

УДК 005.35:334

***ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ***

Попов Ю.А.

*Ассистент кафедры экономической теории
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»
г. Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация

В данной работе отражены условия становления социально-ориентированной рыночной экономики. Раскрыты основные аспекты социальной ответственности бизнеса как ведущего элемента, способствующего претворению в жизнь социальной справедливости. Проанализированы методы количественного измерения социальной эффективности деятельности предприятий. Отражены ключевые принципы социального партнерства.

Ключевые слова: социальные гарантии, рыночная экономика, государство, корпоративизм, социальное партнерство.

***TRANSFORMATION OF THE CONCEPT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF
BUSINESS IN THE MODERN MARKET ECONOMY***

Popov Yu.A.

*Assistant of the department of economic theory
FSBEI HE «Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design»
St. Petersburg, Russia*

Annotation

This paper reflects the conditions for the formation of a socially oriented market economy. The main aspects of social responsibility of business as a leading element contributing to the implementation of social justice are revealed. Methods of quantitative measurement of social efficiency of enterprises are analyzed. The key principles of social partnership are reflected.

Keywords: social guarantees, market economy, state, corporatism, social partnership.

На современном этапе развития человечества, основываясь на результатах теоретических и практических исследований социологов и экономистов, становится понятно, что одним из ведущих элементов

функционирования общества и экономики в частности является комплекс социальных институтов, их норм, ценностей и взаимоотношений, складывающихся в единое понятие – государство благосостояния. В свою очередь рыночная экономика, как наиболее преобладающая в современном мире система хозяйствования, включает в себе необходимость создания и развития механизма, который бы повышал уровень и качество жизни населения. Исходя из этого, государством благосостояния становится такое государство, в котором рыночная экономика дополнена системой социальной защиты, помощи и поддержки. [1]

Безусловно, на сегодняшний день большинство развитых и развивающихся стран предусмотрели социальные гарантии в области занятости, оплаты труда, компенсации потерь от инфляции, помощи инвалидам, пенсионерам и многие другие меры поддержки населения. Однако этого оказывается недостаточно, и перед необходимостью поддерживать незащищенные слои общества оказываются поставлены и другие институты, помимо государства. Среди таких институтов не последнее место занимают предприятия всех форм собственности. Помимо предприятий помощь и поддержку гражданам оказывают созданные страховые компании, различные фонды, благотворительные, политические и общественные организации. Все это обуславливает актуальность рассмотрения вопросов формирования и реализации социального партнерства в условиях рыночной экономики.

Анализируя теоретические аспекты данного вопроса, следует отметить, что под социальной рыночной экономикой исследователи подразумевают определенный тип хозяйственной системы, который возник в XX веке после Второй мировой войны в развитых Западных странах. Экономика на Западе представляет собой систему, неразрывно связанную с другими социальными институтами, жизнеспособность которых обеспечивает государство. Именно государство берет на себя функции регулирования экономической и социальной сфер в их взаимодействии. [2]

Свободная рыночная экономика предполагает наличие самостоятельных субъектов, наделенных экономической свободой выбора. По сути своей рыночное саморегулирование не предполагает социальной справедливости в обществе, а наоборот усиливает социальную дифференциацию. Расслоение на бедных и богатых может быть так велико, что речь пойдет не просто о социальной поддержке ущемленных слоев со стороны государства, а о вполне созревшем противоречии, которое в любой момент может вызвать социальный взрыв. Таким образом, наличие свободного конкурентного рынка ставит в привилегированное положение тех, кто имеет более высокий социальный потенциал, а именно – возможность получить престижное высшее образование, занять высокое социальное положение, иметь возможность наследовать значительные материальные ресурсы, быть приближенным к политической и экономической элите. Именно здесь, ориентированная на рынок и нерегулируемая со стороны государства в направлении социальной политики экономика может привести к нестабильности и неустойчивости общества.

Поэтому вполне понятно, что в исторической перспективе в развитых странах, а затем и в развивающихся, правительства оказались озабочены социальными вопросами и были вынуждены осуществлять программы социального обеспечения неимущих и ущемленных слоёв населения. Они установили минимальные размеры заработной платы, пособия по безработице, размеры денежных выплат и компенсаций пострадавшим при стихийных бедствиях, фиксировали цены на жизненно важные продукты и предметы народного потребления, коммунальные услуги, а также предусмотрели гибкую систему налогообложения личных доходов различных категорий граждан. Иными словами, государство взяло на себя функцию регулирования и распределения доходов населения путем прямого и косвенного вмешательства в функционирование рыночной экономики.

