

2. Губанов Р.С. Методологические основы формирования риск-парадигмы инновационной деятельности // Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 21 ноября 2013 г. / под ред. Е.В. Поносовой. – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2013. – 468 с.

3. Кисляков Г.В. Менеджмент: основные термины и понятия: словарь. – М.: Высшая школа, 2009. – 264 с.

4. Козлова Н. Управление стоимостью компании с учетом ожиданий на российском рынке капитала // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 9. – С. 88.

5. Мазин А.Л. Управление инновационным риском на промышленном предприятии. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 300 с.

Risk-border formation of the innovation portfolio in the organization

The article deals with the essence of the formation of the innovation portfolio in the organization.

Reasons of the occurrence of risks in the conditions of the formation of the innovation portfolio.

Developed the algorithm of evaluation process and to achieve the objectives of the formation of the innovation portfolio with taking into account of risk and uncertainty.

Key words: innovative portfolio, organization, risk, innovation risk, innovation, risk-border innovation portfolio.

Roman Sergeevich Gubanov, candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department «Finance and credit» Branch Moscow Vite University in Ryazan

УДК 334.021

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В РОССИИ И В США

*Самвел Бахшиевич Дохолян, канд. психол. наук, доц.,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга
e-mail: sam0333@mail.ru
Московский университет им. С.Ю. Витте
<http://www.muiiv.ru>*

Статья посвящена направлениям развития корпоративной социальной ответственности бизнеса в России и в США. Автором проведен сравнительный анализ тенденций и направлений развития социальной ответственности бизнеса, отношения и ожидания общественности к компаниям, реализующим программы социальной направленности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративные социальные программы, корпоративная социальная ответственность компаний.

С целью совершенствования модели корпоративной социальной ответственности бизнеса в России следует проанализировать зарубежный опыт организации социальной ответственного бизнеса, так как данная система взаимодействия бизнеса и общества успешно реализуется в ведущих западных странах. Для анализа и сравнения тенденций развития корпоративной социальной ответственности нами была выбрана система организации социального партнерства в США, так как в этой стране имеется достаточно большой опыт организации корпоративной социальной ответственности. Для сравнения нами были выбраны ведущие компании из разных отраслей экономики как России, так и США. Мы сравнивали следующие направления для реализации

политики корпоративной социальной ответственности: содействие образованию, помощь медицине, помощь культуре и искусству, содействие спорту, защите пенсионеров и ветеранов, защите детей, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях, улучшение жизни сотрудников и защита окружающей среды.



С.Б. Дохолян

В табл. 1 представлены общие направления деятельности ведущих американских компаний в области корпоративной социальной ответственности [1–10].

Из таблицы видно, что наиболее популярными направлениями КСО являются забота об экологии и собственных сотрудниках, что неудивительно, ведь любое производство оказывает влияние на окружающую среду, а для достижения успеха необходимы работники, которых нужно чем-то привлечь или удержать имеющихся.

В США корпоративной социальной ответственности значительное внимание уделяют компании-разработчики программного обеспечения, цифровой техники и производители всем известной газированной воды «Coca-Cola» и «PepsiCo». Наименьшее количество программ разрабатывают сети ресторанов быстрого питания и социальные сети.

Для наглядности на рис. 1 представлены основные направления деятельности американских компаний в области корпоративной социальной ответственности.

В сфере заботы о сотрудниках наибольшую значимость имеет обучение работников, к которому ответственно относятся 47% компаний, 35% следят за здоровьем сотрудников, 29% проводят политику разнообразия и обеспечивают безопасность, 18% предлагают гибкий график и 12% предлагают скидки на свою продукцию.

