



УДК 330.16

ББК. 65.011

Д 24

## Социальная ориентация предпринимательства в России

*Ю.В. Дворцов*

Как известно, впервые проблема социальной ответственности бизнеса была сформулирована в конце 50-х годов прошлого столетия, но основное значение она получила только в конце 90-х годов. За последние двадцать лет определилось несколько подходов к социальной поддержке общества со стороны предпринимательских структур.

Одни бизнесмены считают, что это «чисто задача государства». Другие уповают на возможности только крупных хозяйственных корпоративных структур. Третьи пытаются определить роль в социальной ответственности малого и среднего бизнеса. При этом определилось два социально-экономических подхода к развитию бизнеса и его социальной ответственности. Первый – «восточный» (Китай, Япония и другие новые индустриальные страны), который базируется на крупных индустриальных центрах транснациональных корпораций, которые во многом и должны отвечать за социальную сферу своего присутствия в регионах. Второе направление называют «западным» и оно состоит в привлечении к социальной сфере менее крупных хозяйственных структур.

В России же, находящейся между «Востоком и Западом», проблема ее социальной ответственности приобрела особую актуальность.

Следует, однако, констатировать, что проблемы социальной ответственности предпринимательства уже достаточно давно исследуются учеными развитых стран мира. Современное понимание ответственности бизнеса перед обществом начинает выходить за рамки интересов только предпринимателей и инвесторов. Она предполагает реализацию социально значимых проектов, т.е. развитие трудового потенциала работников, охрану их здоровья, со-

здание безопасных условий труда, природоохранную деятельность и ресурсосбережение, заботу об интересах местного сообщества и добросовестную деловую практику. Такой подход актуален и для современного российского предпринимательства, который пока еще находится в стадии рыночного становления. И от того, каким он выйдет из этой стадии, зависит будущее и самого бизнеса и страны в целом.

Сегодня социальная ответственность предпринимательства поднята на новый уровень, связанный с развитием межличностных отношений. Так, в частности, уже должны существовать не только законодательно закрепленные социальные гарантии для работающего населения, такие как минимальная заработная плата, пенсионные отчисления и прочее, но бизнес должен реализовывать и другие социальные проекты. При этом государство со своей стороны должно законодательно поддерживать социальную ответственность бизнеса, зона ответственности которого заключается в следующем:

1. Занимаясь бизнесом, предприниматели создают рабочие места и соответственно достойный уровень жизни для своих сотрудников и членов их семей.

2. Предпринимательские структуры платят налоги, и на эти средства государство решает социальные проблемы и создает условия для дальнейшего развития самого предпринимательства.

3. Товар или услуги, которые производит бизнес, сами по себе играют социальную ценность и социальную направленность, поскольку потребляются обществом.

Часто основными признаками социально ответственного бизнеса специалисты часто считают выполнение им обязанностей только



перед работниками и государством, а также производство качественной продукции, выполнение деловых обязательств перед клиентами и партнерами, создание новых рабочих мест, финансирование социальных программ для своих сотрудников. Заметно реже встречается мнение, что предприниматели обязаны учитывать интересы местного населения и участвовать в местных социальных программах, быть непричастными к коррупции, соблюдать местные законы, вести благотворительную деятельность и сотрудничать с профсоюзами [1].

Таким образом, социальная ответственность – это широкое понятие, охватывающее такие проблемы, как условия труда, экологию, социальную обеспеченность и справедливость, равноправие различных слоев населения и т.д. Предприниматель же, это субъект, чья социальная функция тождественна эффективному развитию хозяйствования. Если он её выполняет, то растут налогооблагаемая база, доходы персонала, доходы госбюджетов, благосостояние народа. Если предпринимательство не выполняет своей социальной функции, то оно вызывает на себя претензии общества.

Исследования американского учёного, лауреата нобелевской премии Дж. Стиглица показали, что менеджеры крупных корпораций часто не заинтересованы только в максимизации прибылей, ибо это ведёт к серьёзным дополнительным рискам бизнеса. При этом менеджмент крупного бизнеса, как правило, заинтересован в ориентации на краткосрочные и стабильные доходы, хотя эта установка противоречит ускорению темпов обновления капитала и в результате такой позиции реализация социальной функции бизнеса часто натывается на внутреннее сопротивление предпринимателей [2]. В результате, общество все более начинает взывать к социальной ответственности бизнеса, и бизнес вынужден «откупаться» за своё право присвоения общественных ресурсов. Социальная напряжённость слегка понижается, но, как правило, только на время.

