

§9 ЧЕЛОВЕК И ГОСУДАРСТВО

Власенко А.А.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Аннотация: Предметом исследования является государственное регулирование процесса формирования социальной ответственности бизнеса в России. Отдельное внимание автор уделяет месту социальной ответственности бизнеса и государственному регулированию этого феномена, как политическому аспекту, в процессе исторического развития хозяйственной деятельности. По мнению автора, современный этап развития охарактеризован возможностью появления новой, гуманистической экономики, фундаментальной первоосновой которой является именно социальная ответственность бизнеса. Государству, в свою очередь, должна принадлежать ведущая роль в развитии этого феномена, а компании, учитывающие постоянно меняющиеся цели и ценности общества, заботящиеся об окружающей среде и учитывающие принципы корпоративной социальной ответственности, заслуживают введения системы поощрений и льгот. В данной работе был применен комплекс теоретических и практических методов исследования: опрос экспертов, анализ статистических данных, а также абстрагирование и моделирование. Особым вкладом автора в исследование данной темы является анализ полученных данных, основанных на результатах проведенного им опроса экспертов из числа государственных служащих и предпринимателей. В настоящей работе рассмотрены некоторые политические аспекты взаимодействия государства и бизнеса в сфере социальной ответственности, которые ведут к внутренней консолидации общества и, как следствие, улучшают качество жизни населения.

Ключевые слова: Государственные закупки, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность, государственное регулирование, общество, бизнес, государство, гуманистическая экономика, политические аспекты, хозяйственная деятельность.

Abstract: The subject of this research is the state regulation of the process of formation of the social responsibility of businesses in Russia. A special attention is given to the social responsibility of businesses and state regulation of this phenomenon as a political aspect in the process of historical development of economic activity. In author's opinion, the current stage of development is characterized by the possibility of emergence of a new, humanistic economy, the fundamental origin of which is namely the social responsibility of businesses. In turn, the government should hold the leading role in development of this phenomenon, while the companies that are mindful of constantly changing goals and values of the society and caring about the environment and holding to the principles of corporate social responsibility, deserve a system of rewards and benefits. The author's contribution into the research of this topic lies in the analysis of the acquired data that is based on the results of a conducted survey of experts consisting of state officials and entrepreneurs. This work examines some political aspects of cooperation between the state and business in the area of social responsibility, which lead to internal consolidation of society, and as a result, improve the quality of life of the population.

Keywords: Economic activity, humanistic economy, political aspects, state procurements, Corporate Social Responsibility, social responsibility, government regulation, society, business, state.

Миссия и смысл деятельности субъекта в социуме априори должна определяться такой важнейшей нравственной категорией как «ответственность». На сегодняшний день остро встает вопрос целей и идеалов, к которым, в первую очередь, стремится человек в условиях информационного общества и глобального взаимодействия. Приобретают особую важность нравственные установки современного человека, формирующие его

место в природе и обществе. [1] Ответственность, и прежде всего корпоративную социальную ответственность, мы понимаем как основу социального иммунитета, способного сохранить и укрепить политическую систему общества, жизнеспособность имеющегося государственного организма, заставить все субъекты экономической деятельности придерживаться существующих норм и ограничений. Ответственность в целом подразделяется на ответственность перед

обществом, перед людьми, перед законом, перед партнёрами и организациями. В ответственности следует выделять правовые, моральные, социальные, политические и психологические аспекты.

Исторически тема ответственности находила свое отражение на каждом этапе развития политических и хозяйственных систем.

Первый этап развития корпоративной социальной ответственности основывался на признании объективной регулирующей роли рынка и демократических основ буржуазного государства, разработанных А. Смитом, его последователями, французскими просветителями и социалистами-утопистами. А. Смит полагал, что в роли главного социального регулятора ответственности будет выступать «невидимая рука рынка» и все будет справедливо.

В XIX веке наступил второй этап развития экономики со своим пониманием корпоративной социальной ответственности бизнеса. Карл Маркс резко раскритиковал учение А. Смита и доказал, что корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса не может быть утверждена «невидимой рукой рынка». Рыночные отношения не могут привести к созданию справедливого общества и весь корень зла состоит в том, что существует собственники и пролетарии, работодатели и работники и между ними существуют антагонистические противоречия, которые могут быть преодолены только путём пролетарской социалистической революции. [2] Государственная и кооперативная собственность станет материальной основой пролетарского государства, которое устранит фундаментальное зло и построит социализм, то есть общество, в котором безусловно функционирует корпоративная социальная ответственность.