Таблица 1

Общие направления деятельности американских компаний в области КСО

Компания	Благотворительность	Спонсорство	Экология	Общество	Здравоохранение	Образование	Спорт	Культура	Волонтерство	Сотрудники
Google	+		+	+		+		+	+	+
Starbucks			+	+	+					+
Procter&Gamble	+		+			+	+			+
Facebook	+			+						+
Microsoft	+		+		+	+				+
Apple	+	+	+					+		+
IBM	+		+	+	+	+	+	+	+	+
Intel			+		+	+			+	+
ASUS		+	+			+				
PepsiCo	+	+	+	+				+	+	+
Chrysler Group LLC	+		+				+			+
ExxonMobil			+			+		+		+
Chevron			+	+	+	+				+
Coca-Cola	+	+	+	+	+	+	+			+
Tiffany&Co	+		+					+	+	
McDonalds	+		+	+	+			+		+

Ford			+				+	+	+	
Chevrolet	+		+				+			
Canon		+	+	+		+	+			+
Wal-Mart	+			+			+	+		+
Blizzard Entertainment	+			+		+		+		+

Также можно отметить, что в области экологии 65% ратуют за рациональное использование ресурсов, 29% компаний приветствуют многократное использование сырья, 24% являются сторонниками утилизации и переработки, 24% сотрудничают с экологическими фондами и 6% проводят экологическое обучение.

Реже всего в американском бизнесе наблюдается спонсорство. На втором месте по непопулярности находится поддержка культуры и здравоохранения. Следует отметить, что в области здравоохранения усилия 67% компаний направлены на борьбу со СПИДом.

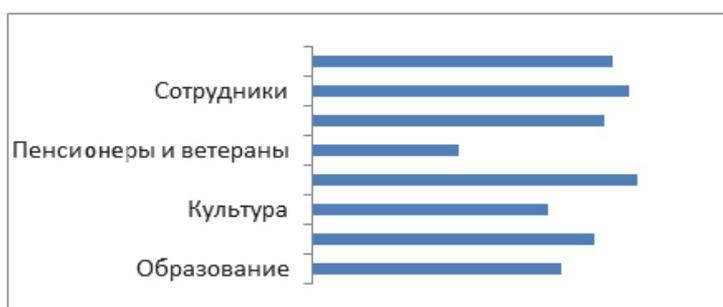


Рис. 1. Направления деятельности американских компаний в области КСО

Отрасли экономики, занимающиеся реализацией программ корпоративной социальной ответственности, в процентном соотношении представлены на рис. 2.

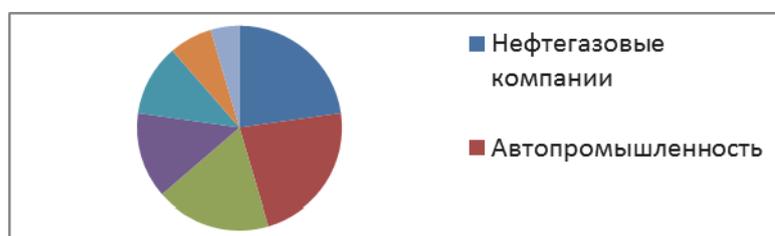


Рис. 2. Отрасли экономики, занимающиеся реализацией программ КСО в США

Рассмотрим направления корпоративной социальной ответственности ведущих российских компаний [11–25].

В табл. 2 представлена деятельность российских компаний в области КСО.

Из таблицы видно, что самое большое количество программ у следующих компаний: «ЛУКОЙЛ», «ГАЗ», «Барс Банк», «ВТБ 24», «Ростелеком» и «Сбербанк России». Меньше всех программ реализуют следующие компании: «КАМАЗ», «МТС», «ВымпелКом», «Трансаэро». На рис. 3 можно увидеть, какие компании уделяют большее внимание корпоративной социальной ответственности, а какие меньше.

Анализ показывает, что в реализацию программ корпоративной социальной ответственности большой вклад вносит банковский сектор.

Если говорить только о направлениях деятельности российских компаний в области корпоративной социальной ответственности, то на рис. 4. видно, в каких направлениях компании стараются проявить высокую активность.

