

Социальная ответственность предпринимательства в регионе как фактор социальной политики

В.М.Белоусов, Н.Н. Фирсова

Ростов-на-Дону, Южный федеральный университет

Россия представляет собой формально социальное государство. Это закреплено Конституцией нашей страны. Но в реальности у нас все ещё протекает лишь переход к данному типу государства- постоянное реформирование социальной сферы, ее неустойчивость. Нарастание различного вида социальных проблем, сопровождающих данный процесс трансформации, привело к необходимости общественного, политического и научного осмысления границ, механизмов и эффективности социальной политики. Стало появляться множество исследований социальной сферы государства, сама власть, в свою очередь, выдвинула тезис о приоритетности социальной политики и достойного уровня жизни гражданина в России

Тема социальной ответственности бизнеса остро стоит на повестке дня во всем мире, но особенную актуальность она имеет в России.

Дадим краткое определение социальной политики и ее основных направлений в регионе. Итак, социальная политика - это комплекс мероприятий, направленных на достижение социальных целей в регионе, с учетом лаговых эффектов и ресурсных ограничений. Поясним блоки данной дефиниции. Комплекс мероприятий- суть набор предполагаемых действий социального плана решающих ряд социальных проблем типа политики занятости, политики доходов, социальной защиты, социальных выплат, благотворительности и т.д. обычно мероприятия фиксируются в соответствующих нормативных актах, концепциях, федеральных и региональных законах, постановления правительства страны и регионов. Цели выдвигает власть по иерархии от федерации- региона-муниципалитета. В реализации целей участвуют все ветви власти- от законодательной к исполнительной (реальная решающая фаза организации, и сложения и мониторингасоциальной политики) и судебной (защита прав населения, выработки аналогов и прецедентов, регулирование конфликта интересов, наказание субъектов социальной политики в случае их девиантного поведения).

Что касается лаговых эффектов то таковыми, как известно, можно назвать период времени от начала действия до его результата, где эффект наступает не немедленно, а в кратко-средне или долгосрочном периоде (например, лаговый эффект материального капитала, пенсионного обеспечения, медицинского страхования, ипотечной политики и т.п.)

И, наконец, последний блок дефиниции- ресурсные ограничения- понятен сам по себе. Стоит лишь добавить, что обычно в системе социальной политики к ресурсамотносятся финансовые (бюджетные) сделки, направляемые соответствующим реципиентами, но этим на самом деле ограничиваться не следует, так как существенную роль играют не только «потoki» но и «запасы»- наличие кадрового чиновничества, так и социальных работников), традиции социальной политики, ментальность субъектно-объектных акторов ее осуществления.

Объектами социальной политики выступает многомиллионная армия «бюджетников, а субъектом - власть всех уровней. Однако существенной стороной социальной политики выступает предпринимательство (в широком смысле как некий класс или социальный слой).

Рассмотрим некоторые аспекты этой проблемы - социальной ответственности предпринимательства. Как пишет крупный специалист в этой области о роли крупного бизнеса в социальной политики региона, Н.В. Зубаревич.

В статье «Социальное партнерство в регионах: как учитывать интересы крупного бизнеса?» существуют вопросы о процессах формирования и проникновения

крупного бизнеса в регионы России, о проблеме соответствия интересов крупного бизнеса и власти, проводящей социальную политику в регионах, о проблеме возможности использовать интересы, бизнеса на благо населения. Автор предлагает свой подход к социальной ответственности бизнеса - через стратегическое взаимодействие, основанное на общих интересах. Интересы бизнеса должны быть равнозначными с интересами власти.[1]

Автор выделяет 4 типа регионов по степени влияния крупных бизнес - групп и компаний: Тип 1. Базовые регионы производства (добычи и первичной переработки экспортных ресурсов) - около 20% от общего числа субъектов РФ. Тип 2. Зоны экспансии - перспективные - 40% субъектов РФ. Тип 3. Полупериферийные - не обладающие ресурсами, выгодным географическим положением или емким рынком сбыта. Тип 4. Периферийные - слаборазвитые регионы.

Автор придерживается мнения, что интересы бизнеса в регионах крайне дифференцированы: в базовых регионах - активное участие в социальной политике, в регионах экспансии - менее активное, в полупериферийных и периферийных регионах - минимальное. Из этого следует очень разная степень готовности участвовать в реализации социальной политики.

Классификация регионов в авторской редакции (по Зубаревич) более общепринято могла бы наложиться на регионе-доноры, регионы-реципиента в их числе кризисные регионы.

Для базовых регионов крупных компаний спектр социальной политики может быть наиболее широким и по направлениям, и по пространственному охвату (весь регион).

Координирующая роль остается за региональными властями, но при выборе форм социальной политики наиболее важной представляется ориентация бизнеса на развитие человеческого капитала, а не на социальную защиту, которую в силах организовать сами региональные власти.