Пока же, в большинстве случаев, бизнес заменяет либо дополняет использование местных социальных ресурсов социальными инвестициями, рассчитанными на достижение устойчивых позитивных изменений в обществе на территории своих интересов, что оказывается взаимовыгодным и для бизнеса, и для власти, и для общества в целом. Однако без чётких ориентиров социального развития, по-

нимания долгосрочных целей, механизмов в достижении этих целей ситуацию кординально изменить невозможно. Если вести дела так, как они сегодня ведутся, то придётся всё больше и больше увеличивать бюджетное финансирование социальных программ [3].

Актуальная и серьёзная проблема – это уровень жизни в большинстве дотационных регионов России. Экономика таких территорий и в среднесрочной перспективе не сможет обеспечить решения всей совокупности накопившихся социальных проблем. В некоторой степени нивелировать существующий разрыв в уровне жизни удаётся с помощью, так называемых, муниципальных коэффициентов при реализации мер социальной поддержки, но этого сегодня уже недостаточно.

Как показал многолетний опыт, при экономическом кризисе первыми сокращаются расходы на социальные нужды. Но при этом растут темпы обновления капитала в индустриальной сфере. Растёт спрос бизнеса на деньги, следовательно, увеличивается объём производства, меняется его структура. Высокая динамика спроса на деньги вынуждает предпринимательство менять внутренние механизмы управления. Это и есть главная социальная функция бизнеса, которая должна постоянно повышать эффективность хозяйствования. Следовательно, целостность хозяйствования достигается при нарастании динамики экономического роста в стране при улучшении социального климата на местах.

После завершения действующего мирового кризиса общество должно перейти к пострациональной экономике, базирующейся не столько на стремлении компаний максимизировать свою прибыль, сколько на стремлении максимизировать позитивные, в том числе и социальные, результаты от своей деятельности, при одновременном сохранении на определенном уровне коммерческой прибыльности и капитализации. Это произойдет в результате постепенного сдвига общественных ценностей от «эгоцентризма» к «социоцентризму», который уже наблюдается в Европе, США и особенно сильно - в скандинавских странах [4].

В России процесс установления социальной ответственности бизнеса находится на начальных этапах своего развития и происходит в условиях господствующей позиции государства, а также крайне слабого развития социальных институтов гражданского общества при значи-



тельном влиянии олигархического капитала. При этом правила взаимодействия хозяйственных институтов, роли отдельных сторон и меры их участия в социальном развитии нашей страны только формируются. В России, в период кризиса, произошло сокращение реальных социальных расходов, социальных инвестиций компаний, отказ от целого ряда социальных проектов. Во многих регионах страны это повышает социальную напряженность на фоне сокращающихся бюджетных доходов субъектов федерации, роста безработицы, наличия инфляции, замораживания зарплат. В соответствии с этим, как в научном, так и в практическом аспектах, сегодня требуется поиск новых конструктивных путей и действенных механизмов по формированию общей эффективной стратегии социального обеспечения общества с дифференциацией её тактики на федеральный, региональный и отраслевой уровни реализации.

Как отмечают исследователи, особенность современного этапа хозяйственного развития (в кризисный и пост кризисный периоды) состоит в неустойчивости социально-экономической ситуации, не отработанности организационно-правового обеспечения проводимых преобразований, неразвитости правового статуса субъектов трудовых отношений, незавершенности организационной структуры системы управления социальным партнерством. Поэтому первейшей задачей социального партнерства на нынешнем этапе социально-экономического развития является: создание четкой региональной нормативно-правовой базы, формирование на этой основе сильных, независимых хозяйственных объединений, а также развитие коллективно-договорного регулирования социальных отношений на местах. Необходимо усилить роль местных соглашений, а также теснее увязывать содержание социальных договоров и контрактов с результатами деятельности базовых отраслей и ведущих предприятий региона. Так же сегодня назрела настоятельная необходимость максимизации результативности хозяйствующих субъектов, деятельность которых направлена на удовлетворение особо социально значимых потребностей общества. Это также касается и таких государственных субъектов, как административные структуры и органы управления, и таких негосударственных, как общественные организации, фонды, ассоциации и т.п.