Общие направления деятельности российских компаний в области КСО

Направление Название компании	Образование	Медицина	Культура и искусство	Спорт	Пенсионеры, ветераны	Поддержка детей	Сотрудники	Окружающая среда
ОАО НК «Лукойл»	+	+	+	+	+	+	+	+
ОАО НК «Роснефть»		+	+	+	+	+	+	+
ОАО «Газпром».	+	+	+	+		+	+	+
ОАО «МТС»	+		+	+		+	+	+
ОАО «Ростелеком»	+	+	+	+	+	+		+
ОАО «ВымпелКом»		+		+	+	+	+	+
ОАО «Мегафон»	+		+	+		+		+
ОАО Авиакомпания "ТРАНСАЭРО"		+	+	+	+		+	
ОАО «Аэрофлот»	+	+	+	+	+	+	+	
ОАО «Сбербанк России»	+	+	+	+		+	+	+
ОАО «АК Барс Банк»	+	+	+	+	+	+	+	+

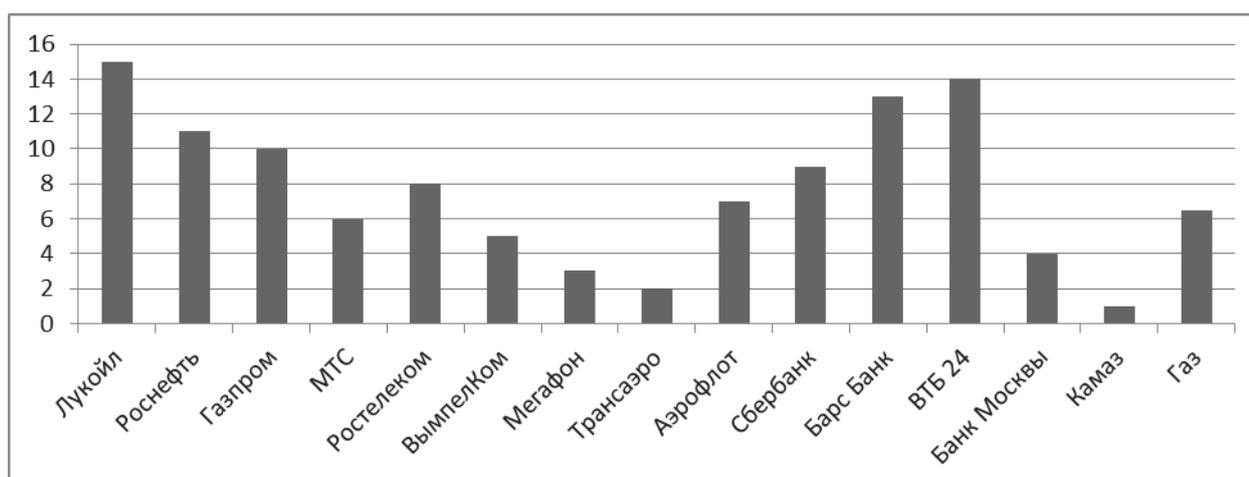


Рис. 3. Количество программ и мероприятий по КСО в России

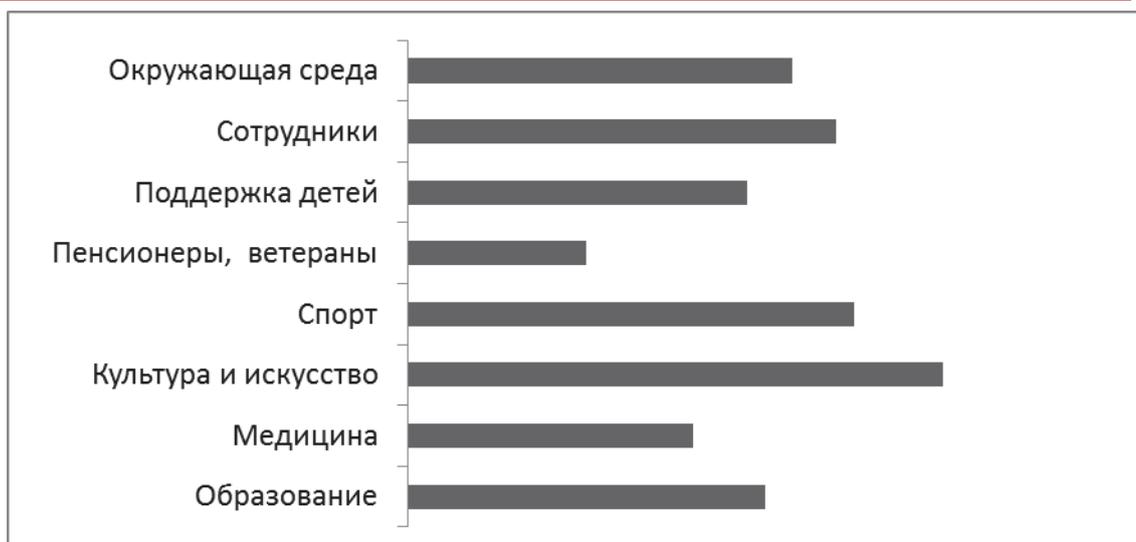


Рис. 4. Деятельность российских компаний в области КСО по направлениям

На рис. 5 представлены данные о компаниях, проявляющих большую озабоченность в реализации корпоративной социальной ответственности

Анализ по отраслям позволяет сделать вывод о том, что в США, как и в России, стараются придерживаться корпоративной социальной ответственности нефтедобывающие и нефтеперерабатывающие компании. Но, в отличие от России, американская автомобильная промышленность, компании-разработчики программного обеспечения, наверное, в силу своей развитости, уделяют куда больше внимания социальным программам.

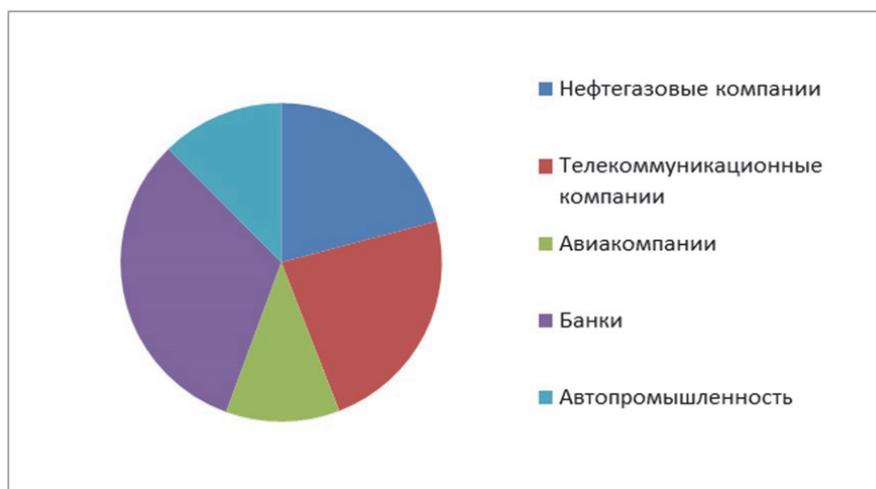


Рис. 5. Отрасли экономики, занимающиеся реализацией программ КСО в России