XX век ознаменован учением Кейнса, который утверждал, что можно создать справедливую экономику и корпоративную социальную ответственность бизнеса путем государственного регулирования отношений между работодателем и работником и для этого не нужно национализировать революционным путём различные формы собственности. Государство становится социальным и политическим регулятором отношений собственности. [3]

И четвертый, ультрасовременный этап, присущий XXI веку, учитывающий не только нынешнее положение дел, но и заглядывающий в будущее – это создание гуманистической экономики, т.е. такой экономики, которая станет материальной основой не только гражданского общества и делиберативной демократии, но и утверждения основополагающего принципа – корпоративной социальной ответственности на всех уровнях хозяйственной и социально

– политической деятельности, соответствующей фундаментальным требованиям культуры совести и морали. На этом этапе ключевую позицию занимает социальная ответственность бизнеса, ведь гуманистическую экономику можно создать только тогда, когда в реальную практику внедрена корпоративная социальная ответственность. В данном случае социальная ответственность играет роль базиса гуманистической экономики, где именно ответственность будет базовой характеристикой деятельности любого субъекта экономических и социальных отношений.

В данном контексте речь прежде всего идет об ответственности бизнеса перед законом. Однако те моральные аспекты, которые имманентны понятию ответственности, подводят коммерческие компании к среде человеческих отношений, где именно социум занимает ключевую оценочную позицию.

Также важно учитывать общественное мнение по поводу содержания корпоративной социальной ответственности бизнеса. В проведенных социологами исследований общественного мнения о состоянии корпоративной социальной ответственности, наблюдается большой разброс мнений по поводу понимания самой сути КСО. С одной стороны КСО выступает в роли определенных ожиданий общества от собственников и менеджмента, производственных структур, а с другой стороны, осознанием своего долга перед лицом общества, коллектива, индивида за свои поступки и за их социальные последствия. Исходя из этого, можно сказать, что люди отчасти ассоциируют социальную ответственность с собственным долгом перед обществом, близкими, коллегами и другими людьми, и поэтому они имеют право ожидать от бизнеса такого же понимания и долга перед окружающими его стейкхолдерами и обществом в целом. Таким образом, можно сказать, что в общественном мнении КСО рассматривается не только как социальная ответственность (социальное должествование), но и как политический долг (политическое документально оформленное должествование).

Говоря о бизнесе, понятия «ответственности» и «социальной ответственности» можно было бы и не разделять, учитывая, что социальные корни бизнеса и его зависимость от общества – фатальны. Понимание социального происхождения бизнеса, его социальной природы и максимальной вмонтированности в социум, предполагает и понимание долга перед обществом в гораздо большем масштабе, чем исполнение исключительно своих профессиональных обязанностей и помнить о том, что в социуме расположены все заинтересованные стороны, которые обеспечивают бизнесу производственную и финансовую устойчивость. [4]

Мы склонны полагать, что достижение нового этапа в развитии рыночной системы, а именно гуманистической экономики возможно исключительно в том случае, если деятельность каждого субъекта экономики будет ответственной. Государство в свою очередь должно создавать необходимые для этого условия, расширять и усовершенствовать имеющуюся законодательную базу, обеспечивать социально – политическое должествование бизнеса. Кроме того, необходимо подключать и косвенные методы регулирования КСО, стараться с их помощью заинтересовать и привлечь бизнес определенными бенефициями, чтобы он начал исполнять не только базовые принципы социальной ответственности, выполняя свои производственные экономические функции (обеспечивая высокую производительность труда и наилучшее качество производимых товаров и услуг, создавать рабочие места и своевременно уплачивать налоги), но и вел свою деятельность с учетом постоянно меняющихся ценностей и потребностей общества (выполняя деловые обязательства перед стейкхолдерами (клиентами, партнерами, работниками), финансируя социальные программы и проекты, при всем при этом не включаясь в любые формы коррупции и строго выполняя все экологические требования).

