

4.Безрукова Т.Л., Чжаося Ц., Яковлев Е.А. Устойчивое развитие предприятия: вопросы методологии // Механізм регулювання економіки. - 2008. - No 2. - С.214-221.

5.Афанасьева М. Белогорьев А. Заем нужен индекс устойчивого развития? // Нефть России. – 2011. - 11/2011. - С.6-10.

6.Smith J. The World's Most Sustainable Companies Of 2014 [Электронный ресурс] // Forbes. 2014. URL: <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2014/01/22/the-worlds-most-sustainable-companies-of-2014/> (дата обращения 02.10.2014).

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК»)

Огородова Е. С.

*Томский политехнический университет, г. Томск
Научный руководитель: Фролова Е.А., к.э.н., доцент кафедры
экономики*

Корпоративная социальная ответственность сегодня это одна из самых обсуждаемых проблем в деловом мире. Связано это с тем, что заметно возросла роль бизнеса в развитии общества, повысились требования к открытости в деловой сфере. Многие компании четко осознали, что успешно вести бизнес, функционируя в изолированном пространстве, невозможно. Поэтому интеграция принципа корпоративной социальной ответственности в стратегию развития бизнеса становится характерной чертой ведущих отечественных компаний.

Целью данной статьи является анализ проблем и перспектив реализации корпоративной социальной ответственности в России (на примере ЗАО «Райффайзенбанк»).

Корпоративная социальная ответственность (КСО) это совокупность мероприятий, которые реализуют компании в отношении потребителей продукции, работников, местного сообщества, направленных на повышения качества жизни общества.

Деятельность бизнеса в отношении КСО основывается на понимании того, что быть социально ответственными в современном мире не только необходимо, но и выгодно. Выгодами от реализации КСО являются:

1. Повышение инвестиционной привлекательности.
2. Укрепление сплоченности трудового коллектива.

3. Сокращение производственных затрат.
4. Закрепление позитивной репутации компании.
5. Рост капитализации.
6. Укрепление позиций бренда.
7. Рост объемов продаж.
8. Расширение возможностей привлечения, мотивации и вознаграждения сотрудников.

Модель социальной ответственности любой страны основывается на трех основных моделях КСО – это американская, европейская и японская модели социальной ответственности. Комбинирование принципов КСО данных моделей, и адаптация их относительно традиций данной страны позволит создать уникальную модель социальной ответственности.

В настоящее время в России нефинансовую отчетность публикуют 133[1] компаний, и отраслевая принадлежность социально ответственных компаний отражает отраслевую структуру российской экономики, и связана с положительными и отрицательными эффектами, создаваемыми бизнесом (например, загрязнение ОПС).

Так же следует отметить отраслевую принадлежность компаний, заявляющих себя, как социально ответственных. Из данных, приведенных РСПП становится очевидно, что первое место по активности делят энергетика и производство машин и оборудования, далее идут такие отрасли, как нефтегазовая; металлургическая и горнодобывающая, следом химическая, нефтехимическая, парфюмерная; финансы и страхование; транспорт и дорожное хозяйство

Рассмотрим статистику отчетов по КСО публикуемых финансовыми и банковскими организациями, так согласно показателю «Устойчивость»[2], почти половина компаний банковского сектора не имеют четкой стратегии благотворительной деятельности, что говорит о не форсированности понятий социальной ответственности в России. В соответствии с показателем «Открытость»[2] существует значительная разница между подготовкой социальных отчетов и публикацией информации на сайтах организаций, что связано с дополнительными затратами которые несут компании при составлении отчетов.

Большинство компаний разделяет общественное мнение, и оказывает помощь детям, инвалидам и престарелым людям. Любые проекты КСО должны осуществляться координированно с целевой аудиторией, так как благотворительные проекты положительно сказываются на имидже компании[3].

В настоящее время для стимулирования социальной ответственности государство вводит налоговые льготы и проводит конкурсы, призванные привлечь внимание к социальной деятельности компаний, однако принимаемых мер со стороны государства недостаточно, так как большинство руководителей считает, что КСО в ближайшие 3–5 лет будет развиваться медленно[4].

В работе КСО рассмотрена на примере инициатив социальных ЗАО «Райффайзенбанк»

Корпоративная социальная ответственность Райффайзенбанка выражается действиями в трех основных направлениях, а именно ответственность перед работниками, ответственность перед клиентами, ответственность перед местным сообществом.

Ответственность перед работниками выражается в:

- Добровольное медицинское страхование
- Льготные тарифы и кредитование
- Специальные предложения компаний-партнеров банка
- Корпоративный спорт
- Помощь в сложных жизненных ситуациях сотрудникам банка
- И т. д.

Ответственность перед клиентами банка выражается в:

- Интернет-банк R-Connect.
- Мобильное приложение R-Mobile
- Услуги Информационного центра
- SMS-уведомления клиентов
- Операции в банкоматах.
- Программа привилегий «Скидки для Вас!».
- Возможность снимать наличные средства у банков-партнеров

Ответственность перед обществом выражается в спонсорских и благотворительных проектах.