Социально-ориентированная рыночная экономика подразумевает защищенность граждан и справедливость в обществе. В данном случае понятие Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

«социальное» означает, что эффективно функционирующие частные и государственные предприятия создают материальные блага и определенный уровень благосостояния всего населения. Это осуществляется посредством государственного механизма перераспределения национального дохода. [3] В правовом государстве гарантированы права и свободы граждан, например, такие, как свобода экономического выбора, деятельности и конкуренции, а также равенства возможностей. Социальное же государство предполагает то, что рынок будет ограничен там, где он может привести к нежелательным последствиям.

Исходя из этого, предприятия всех форм собственности оказались поставлены в условия необходимости принятия на себя определенных обязательств, иначе говоря, была сформирована идея социальной ответственности бизнеса.

Так, например, разработки профессора Калифорнийского университета П. Сети по вопросу социальной ответственности бизнеса сводились к трем основным аспектам:

- социальная обязанность бизнеса;
- социальная ответственность бизнеса;
- социальная отзывчивость бизнеса.

Под социальной обязанностью понималось поведение бизнес-структур в соответствии с требованиями рынка и юридическими ограничениями. Социальная ответственность — это шаги со стороны бизнеса, сделанные, в соответствии с ожиданиями общества. Суть же социальной отзывчивости заключается в инициировании таких социальных программ, которые минимизируют негативные последствия настоящих действий бизнеса прежде, чем они дадут знать себя в жизни общества. [4]

Современные зарубежные исследования социальной ответственности бизнеса направлены на поиск количественных показателей социального эффекта деятельности отдельных предприятий. Разработка данной методологии Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

была представлена в книге «Неустойчивая почва: социальная политика корпораций в динамичном обществе», вышедшей в свет в 1974 году в США. В этой книге предложены четыре метода количественного измерения социальной эффективности деятельности предприятий.

1. Метод использования «социальных индикаторов». Социальными индикаторами, определяющими качество жизни, являются: условия труда; состояние здравоохранения; обеспеченность транспортом и его работа, и другие. Предприятия, занятые в этих сферах, несут социальную ответственность, и их работа может быть измерена данными показателями и оценена.

2. Метод составления «социального отчета». Социальный отчет предполагает балансовые отчисления и ценовую политику предприятия, указывающие на социальную выгоду или издержки для рабочих, клиентов и общества в целом от деятельности предприятий. Например, потраченные предприятием средства на улучшение окружающей среды и выплата установленных налогов относятся к социальным выгодам, а завышенные цены на услуги и продукцию - к социальным издержкам.

3. Метод ранжирования компаний в соответствии с их социальной деятельностью. Ранжирование компаний предполагает их выстраивание исходя из вклада в социальную жизнь общества. Например, цены на продукцию и услуги одного предприятия будут ориентированы только на богатых людей, а цены другого предприятия будут привлекательны для людей менее состоятельных. Тогда в списке ранжирования социально ответственных предприятий на первом месте будет вторая компания (с более низкими ценами), а на втором месте - компания с более высокими ценами.

4. Метод управления социальной программой. Управление социальной программой предполагает анализ и контроль отчислений предприятия на социальные нужды и повышение эффективности его рационального использования. [5]

Как пишет Ф. Шамхалов: «Масштабы и пределы социальной ответственности корпораций тем шире, чем сильнее их стремление к выживанию и утверждению своей легитимности в глазах общества». [6] Понятие «социальная рыночная экономика» оказалось настолько созвучным запросам общества, что вскоре после публичного выступления ряда экономистов и социологов, диалог между бизнесом, государством и обществом оказался возможен. Государство взяло на себя функцию обеспечить бизнес нормативно-правовой базой, которая позволила бы создать условия для здоровой конкуренции на рынке и дать возможность частным предприятиям сбалансировано подходить к проблеме занятости. Нормативно-правовая база рыночной экономики предполагает не только отстаивание прав собственника и предпринимателя, но и их обязанности в отношении партнеров по бизнесу, своих работников и потребителей.

В процессе взаимодействия бизнеса и государства социальная направленность предпринимательства стала набирать обороты. Это связано, прежде всего с тем, что государство создало механизм мотивации и стимулирования предпринимательской деятельности в направлении формирования и реализации социальных программ. Объективно получается: известная доля прибыли от бизнеса стала идти не только на удовлетворение частных интересов собственников, но и на интересы всего общества. В данном случае социальная ответственность бизнеса превратилась в один из главных факторов признания существования частнокапиталистических структур в глазах общества.

Социальная потребность слияния интересов государства и частного капитала обусловила появление института корпоративизма, который в странах развитой демократии рассматривается, как форма эффективной социальной организации. Ее центром является стремление разрешить проблему противостояния труда и капитала. Корпоративизм предполагает достижение консенсуса между государством, бизнесом и гражданским обществом, а Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

процесс принятия решений принимает форму согласования интересов всех сторон. В развитых индустриальных странах подобное взаимодействие иначе называется социальным партнерством, которое по своей сути выступает одной из форм проявления социальной ответственности бизнеса.

