechanism of the Territories Economic Modernization: Theoretical and Methodological Foundations]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of Territory's Development], 2013, no. 3, pp. 7–16.
23. Shulepov E. B. *Sovremennye metody upravleniya krupnym gorodom* [Modern Methods for Managing a City]. Under the editorship of T. V. Uskova. Vologda: ISERT RAN, 2015. 195 p.
24. Shulepov E. B. *Sotsial'nyi korporatizm: teoreticheskie osnovy i opyt realizatsii* [Social Corporatism: Theoretical Basis and Experience in the Implementation]. Vologda: ISERT RAN, 2014. 154 p.
25. Porter M., Kramer M. *Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review. 2006.
26. Uskova T. V., Razgulina E. D. Social Responsibility of Russian Business: Theoretical Vision and Practical Implementation. *Transfer inovácií*, 2013, no. 26, pp. 9–12.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Uskova Tamara Vital'evna – Doctor of Economics, Associate Professor, Deputy Director, Head of the Department for Issues of Socio-Economic Development and Management in Territorial Systems. Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation. E-mail: tvu@vscc.ac.ru. Phone: +7(8172) 59-78-06.

Kopytova Ekaterina Dmitrievna – Junior Research Associate at the Department for Issues of Socio-Economic Development and Management in Territorial Systems. Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation. E-mail: ekaterina-razgylina@yandex.ru. Phone: +7(8172) 59-78-10.