В рамках спонсорства банк ориентировался на программы, направленные на спорт и культурное просвещение, следует отметить, что, начиная с 2010 года, Райффайзенбанк направляет свою поддержку на культурные мероприятия, в этой области банк отдает предпочтение проектам с австрийским уклоном, что говорит о стремлении банка объединить две культуры.

В области благотворительности 2010-2013 годах банк реализовал большинство программ для детей-инвалидов оставшихся без попечения, а в 2014 году приоритетным направлением стала помощь престарелым людям.

Большее количество программ Райффайзенбанк осуществляет в западной части России, и сокращает программы всероссийского охвата, что является значительным упущением.

Перспективами развития КСО ЗАО «Райффайзенбанк» являются:

1. Социально ориентированные банковские продукты, которые будут предоставляться определенным слоям населения (пенсионеры, ВОВ, молодые семьи и т.д.) Некоторые из них уже есть в практике банка:

2. Расширение список спонсорских программ и развитие инициатив, направленных на все сферы жизни общества и не ограничиваться только лишь культурной сферой.

На данный момент ЗАО «Райффайзенбанк» не публикует отчеты в области КСО, что не позволяет сводить воедино те мероприятия, которые проводятся банком в сфере КСО, отслеживать динамику и информировать сообщество.

Таким образом, для совершенствования политики в сфере КСО банку необходимо расширять сферу охвата КСО как в рамках географического, так и функционального разреза: привлекать дополнительные ресурсы для реализации социальной политики в восточных регионах РФ, предметно работать с местным сообществом, расширять программы благотворительной и спонсорской помощи.

Все это позволит повысить устойчивость и узнаваемость банка и в конечном итоге будет способствовать как повышению благополучия заинтересованных лиц, так и в долгосрочной перспективе будет способствовать повышению прибыли (эффективности).

Список информационных источников:

1. Библиотека корпоративных практик // Бизнес–регионам, М. 2014, С6-8

2. Россия в цифрах: благотворительность [Электронный ресурс] // ФОМ, 2014 URL: <http://fom.ru/infografika/11457> (дата обращения 27.04.2014)

3. Корпоративная благотворительность [Электронный ресурс] // ФОМ, 2012 URL: <http://fom.ru/TSennosti/10700> (дата обращения 27.04.2014)

4. Перспективы развития и альтернативные стратегии КСО в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Опора-созидание, 2014. URL: <http://opora-sozidanie.ru/?p=4897> (дата обращения 05.05.2014)

5. Райффайзенбанк – официальный сайт. [Электронный ресурс] // URL: http://www.raiffeisen.ru/retail/remote_service/connect/ (дата обращения 17.05.2014)

ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМА И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «МОНСАНТО»

Оденцева А.О.

Томский политехнический университет, г. Томск

Научный руководитель: Гузырь В.В., к.э.н., доцент кафедры экономики

В XXI веке существует ряд нерешенных проблем, с которыми сталкивается человечество, среди них – проблема обеспечения продовольствием все возрастающего населения планеты.

Большинство исследователей считают перенаселение одной из острейших экономических и социальных проблем человечества.

Нами была выявлена цель исследования – это анализ и оценка последствий реализации инновационных подходов к решению глобальной продовольственной проблемы в современной экономике.

Примерно 35-40 тысяч лет назад, по мнению учёных, на Земле насчитывалось всего около одного миллиона жителей, в 1900 году численность населения планеты превысила 1,5 млрд. человек, к 1960 году количество жителей Земли достигло 3 млрд. человек. Т.е. удвоение населения Земли произошло в течение чуть более 60 лет. Следующее удвоение (до 6 млрд.) произошло всего за 39 лет (к 1999 году).

В 2008 году число людей на Земле приблизилось к цифре 6,5 млрд. человек. Сегодня на Земле живут 7 млрд. человек, к середине XXI века, по прогнозам, эта цифра может подняться до 9 млрд., к концу века до 10 млрд. человек.¹

Перенаселение – вид демографического кризиса, который характеризуется ресурсным избытком населения, (нехватка ресурсов для поддержания гигиенических норм жизни), обусловленный неимением у части общества средств существования.²

Стоит отметить, что далеко не у всех стран получается бороться с проблемой перенаселения, но есть пример - и это страна Китай, которая борется с ним с помощью методов, представленных в демографической политике КНР. Благодаря этому, за последние 15 лет ограниченной

¹ Сайт о перенаселении Земли [Электронный ресурс] // Перенаселение - главная проблема планеты Земля в третьем тысячелетии URL: <http://perenaselenie.narod.ru/>

² Перенаселение [Электронный ресурс] // Единый сборник толковых словарей URL: <http://tolkslovar.ru/p4099.html> (дата обращения 4.11.2013)