Исходя из перечисленных факторов и критериев гуманистической модели экономики, и ее основных фундаментальных положений в основе которых

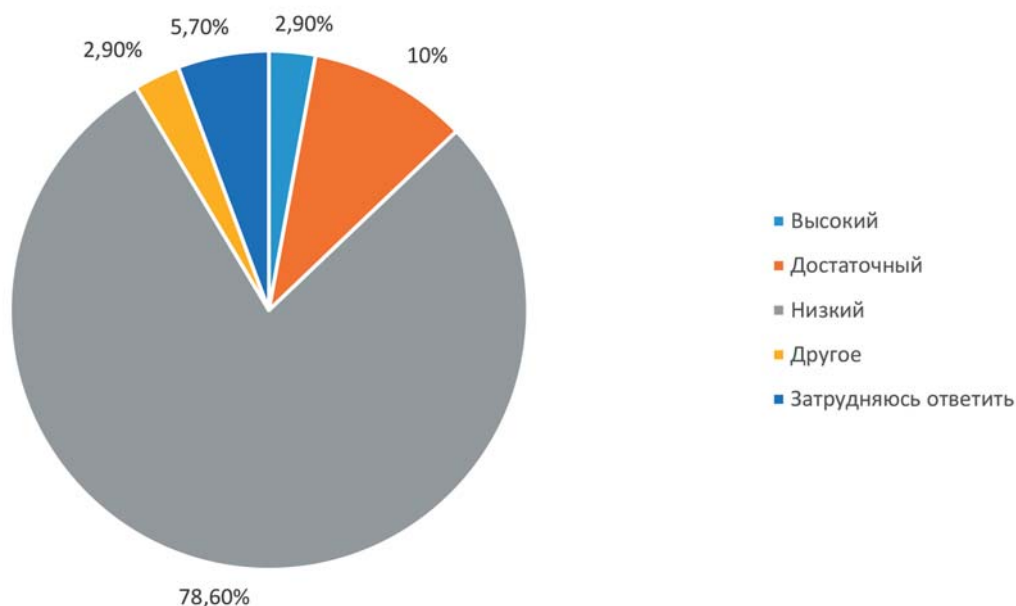
лежит социальная ответственность ее субъектов, в частности бизнеса, можно сказать, что социальная ответственность бизнеса – это диалектический процесс привлечения бизнесом ресурсов из социума и возвращение определённой части созданного богатства для поддержания в активном состоянии самого социума. Таким образом поддерживается в активном состоянии и бизнес и общество. Существование одного за счёт другого приводит к кризису социальной системы.

При должной поддержке государством процессов формирования социальной ответственности компаний, данное явление будет принимать все более массовый характер, что будет способствовать как развитию бизнеса и государства, так и общей стабильности социума и экономики.

Переходя от общего к частному, а именно к нашим современным российским реалиям, мы можем утверждать, что уделяемого со стороны государства внимания к процессу формирования социальной ответственности бизнеса в нашей стране недостаточно. Это утверждение основывается на результатах проведенного автором социологического исследования, в ходе которого было опрошено 70 экспертов в области предпринимательства и государственной службы.

В первую очередь экспертам был задан вопрос: насколько сильно государство вовлечено в процесс регулирования социальной ответственности российского бизнеса.

Диаграмма №1 - ОЦЕНИТЕ УРОВЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ



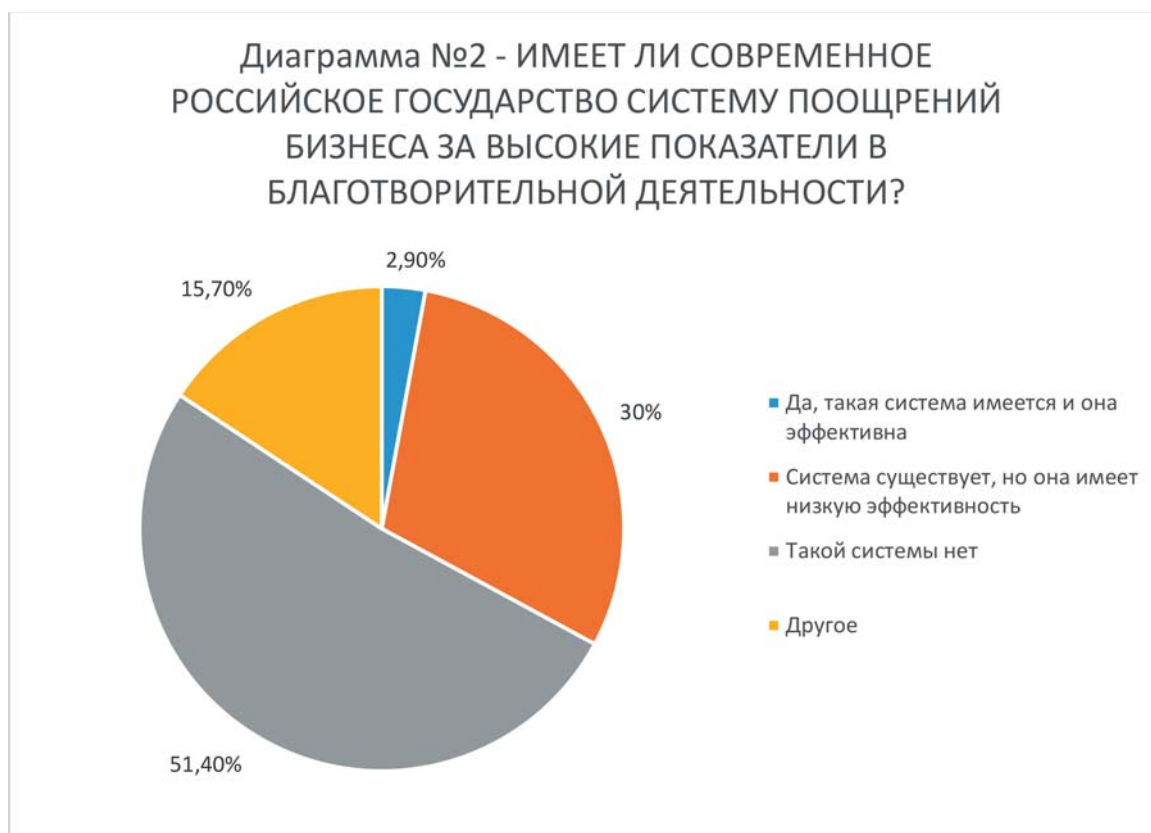
Опираясь на показатели из Диаграммы №1 можно сказать, что уровень государственного регулирования социальной ответственности бизнеса в нашей стране крайне низкий. В первую очередь это означает, что на данный момент существует острая потребность в усилении роли государства в управлении процессом становления корпоративной социальной ответственности бизнеса, усовершенствовании законодательной базы. Достаточно вспомнить в этой связи трагический случай на Сямозере в июне 2016 года, когда созданное малое предприятие ни в какой мере не соответствовало требованиям КСО, что привело к трагической гибели четырнадцати детей.

Детальное изучение природы произошедшей трагедии позволяет на более глубинном уровне разобраться в причинах случившегося и лишний раз подчеркнуть всю важность присутствия на предприятии принципов КСО. Изучая данный вопрос можно с уверенностью заявить, что фундаментальные первопричины кроются не только в халатном поведении сотрудников этой злосчастной организации. Они были на самом начальном этапе ее становления. На лицо недостатки недобросовестного проведения торгов и его исполнения. Ведь на самом начальном этапе во время проведения правительством Москвы тендера победило предприятие, сделавшее наиболее выгодное финансовое предложение, снизив цену лота на 40%. В этом случае, стоит сказать, что при проведении торгов нельзя обходиться столь примитивным опреде-

лением победителя, руководствуясь принципом «кто даст больше» по критерию – стоимость лота, [5] а не основанная на качестве предоставляемой услуги, где наряду с такими принципами качества как надежность, отзывчивость, очевидность и взаимопонимание с клиентом есть еще и безопасность, [6, 7] а по мнению автора, должна быть ещё и ответственность. Положение данных принципов в корне противоречит поведению организации, которая, дабы обойтись малыми вложениями и втиснуться в заявленную сумму, закупила дешёвые резиновые лодки (канэ), не предназначенные к большим водным пространствам [8] и с недостаточным уровнем устойчивости к штормам [9], что и привело к гибели детей.