Больше всего американские компании уделяют внимание таким областям КСО, как поддержка спорта, поддержка и развитие сотрудников, забота об окружающей среде, а российские компании уделяют большее внимание поддержке детей, спорта, образовательных учреждений и разработке различных образовательных программ для своих сотрудников и клиентов. В табл. 3 представлена сводная таблица участия российских и американских компаний в области корпоративной социальной ответственности по направлениям.

Таблица 3

Сравнение КСО бизнеса американских и российских компаний

Россия	Область КСО	Америка

86%	Образование	70%
78%	Медицина	79%
80%	Культура	66%
90%	Спорт	91%
70%	Пенсионеры и ветераны	41%
90%	Поддержка детей	82%
85%	Сотрудники	89%
71%	Окружающая среда	84%

Кроме того, в ходе исследования было выявлено различие российских граждан в понимании роли и места социальной ответственности бизнеса в экономике страны. Как свидетельствуют результаты исследования, отношение россиян к проблеме социальной ответственности бизнеса перед обществом носит противоречивый характер и отличается от понимания обществом «социальной ответственности бизнеса» в западных странах.

По данным опросов, проведенных в 2009 году в США, американские потребители готовы считать «хорошими корпоративными гражданами» только компании, включающие филантропию и ответственные практики ведения бизнеса в систему корпоративного управления. В их числе называются «справедливое отношение к персоналу, этически мотивированные, честные и прозрачные формы ведения бизнеса, расширение приоритетов за рамки производства качественных товаров и услуг, внимание к интересам потребителей и местных сообществ при принятии решений».

