

Богачёв М.И., Койсина М.Д.,
студенты факультета прикладной политологии
Национального исследовательского университета
Высшая школа экономики (Москва)

*Создание системы коммуникаций «власть – бизнес – общество» как
залог государства всеобщего благоденствия (welfare state)*

Коммуникационная пирамида

На сегодняшний день в роли идеала успешности для большинства развивающихся стран, к которым относится и Россия, предстаёт государство всеобщего благоденствия, главной задачей которого является осуществление функций социальной защиты населения. К сожалению, обеспечение хорошей жизни напрямую из государственного бюджета по ряду причин не возможно, поэтому властная система использует несколько иные подходы воплощения идеи благосостояния. К примеру, улучшение законодательства, развитие экономического сектора, модернизацию системы государственного управления и т.п.

Важной составляющей государства всеобщего благоденствия является гражданское общество, залогом которого выступает не только активность и ответственность людей, проживающих на одной территории, но и их инкорпорация с окружающим миром и гражданами, следование общей цели – улучшению и преобразению окружающего мира, сложившейся ситуации. Безусловно, насадить гражданское общество сверху невозможно, однако в силах власти создать подходящие для его зарождения и развития условия.

Главным рычагом для создания гражданского общества является правовое регулирование взаимоотношений в обществе, сопротивление катастрофическому социальному расслоению, ориентация наиболее активных представителей общественности – предпринимателей и бизнесменов на социальную ответственность перед другими менее успешными людьми «особенно в областях здравоохранения, образования, поддержания доходов, обеспечения жильем и персонального социального обеспечения»¹. То есть, если прямой канал коммуникации «власть <=> общество» не может обеспечить благосостояния рядовых граждан, то в их взаимоотношения

¹ Государство всеобщего благоденствия//Социологический словарь.-[Электронный ресурс].- <http://slovari-online.ru> Дата обращения: 14.04.11

необходимо включить ещё одного актора, посредника – бизнес сообщество. В данном случае бизнес-структуры, законодательно обременённые социальной ответственностью, становятся промежуточным звеном между властью и обществом, с одной стороны, улучшая жизненное положение граждан, а с другой, уменьшая экономические траты государства и облегчая систему управления. Государству, власти выгодно ориентировать бизнес на социальные действия, так как, во-первых, дистанция коммуникации между бизнесом и обществом более проста, более коротка, нежели между властью и народом. Во-вторых, государству не надо сильно вкладываться в заботу о населении, этим занимается бизнес. При этом государственные средства не разворовываются чиновниками, происходит рациональное использование ресурсов, поскольку бизнес трижды проверит целенаправленность трат своих средств. В-третьих, государству гораздо проще контролировать поведение бизнес-структур, обладающих относительно прозрачной системой управления, нежели вязнуть в коррумпированном сонмище проволочек бюрократического аппарата. В-четвёртых, развитие социальной сферы улучшает жизненное положение населения, при этом «не вызывая рост инфляции, наоборот позволяя открывать дополнительные рабочие места»².

Социальная ответственность бизнеса – «социальные отношения, выражающие уровень обязательств предприятия в сфере социальной защиты»³ - повышает уровень коммуникации как вербальной, так и невербальной между разными социальными слоями, она заключается в: изначальном ориентировании бизнес планов на социальную поддержку населения, финансовом обеспечении социальных программ, предоставлении услуг и гарантий с последующим усилением их стимулирующего эффекта, обеспечении льготами работников при получении кредитов, учёте интересов местного самоуправления и совместном решении, имеющихся социальных проблем, облагораживании окружающей среды, экологизации производства, улучшении условий труда работников и населения в целом, благотворительности и др.

Иначе говоря, как создать благоустроенное государство? – Надо воплотить в жизнь коммуникационную пирамиду «власть <=> социально-ответственный бизнес <=> общество», то есть усилиями власти заставить бизнес заботиться об обществе, всячески ему в этом помогать и контролировать то самое общество, дабы народ на радостях не безобразничал. Таким образом, в результате улучшения социального и человеческого капитала качественно улучшится жизненное положение населения, появятся предпосылки

² Нещадин А.А. Границы социальной ответственности: бизнес и государство.- Электронный ресурс].- http://www.hse.ru/temp/2006/04_04-06_conf_texts.shtml Дата обращения: 14.04.11

³ Кушпов В. Социальная ответственность как фактор развития предприятий.-[Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/19296225/> Дата обращения: 14.04.11

к появлению гражданского общества, что существенно приблизит государство к идее welfare state.

Приблизительно по такой схеме работает западный мир. По ней же было решено пойти и президентом В.В. Путиным, принявшим в 2007 г. ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»⁴. Курсу, взятому своим предшественником, следует и Д.А. Медведев, подписавший в 2011 г. ФЗ №23 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ о порядке учета доходов и расходов субъектов малого и среднего предпринимательства при оказании им финансовой поддержки»⁵.