Это подводит нас к тому, что государство даже на самом ранней стадии конкурса должно контролировать и регулировать процесс исполнения заказа, учитывая все вышеперечисленные принципы качества и в первую очередь безопасность и ответственность. В противном случае отсутствие контроля может привести к самым трагическим последствиям.

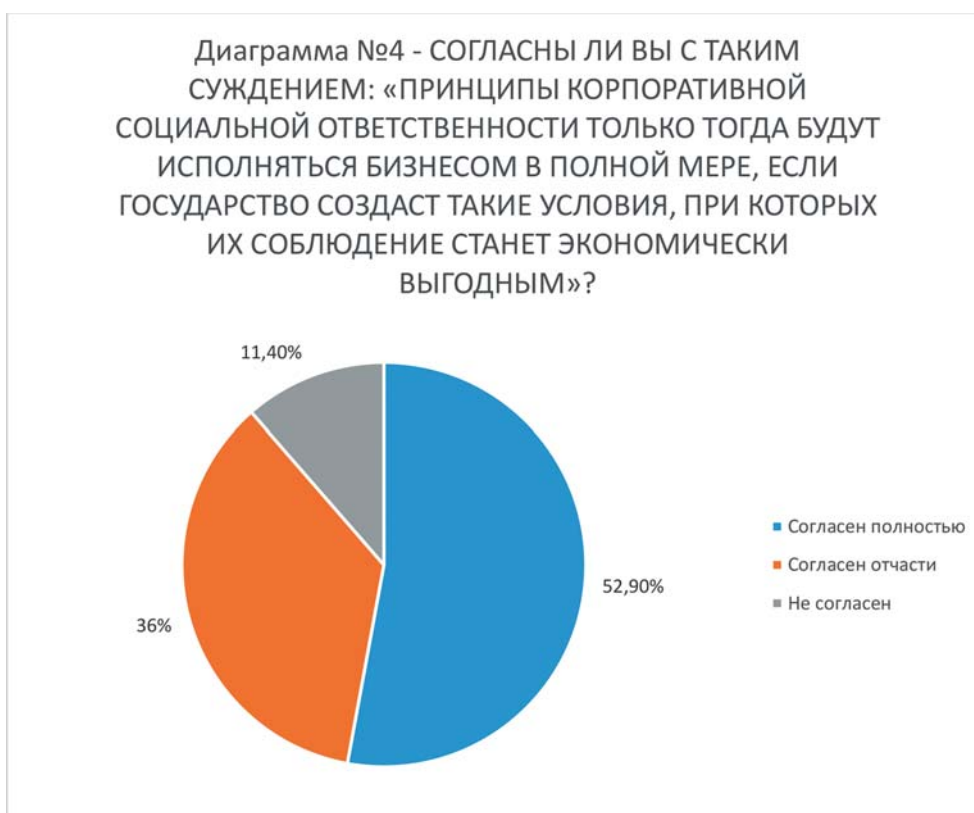
Чтобы система корпоративной социальной ответственности успешно развивалась, необходимо выстраивать не только систему государственного контроля, но и систему государственного поощрения и стимулирования. На Диаграмме №2 представлено распределение ответов экспертов о стимулирующей роли российского государства по развитию КСО.



Основываясь на приведенные выше показатели, можно сказать, что на данный момент, бизнес не имеет достаточных предпосылок и мотивации для ведения социально ориентированной деятельности. Государству необходимо разрабатывать систему мер и стимулов, которые, как уже говорилось ранее, вовлекут бизнес в этот процесс.



Большинство опрошенных экспертов сошлись на той точке зрения, что государство имеет все шансы создать условия для формирования социально ответственной модели поведения бизнеса, что в последствии, как мы выяснили ранее, может способствовать переходу на новый этап гуманистической экономики. Кроме того, вся концепция социально ответственного бизнеса базируется на том, что бизнес, как неотъемлемая, имманентно присущая обществу часть, помогая и постоянно реагируя на меняющиеся его ценности и потребности, также заботиться и о своем будущем.



Основываясь на проведенном социологическом исследовании, можно с уверенностью утверждать, что при введении дополнительных методов прямого и косвенного регулирования экономики, существует возможность создать благоприятную, выгодную и эффективную рыночную платформу для функционирования и развития

социально-ответственного бизнеса. Это позволит не только социально ориентировать деятельность и интересы бизнеса, но и перейти к новой ступени развития экономики, где каждый ее субъект ответственен, а значит заинтересован в своём будущем, будущем окружающего его общества, а значит и будущем своей страны.