Американским обществом отмечается важность активности компании на различных направлениях социально ответственной деятельности и приверженности принципам корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Так, по данным европейской исследовательской компании Ipsos MORI, для 86% британцев важно знать, что их компания социально ответственна перед обществом и окружающей средой. По мнению 2/3 опрошенных, корпоративное гражданство «должно стать приоритетным направлением деятельности компании» и «рассматриваться как капиталовложение, актив и конкурентное преимущество», которые обеспечивают успех бизнеса [26]. Данное отношение характерно не только для американского общества, но и для английского и немецкого общества. Опрос, проведенный среди тысячи респондентов в Великобритании в 2009 году, показал, что для 41 процента опрошенных информация о программах социальной ответственности компании является «очень существенной» при принятии решения о покупке товара или услуги, а еще для 41 процента эта информация является «достаточно существенной». Для сравнения, в 2008 году эти цифры составляли 28 процентов и 49 процентов соответственно. Анализ пресс-профиля корпорации «Ай-Би-Эм» показывает, что 25 процентов упоминаний компании в прессе связано с обсуждением деятельности компании в рамках программ корпоративного гражданства, образовательных программ и других некоммерческих благотворительных проектов.

В России же российская общественность, в отличие от западных стран, считает, что государство должно взять бремя ответственности за социальные программы на себя и принуждать бизнес к социальной деятельности. Исследования, проведенные ВЦИОМ [27], показали, что в России 72,3 процента опрошенных считают, что потенциальный работодатель не должен негативно влиять на экологию, а 55,2 процента полагают, что компания должна участвовать в благотворительных программах. 44 процента российских граждан считают, что бремя социальной ответственности должны нести только крупные компании. Индивидуальные предприниматели (82 процента) также высказались за ответственность крупных компаний, считая, что у них нет возможности заниматься социально ответственным бизнесом. Однако, несмотря на различия в понимании термина корпоративная социальная ответственность (КСО), европейцы, американцы и россияне при выборе места работы при прочих равных скорее предпочтут социально ответственную компанию.

Таким образом, сравнительный анализ деятельности российских и американских компаний в области корпоративной социальной политики показал, что ведущие российские компании в своей деятельности руководствуются международными стандартами в области корпоративной социальной ответственности (КСО), придерживаются политики социальной ответственности перед своими сотрудниками и перед обществом, осуществляют ряд социальных и благотворительных проектов, а также вносят значительный вклад в развитие и процветание страны, в улучшение качества и условий жизни ее граждан.

Литература

1. Сайт компании «Google» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.google.com/about/company/>
2. Сайт компании «Starbucks» [Электронный ресурс]. URL: http://starbuckscoffee.ru/ru/_Social+Responsibility/
3. Сайт компании «Microsoft» [Электронный ресурс]. URL: http://www.microsoft.com/ru-ru/news/inside_ms.aspx
4. Сайт компании «Apple» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.apple.com/ru/environment/>
5. Сайт компании «IBM» [Электронный ресурс]. URL: http://www.ibm.com/smarterplanet/ru/ru/business_resilience_management/overview/index.html?re=sp h
6. Сайт компании «Intel» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/homepage.html>
7. Сайт компании «Coca-Cola» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.coca-colarussia.ru/>
8. Сайт компании «McDonalds» [Электронный ресурс]. URL: <http://mcdonalds.ru/>
9. Сайт компании «Ford» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ford.ru/AboutFord/FordRus>
10. Сайт компании «Canon» [Электронный ресурс]. URL: http://www.canon.ru/About_Us/sustainability/index.aspx
11. Сайт компании ОАО «Лукойл» [Электронный ресурс]. URL: http://www.lukoil.ru/static_6_5id_263_.html#. Разделы «Социальная политика» и «Окружающая среда».
12. Сайт компании ОАО «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosneft.ru/Development/>. Разделы «Корпоративная культура» и «Окружающая среда».
13. Сайт компании ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/social/> и <http://www.gazprom.ru/nature/environmental-protection/#water>.
14. Сайт компании ОАО «МТС» [Электронный ресурс]. URL: http://www.company.mts.ru/comp/social_responsibility/
15. Сайт компании ОАО «Ростелеком» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rostelecom.ru/social/news/>
16. Сайт компании ОАО «Вымпел Ком» [Электронный ресурс]. URL: <http://about.beeline.ru/responsibility/index.wbp/>
17. Сайт компании ОАО «МегаФон» [Электронный ресурс]. URL: http://corp.megafon.ru/sotsialnaya_otvetstvennost/?_ga=1.218085779.483698537.1389442804
18. Сайт компании ОАО «Трансаэро» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.transaero.ru/ru/company/investors>
19. Сайт компании ОАО «Аэрофлот» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aeroflot.ru/cms/about>
20. Сайт компании ОАО «СберБанк России» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sberbank.ru/moscow/ru/about/philanthropy/>
21. Сайт компании ОАО «АК БАРС БАНК» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.akbars.ru/about/charity/>
22. Сайт компании ЗАО «ВТБ 24» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vtb24.ru/about/charity/Pages/default.aspx?geo=moscow>
23. Сайт компании ОАО «Банк Москвы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bm.ru/ru/about/blagotvoritelnost/karty-dlja-blagotvoritelnosti/>