Таким образом, максимальный в данных конкретных условиях социальный эффект, определяющий наибольшую результативность деятельности, с точки зрения потребителей, достигается при наличии двух условий, а именно симбиоза некоммерческой и коммерческой составляющих их деятельности, а также возникающего на этой основе синергизма. Следовательно, основной стратегической задачей российских корпораций и фирм должен стать поиск возможностей согласования своих хозяйственных целей с социальными и экономическими интересами общества. В тоже время, несмотря на определяющую теоретическую проработку многих вопросов, практическая составляющая социальной ответственности бизнеса ещё далека от своего практического оформления и воплощения. Это, в первую очередь, относится к механизму внедрения известных теоретических положений в реальную практику деятельности субъекта российского бизнеса.

Суть идеи использования социальной направленности бизнеса в целях достижения результативности бизнеса заключается в том, что это очень эффективно с коммерческой точки зрения. За любой максимизацией доходов всегда стоит накопление социального потенциала. Это и есть главная социальная ответственность бизнеса - возвращать деятельностьную активность граждан [5].

Такой подход представляет собой стратегию, служащую достижению максимально возможного, при сложившихся условиях, результата деятельности рыночных субъектов, определяемого корпоративными миссией и целями. Это становится возможным при соблюдении следующих основных условий: создании соответствующей внутренней среды субъекта, адекватном реагировании субъекта на изученный реально предъявляемый спрос, формировании платежеспособного спроса путем различных воздействий на потребителя и ряда других.

Однако к внедрению современных финансово-экономических механизмов управления в социальной сфере многие администрации субъектов РФ пока даже не приступали.

В целом же можно констатировать, что весь мир идет по пути социальной ответственности бизнеса, а это, помимо позитивного эффекта для общества, приносит ему дополнительную прибыль. В России эти механизмы



пока только осмысливаются, среди исследователей только появляются попытки реализации подобных моделей, поэтому сегодня надо объединять средства бизнеса и власти для решения актуальных приоритетных социальных проблем страны в целом и её депрессивных регионов.

Трансформационные процессы, происходящие в мире в период кризиса 2008-2010 гг. в России, инициировали дальнейшее повышенное внимание общественности к феномену предпринимательства как к источнику совместного развития экономической и социальной сферы. Формируемая единая современная модель социально ответственного поведения учитывает частные и общественные интересы, что способствует социальному согласию в обществе. В этом подходе организация, власть и общество рассматриваются как субъекты, имеющие одинаковые интересы, но у каждого из них свои способы их реализации и свои выгоды.

На сегодняшнем этапе изучения данной проблемы можно рассматривать социальный эффект как результат деятельности любого хозяйствующего субъекта. Также может идти речь о своеобразной рентабельности социально-экономической деятельности, которую можно определить как отношение произведенного социального эффекта к соответствующим хозяйственным затратам.

Проблема заинтересованности хозяйствующих субъектов в достижении максимальной социальной результативности их деятельности в нашей стране на сегодняшний день стоит предельно остро. Это связано, главным образом, с крайней ограниченностью и нехваткой ресурсов общества.

Таким образом, показатель эффективности стратегии действий по оптимальному критерию есть наибольший социальный выигрыш при данной выбранной хозяйственной стратегии развития. Этот показатель «объективен и прозрачен» с точки зрения контроля, поскольку в его основу может быть положен целевой социальный эффект, поддающийся количественной оценке. Например, результативность программы социально-экономического развития региона страны, может быть оценена отношением изменения душевых (или семейных) денежных доходов населения региона после ее внедрения к затратам на ее разработку и реализацию.

К сожалению, до сих пор в России не сложилась базовая государственная социально ориентированная управленческая парадигма, а именно в ней должно найтись место социальной ответственности бизнеса. Анализ управленческих моделей, уже распространенных в России, показывает, что в целом предпочтительнее отдается смешанному типу американских и европейских моделей, но к ним часто необходимо добавить японские модели развития. Это и будет тот спектр методов управления, который пока не присутствует в России.

Теоретически заимствовать управленческие зарубежные модели можно, переработав их в направлении взаимоувязки базовой управленческой парадигмы и осмысленными ценностями новой экономической и социальной формации, поиск которой ведется в нашей стране в настоящее время. Вне зависимости от выбранной модели, основное внимание следует уделять человеку, его социальным потребностям, что, в свою очередь, даст толчок к созданию социальной модели управления (модели социально ориентированного бизнеса) не только хозяйствующих структур, но и государства в целом. Это, возможно, позволит найти рациональный компромисс между «западной» (европейской, американской) моделью и «восточной» (японской, китайской) в хозяйственном развитии.

