

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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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%*