Библиография:

1. Кукушкина Е.И. Русская интеллигенция в поисках политических смыслов. – М.: Издательство Московского университета, 2015. (Библиотека факультета политологии МГУ) С. 180 – 181.
2. Миронова Д. Политическая философия. – М.: Издательство Московского Университета, 2014. (Библиотека факультета политологии МГУ). С. 116-119.
3. Попова А.В. Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. – М.: Союз Дизайн, 2012. С. 33 – 35.
4. Попова А.В. Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. – М.: Союз Дизайн, 2012. С. 13
5. Жизнь на аукционе. Как система госконтрактов привела к трагедии на «Сямозере» [Url.: http://ko.ru/glavnoe/item/132592-zhizn-na-auksione](http://ko.ru/glavnoe/item/132592-zhizn-na-auksione) (Дата обращения: 17.07.2016)
6. Berry L.L., Parasuraman A. Services marketing starts from within // Marketing Management. – 1992. – Vol. 1. – Issue 1.
7. Новаторов Э. Международные модели маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 3. С. 76.
8. Сямозеро как диагноз. Чего не хватает детскому туризму в России? [Url.: http://www.aif.ru/society/safety/syamozero_kak_diagnoz_chego_ne_hvataet_detskomu_turizmu_v_rossii](http://www.aif.ru/society/safety/syamozero_kak_diagnoz_chego_ne_hvataet_detskomu_turizmu_v_rossii) (Дата обращения: 17.07.2016)
9. Каное в лагере «Сямозеро» были рассчитаны на мелкую рябь. [Url.: http://www.mk.ru/social/2016/06/23/kanoe-v-lagere-syamozero-byli-rasschitany-na-melkuyu-ryab.html](http://www.mk.ru/social/2016/06/23/kanoe-v-lagere-syamozero-byli-rasschitany-na-melkuyu-ryab.html) (Дата обращения: 17.07.2016)
10. Власенко А.А., Сажнов А.Н. Особенности государственного регулирования корпоративной социальной ответственности в контексте трехсекторного партнерства современной России // Политика и Общество. – 2016. – 7. – С. 966 – 971. DOI: 10.7256/1812-8696.2016.7.19530.
11. Сажнов А.Н., Власенко А.А. Взаимодействие неправительственных организаций и коммерческих компаний в контексте корпоративной социальной ответственности: Симбиотическая модель стабильности (теоретический аспект) // Тренды и управление. – 2016. – 1. – С. 59 – 63. DOI: 10.7256/2307-9118.2016.1.18056.

References (transliterated):

1. Kukushkina E.I. Russkaya intelligentsiya v poiskakh politicheskikh smyslov. – M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 2015. (Biblioteka fakul'teta politologii MGU) S. 180 – 181.
2. Mironova D. Politicheskaya filosofiya. – M.: Izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta, 2014. (Biblioteka fakul'teta politologii MGU). S. 116-119.
3. Popova A.V. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: dialektika paradigim. – M.: Soyuz Dizain, 2012. S. 33 – 35.
4. Popova A.V. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: dialektika paradigim. – M.: Soyuz Dizain, 2012. S. 13
5. Berry L.L., Parasuraman A. Services marketing starts from within // Marketing Management. – 1992. – Vol. 1. – Issue 1.
6. Novatorov E. Mezhdunarodnye modeli marketinga uslug // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2000. – № 3. S. 76.
7. Vlasenko A.A., Sazhnov A.N. Osobennosti gosudarstvennogo regulirovaniya korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti v kontekste trekhsektornogo partnerstva sovremennoi Rossii // Politika i Obshchestvo. – 2016. – 7. – С. 966 – 971. DOI: 10.7256/1812-8696.2016.7.19530.
8. Sazhnov A.N., Vlasenko A.A. Vzaimodeistvie nepravitel'stvennykh organizatsii i kommercheskikh kompanii v kontekste korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti: Simbioticheskaya model' stabil'nosti (teoreticheskii aspekt) // Trendy i upravlenie. – 2016. – 1. – С. 59 – 63. DOI: 10.7256/2307-9118.2016.1.18056.