В тоже время, как показывает российская практика, достичь максимального социально-экономического эффекта развития даже при участии лучших менеджеров и экономистов, как правило, не удается. Это связано с тем, что решаемые оптимизационные задачи направлены на достижение согласия между хозяйственным развитием и результирующим социальным эффектом, что с социальных позиций не совсем правомерно. Таким образом, два результата (экономика и социальный фактор) хотя и являются взаимосвязанными, но не являются напрямую взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми.

При решении комплексной проблемы социально-экономического развития, необходимо использовать критерии, базирующиеся на применении современного экономико-математического аппарата и методов экономического моделирования социальных процессов. Понятие оптимальности социально ориентированной стратегии может определяться различными соображениями, составляющими содержание соответствующих критериев оптимальности.



За методическую базу выбора и оценки таких критериев могли бы быть приняты уже сформулированные экономико-математические модели развития. Так, в частности, вместо комплексных оптимизационных решений предлагается использовать критерий «максимакса», который определяет достижение максимального социального эффекта при максимально возможном экономическом развитии. В основу модели нахождения лучших социально-экономических решений с использованием подхода «максимакса», может быть заложен общий показатель эффективности конкретных стратегий при целевых действиях, где определенным образом учитываются выигрыши участников при этой стратегии [6].

При этом, применение математического программирования к решению социально-экономических задач формирования оптимального портфеля проектов обладает многими преимуществами, что делает использование метода «максимакса» вполне реальным. В итоге, оптимальная стратегия по максимальному критерию гарантирует участнику возможность выигрыша, равного «максимаксу».

В тоже время, при его использовании, возможны различные варианты постановки задачи формирования оптимального портфеля социальных проектов. Чаще всего, социальный смысл целевой функции состоит в максимизации социально-экономического эффекта от инвестиционной деятельности, а смысл ограничений, налагаемых на множество допустимых решений задачи, отражает ограниченность денежных и других средств с учетом возможности различных бюджетных и не бюджетных ограничений для каждого из временных отрезков действия конкретного проекта. Следует, однако, отметить, что в классической постановке критерий «максимакса» не учитывает при принятии решения риска, связанного с неблагоприятным развитием внешней среды, поэтому здесь необходимы дополнительные исследования по учету социальных и экономических рисков.

Оценка эффективности социально-экономических программ также представляет собой один из наиболее ответственных этапов в решении целого ряда социальных задач, характерных для стадии реализации стратегии и по-

строения модели социально-экономического развития. Обоснованность принимаемого решения напрямую зависит от того, насколько объективно и всесторонне проведена эта оценка. При этом, в основе оценки эффективности решений по выбранной модели лежит система показателей, соизмеряющих полученный эффект от его реализации, связанный, в первую очередь, с его инвестиционными затратами.

Представленный подход отражает общую структуру процесса моделирования развития региональной социальной сферы, но, в тоже время, он позволяет наметить и увязать отдельные направления и модельные блоки в решении рассматриваемой проблемы. В качестве реального инструмента реализации изложенных положений могло бы выступить организационно-экономическое моделирование социальных проектов. В своей совокупности оно должно охватывать целый комплекс аспектов развития социальной сферы в России с учетом внутрирегиональных и внешних страновых факторов.

### Библиография:

1. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект/под общей редакцией д.э.н., проф. Беляевой И.Ю., д.э.н., проф. Эскиндарова М.А. - М.: КноРус, 2008. - 267 с.
2. Стиглиц Джозеф Ю., Чарлтон Эндрю. Справедливая торговля для всех. Как торговля может способствовать развитию. - Весь Мир, 2007. - 280 с.
3. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность.-2 – е изд.- Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. - 216 с.
4. Никитина Л. М. Проблемы теории и практики развития социальной ответственности бизнеса и корпоративного управления / Л. М. Никитина. — Воронеж : ВГПУ, 2008. — 148 с.
5. Туркин С.В. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным. Изд. Альпина Бизнес Букс, 2007 г., 381 с.
6. Курбатова С.Г. Анализ принципов оптимальности в динамических играх с природой. //ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет» Материалы VIII Региональной научной конференции «Наука и образование», 2009. 16 с.