24. Сайт компании ОАО «КАМАЗ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kamaz.ru/ru/company/social/>
25. Сайт компании Группа «ГАЗ» [Электронный ресурс]. URL: <http://gazgroup.ru/social/priorityty/>
26. Corporate Citizenship Gets Down to Business: Doing Well by Doing Good 2009: [Электронный ресурс] GolinHarris 4th National Survey – http://golinharris.com/news_rel.php?ID=86.
27. Неэквивалентный обмен: социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом. [Электронный ресурс] / Исследование ВЦИОМ / Пресс-выпуск № 1516. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13587>
28. Барт Т.В., Алексашина Т.В., Дохолян С.Б. Принцип равновесия сил в экономической теории регулирования. – Транспортное дело России. – 2013. – № 2. – С. 45–47.
29. Бубнов Г.Г., Семенов А.В., Хачатурян К.С. Корпоративная социальная ответственность в условиях современной экономики. – Транспортное дело России. – 2011. – № 6. – С. 106–107.
30. Морковкин Д.Е. Организационное проектирование системы управления знаниями // Образовательные ресурсы и технологии. – 2013. – № 2. – С. 74–80. [Электронный ресурс]. URL: http://www.muiv.ru/vestnik/pdf/pp/ot_2013_2_074-080.pdf

Corporate social responsibility of business in Russia and in the USA

The article is devoted to directions of development of corporate social responsibility of business in Russia and in the USA. The author of a comparative analysis of trends and directions of development of social responsibility of business, relationships and expectations of the public to companies implementing social programs.

Keywords: corporate social responsibility, corporate social programs, corporate social responsibility of companies

Samvel Bahshievich Dokholyan, candidate of psychological sciences, associate professor, associate professor of Management and Marketing Department, Moscow Vitte University

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ САМОРЕГУЛИРУЕМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Андрей Юрьевич Паливода, аспирант
Тел.: 8-926-566-57-50, e-mail: Zakupki50@yandex.ru
Московский университет им. С.Ю. Витте
<http://www.muiv.ru>

В статье рассматривается институт саморегулирования предпринимательской и профессиональной деятельности в России как механизм общественного регулирования и коллективной ответственности. Членский взнос, по сути, является основным источником осуществления текущей деятельности СРО – это оплата затрат, связанных с эксплуатацией помещения, и иных затрат, предусмотренных в утвержденной смете СРО. Компенсационный фонд саморегулируемой организации является финансовой гарантией безопасности продукции.



А.Ю. Паливода

Ключевые слова: финансовые ресурсы, саморегулируемая организация, компенсационный фонд, проектная организация, членский взнос, оплата затрат.

Строительная отрасль является одной из ключевых отраслей и во многом определяет решение социальных, экономических и технических задач развития всей экономики страны.

Кардинальное повышение эффективности строительной деятельности, формирование оптимальных механизмов регулирования и контроля в данной сфере, нового уровня