В работе О.В. Ромашова «Социология труда» указывается на появление в России института социального согласия, участниками которого являются представители работников, работодателей и исполнительной власти. Эти социальные субъекты взаимодействуют на различных уровнях - федеральном, региональном, отраслевом, территориальном и на уровне предприятия. В результате трехсторонних договоренностей принимаются совместные документы (решения, соглашения, договоры), осуществляющие функции социальной защиты трудящихся. [7]

В Российской Федерации система социального партнерства имеет свои особенности – оно рассматривается как двустороннее, так и трехстороннее сотрудничество по решению вопросов занятости, оплаты труда, социального обеспечения, соблюдения и защиты прав работников. На правовом уровне все трудовые споры в рамках социального партнерства регулируются Федеральным законом «О Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений» от 1 мая 1999 года и Трудовым кодексом Российской Федерации.

Целью социального партнерства считается согласование интересов работодателей и наемных работников, принятие таких решений, которые бы устроили и одну, и другую сторону, учитывая необходимость обеспечения эффективной деятельности предприятия и осуществление трудовых гарантий работников. [8]

Однако при формировании и развитии института социального партнерства на сегодняшний день сохраняется множество проблем. Этот процесс по-прежнему протекает достаточно медленно. Особенно уязвимым оказывается регулирование социально-трудовых отношений на предприятиях, в Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

большей степени частной формы собственности. Трудовые контракты и тем более трудовые соглашения порой игнорируются, а коллективные договоры являются чистой формальностью, что по итогу снижает мотивацию к производительному труду. В свою очередь, социальное партнерство как система может существовать только тогда, когда обеспечивается паритет всех сторон. Достичь этого возможно, если повсеместно ключевыми принципами отношений социального партнерства станут:

- социальная справедливость;
- взаимная экономическая ответственность;
- солидарность;
- добросовестность;
- взаимная экономическая ответственность;
- стимулирование высокопроизводительного труда.

При соблюдении этих принципов социальное партнерство из теории как можно скорее перейдет в практику сотрудничества работодателей и рабочих.

Подводя итог, следует еще раз отметить, что социальная ответственность бизнеса сегодня является одним из основополагающих элементов не только функционирования, но и дальнейшего развития общества. Предпринимательские структуры претворяют в жизнь данную концепцию путем реализации принципов социального партнерства. Однако на практике данная деятельность осуществляется в условиях постоянного противоречия, присущего всем коммерческим предприятиям. С одной стороны, для извлечения прибыли необходимо делать труд рабочих максимально интенсивным, что зачастую способно привести к нарушению прав наемного труда, а с другой стороны, следует постоянно повышать качество жизни и условий труда работников, чтобы они могли осуществлять свои функции с максимальной отдачей. Разрешение данного противоречия и способно дать толчок дальнейшему развитию концепции социальной ответственности бизнеса в данном направлении. Исходя из того, что теоретическая и практическая база Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

для плодотворного социального партнерства работодателей и работников коммерческих предприятий уже создана, становится понятно, что они требуют только более детальной проработки, дальнейшего развития и усовершенствования.

Библиографический список:

1. Кондратьева, Т.С. Глобализация и государство благосостояния [Текст] / Т.С. Кондратьева. – М.: ИНИОН, 2000. – 171 с.
2. Бармина Е. А. Истоки формирования корпоративно-социальной ответственности предпринимателей XVIII - начала XX вв. [Текст] / Е. А. Бармина // Вопросы новой экономики. - 2013. - № 3. - С. 62-66.
3. Никитина, Л. М. Корпоративная социальная ответственность [Текст] / Л.М. Никитина, Д.В. Борзаков. - М.: Феникс, 2017. - 445 с.
4. Баранова Ю. А. Социальная ответственность бизнеса: теоретический аспект [Текст] / Ю. А. Баранова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2012. - № 4. - С. 225-228.
5. Жойдик А. П. Методы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса [Текст] / А. П. Жойдик // Российское предпринимательство. - 2013. - № 6. - С. 94-98.
6. Шамхалов Ф.И. Предприятия государственного сектора зарубежных стран: мотивы, эволюция взглядов и подходы к оценке // Вестник Университета (ГУУ). - 2009. - № 19. - С. 67-71.
7. Ромашов, О.В. Социология труда [Текст] / О. В. Ромашов. - М.: Гардарики, 2013. – 316 с.
8. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности [Текст] / Г.Л. Тульчинский. - М.: Юрайт, 2019. - 338 с.

Оригинальность 91%