В полупериферийных регионах региональные власти должны начать с усилий по привлечению и закреплению бизнеса, чтобы затем получить локальные (точечные) социальные инвестиции в тех городах и районах, где он будет развиваться.

В периферийных регионах. Проблемы этих регионов могут быть решены только в рамках крупных государственных программ и при жестком контроле расходования средств. Единственная приемлемая форма участия крупного бизнеса в развитии периферийных регионов - реализация репутационных, имиджевых проектов социального характера.

Для регионов разного типа «коридор возможностей» взаимодействия бизнеса и власти будет существенно различаться, и это необходимо принимать во внимание при разработке социальной политики. Второй основной вывод — крупный бизнес не может и не должен быть ведущим актором в подъеме слаборазвитых регионов, это функция государства.

Следует отметить, что в России финансирование социальной политики, в том числе региональной, обеспечивается в основном государством (Пенсионный фонд, Фонд социальной защиты, фонд обязательного медицинского страхования - с их региональными подразделениями).

Современная система социальной защиты населения призвана выступать, инструментом управления социальными рисками. Чем выше неустойчивость экономического развития, чем глубже социальная напряженность, тем выше вероятность попадания в группу социального риска. Понимание социального риска как закономерного и объективного массового социального явления, затрагивающего определенные, весьма значительные социально-демографические и профессиональные группы и слои населения, а вместе с тем, требующего признания необходимости комплексного подхода к его управлению нашло отражение в ряде работ. [2]

В 90-е годы были предприняты попытки создания альтернативной системе социальной поддержки населения системы социального страхования граждан, в соответствии с которой социальные риски должны были распределяться между работниками (гражданами), работодателями, государством. [3] Каждый вид социального риска имеет свою природу, частоту наступления, продолжительность, и поэтому по особенному проявляется для различных категорий трудящихся. Также к параметрам классификации социальных рисков можно отнести уровень материальной обеспеченности вследствие утраты трудоспособности или отсутствия спроса на труд, социальные гарантии в случае наступления рискованной ситуации и др. Все это предполагает и дифференцированный выбор форм и инструментов системы социальной защиты, определяет важность и необходимость развития системы социального страхования.

Важно отметить и бюрократическую чехарду. Так, с 2000-х гг. реализацию государственных мер в области социальной политики осуществляло Министерство социальной защиты, затем Министерство труда и социального развития, а 2003 г. - Минздравсоцразвитие, в котором существует департамент социального партнерства и охраны труда.

Обратимся к формам социальной ответственности со стороны предпринимательства. Определение социальной ответственности бизнеса дающие в литературе можно свести к следующему.

- 1) Под социальной ответственностью бизнеса понимается и благотворительность, и меценатство, и корпоративная социальная ответственность, и социально-маркетинговые программы, и спонсорство, и филантропия и т.д.

Обобщая можно сказать, что социальная ответственность бизнеса - это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют.

Данное определение социальной ответственности бизнеса скорее идеальное, и не может быть полностью претворено в действительность хотя бы потому, что просчитать все последствия одного решения просто невозможно. Но социальная ответственность бизнеса — это не правило, а этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения.

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

- 1) Базовый уровень социальной ответственности бизнеса предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности - предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).
- 2) Второй уровень социальной ответственности бизнеса предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван «корпоративной ответственностью»
- 3) Третий, высший уровень социальной ответственности бизнеса предполагает благотворительную деятельность.

К социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- 1.Безопасность труда
- 2.Стабильность заработной платы
- 3.Поддержание социально значимой заработной платы
- 4.Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников
- 5.Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации
- 6.Оказание помощи работникам в критических ситуациях

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

1. Спонсорство и корпоративная благотворительность
2. Содействие охране окружающей среды
3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью
4. Готовность участвовать в кризисных ситуациях
5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск

качественных товаров)

Для реализации этих позиций разрабатываются социальные программы:

- собственные программы компании;
- программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
- программы партнерства с некоммерческими организациями;
- программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
- программы информационного сотрудничества со СМИ.

Мотивы социальной ответственности бизнеса состоят в следующем:

1. Развитие собственного персонала позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке.
2. Рост производительности труда в компании. [4]
3. Улучшение имиджа компании, рост репутации.
4. Реклама товара или услуги.
5. Освещение деятельности компании в СМИ.
6. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.
7. Возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний.
8. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом.
9. Налоговые льготы.

Основные движущие силы, побуждающие бизнес к проведению социальной политики, можно разграничить по типам субъектов, от которых они исходят:

- давление власти;
- давление местного сообщества, на территории которого бизнес осуществляет свою предпринимательскую деятельность;
- внутренняя мотивация собственников и топ - менеджеров компаний.

Давление власти предстает как политические действия, направленные на привлечение бизнеса к поддержке текущей деятельности объектов социальной сферы, реализации социальных программ и проектов, инициируемых властью.

Давление со стороны местного сообщества предстает как ожидания поддержки бизнесом деятельности объектов социальной сферы, благоустройства города, материальной помощи ветеранам, пенсионерам, малоимущим.

Во взаимодействии власти и бизнеса при реализации социальной политики просматриваются три основные модели:

- административное принуждение;
- торг вокруг условий поддержки бизнесом социальных программ и проектов власти;
- невмешательство власть не занимает активной позиции по отношению к внутренней и внешней социальной политике, проводимой бизнесом, а бизнес осуществляет ее независимо от власти. [5]

Основываясь на выводах ученых, приведенных выше, можно сказать, что российский бизнес, родившийся в конце 80-х, пока не дозрел до решения социальных вопросов на уровне своих зарубежных европейских и северо-американских партнеров. Как считает академик РАН Николай Шмелёв, русский бизнес пока ещё жаден,

социально слабо ориентирован, нацелен только на прибыль не ниже 150-200%, зарплата в 5-6 раз ниже, чем в Европе, а наценки на товары доходят до 80-100%, квадратный метр жилья стоит 5-6 тыс. долл. «Это положение бизнесменов безнадежно избаловано заоблачной прибылью» - считает академик. [6]

Поэтому давление (но не чиновничий рэкет, не «крыша») необходимо и должно включать также меры поощрения, для чего следует совершенствовать законодательство.

Основные выгоды от развития социальной ответственности для бизнеса и территорий могут быть следующие.

Виды социальной ответственности	Возможные выгоды бизнесу	Возможные выгоды территории
Производство качественной продукции и услуг для потребителей	Формируется более привлекательный образ предприятия, что непосредственно влияет на увеличение продаж и на позицию на рынке.	Развитие потребительского рынка, повышение качества жизни в регионе за счет более высокого уровня удовлетворения потребностей его жителей.
Создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала.	Увеличение производительности труда, рост прибыли как отдельного предприятия.	Рост прибыли целой отрасли.
Соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.	Снижение издержек (за счет отсутствия штрафов, оптимизации налоговых отчислений, уменьшения текучести кадров)	Повышение инвестиционной привлекательности и предпринимательской среды, расширение трудового потенциала
Вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества	Формирование благоприятного имиджа компании, расширение сферы потенциальных потребителей.	Привлечение частного сектора к решению социальных и экологических проблем.

В заключение приведем некоторые данные. Так, общая система затрат на социальные проекты бизнеса составляют около 500 млн. долларов в год, а затраты государства и регионов примерно в 10 раз выше, что говорит о необходимости усиления социальной ориентации предпринимательства. [7]

Внутренняя социальная политика корпораций складывается следующим образом: [8]

Развитие персонала - около 43%;

Природоохранная деятельность и ресурсосбережение - 14%;

Местное сообщество - около 9%;

Добросовестная деловая практика в отношении партнёров и потребителей - 8%;

Зарегистрированный показатель - 0,9%;

Здоровье работников - 14%;

Прочие - 11%.

Итак, развитие российских регионов в социально-экономическом аспекте может быть улучшено посредством повышения социальной ответственности предпринимательства.

Во-первых, развития социальной ответственности бизнеса как системного элемента стиля деловой активности, принимаемого бизнесом добровольно и

оказывающего значимое влияние на процесс принятия стратегических решений по использованию ограниченных производственных ресурсов.

Во-вторых, повышения функциональной роли человеческого капитала в процессах формирования конкурентоспособности регионов в условиях глобальной конкуренции и перехода к экономике знаний.

В-третьих, усиления мотиваций для социальных инвестиций со стороны частных бизнес-структур, которые посредством развития человеческого капитала создают предпосылки для роста размеров получаемой прибыли в долгосрочном периоде.

Интеграция отмеченных процессов позволит активно использовать фактор социальной ответственности бизнеса в региональном развитии.

Литература:

1. SPERO (социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры)-Выпуск №1 (5), март 2011, с. 5-17.
2. Михеева Ю. Роль и функции социального страхования в организации новой модели защиты интересов населения // Экономист. 2003. №8. С.69.
3. Роик В. Утверждение страховых основ социальной защиты населения: необходимость и проблемы // Российский экономический журнал. 2004 №1.
4. Revolution. URL: allbest.ru/economy/00303161_0.html.
5. URL: ego.uapa.ru/issue/2011/01/01/.
6. Аргументы и факты, №1-2, 2009.
7. URL: www.panram.ru/ar_4331583/.
8. Ситковский Д.А. Социальная ответственность бизнеса и региональное развитие // Управление экономическими системами. URL: www.brss.ru