Однако, как сказал пророчески поэт, «а воз и ныне там» - тенденции о наличии изменений так и не выявлено и дело не только в «несовершенстве рынка институтов оказания государственной поддержки»⁶.

Логично задаться вопросом: где же произошло замыкание в пирамиде «власть <=> социально-ответственный бизнес <=> общество», ведь творческий импульс сверху был отдан, да и времени прошло достаточно, чтоб увидеть хоть какие-то изменения?

Сразу стоит отметить, что бизнес, как таковой, пронизан веберовским «духом капитализма», склонностью к рационализации и максимизации полезности. Вследствие этого бизнес-структуры реализуют социальные проекты только лишь в тех случаях, когда прибыль, полученная от этого, как минимум покрывает издержки. Такой бизнес получил наименование социального предпринимательства – «основанная на самокупаемости хозяйственная деятельность по производству социально значимого продукта или услуги с применением инновационных решений, преобразующих в интересах общества (социальной группы) саму услугу и/ или механизмы ее экономической реализации»⁷. Но в силу своей незначительной прибыльности социальный бизнес, и уж тем более реализация социальных программ, в среде предпринимателей не очень жалуются. Однако они имеют место быть. И цели их создания могут быть различными:

- 1) откупиться от народа за ущерб, причинённый вредным производством;
- 2) выполнить указ власти (следовать законодательству);

⁴ См.: ФЗ №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»//Российская газета.-2007.- №4427.-[Электронный ресурс].- <http://www.rg.ru/2007/07/31/biznes-doc.html> Дата обращения: 14.04.11

⁵ См.: ФЗ №23 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ о порядке учета доходов и расходов субъектов малого и среднего предпринимательства при оказании им финансовой поддержки»//Российская газета.-2011.-№5427.-[Электронный ресурс].- <http://www.rg.ru/2011/03/11/nalogi-dok.html> Дата обращения: 14.04.11

⁶ Басарева В.Г. Государственная поддержка малого бизнеса: помощь или институциональная ловушка?//XI Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 3 кн./ отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн.2.– М.: Изд. дом ВШЭ, 2011. С. 171.

⁷ Московская А.А., Баталина М.Л., Тарадина Л.Д. Перспективы развития социального предпринимательства в России (социальное предпринимательство как гибрид бизнеса и НКО). -[Электронный ресурс].- <http://conf.hse.ru/2008/prog> Дата обращения: 16.04.11

- 3) уменьшить налоговые поступления в пользу государства;
- 4) улучшить отношение людей к компании, бренду, завоевать общественное доверие;
- 5) следовать трендам моды;
- 6) благотворительность;
- 7) и др.

Бизнес по всему миру задаётся вопросом: каков стратегический выигрыш для него от социальных издержек? «Большинство представителей бизнеса придерживается точки зрения, что реализация принципов корпоративной социальной ответственности имеет положительное воздействие на конкурентоспособность, особенно в долгосрочной перспективе, но они не в состоянии привести более точные, количественные оценки, характеризующие этот эффект»⁸.

Другим аргументом предпринимателей в пользу отказа от реализации социальных проектов является их затратность, которая ведёт к «повышению издержек и, соответственно, прямо отражается на конкурентоспособности бизнеса»⁹.

Другими словами, бизнес констатирует наличие издержек и рисков при абстрактности и долгосрочности ожидания выгод, в результате чего он отказывается от затрат на социальные проекты. В условиях чистого рынка капиталистам не выгодно вкладывать в социальную сферу. Именно поэтому государство должно регулировать поведение бизнес-структур, иначе возобновится картина столь привычная для Европы XIX в. и столь ненавистная К.Марксу. Сам народ, тем более российский, без поддержки власти не может победить антисоциальную рациональность капиталистов.

Так на Западе социальные проекты, проводимые крупным и средним бизнесом, широко распространены, во многом лишь потому, что этому потворствует государство, утверждая различные льготы для щедрых на социальные траты компаний. Хотя роль конкуренции, вынуждающей фирмы добрыми делами бороться за потребителя и работников, тоже опускать не стоит. При этом социальные проекты бизнеса на Западе распространяются не только на сотрудников вкладывающихся компаний, но и на обычных, никоим образом не относящихся к данным фирмам людей.

⁸ Communication from the Commission Concerning Corporate Social Responsibility: a Business Contribution to Sustainable Development. Brussels: Office for the Official Publications of the European Communities, 2002. P. 9-10. - [Электронный ресурс].- http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/february/tradoc_127374.pdf Дата обращения: 11.03.11

⁹ Перегудов С. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность//Неприкосновенный запас.-2006.-№4-5 (48-49).- [Электронный ресурс].- <http://magazines.russ.ru/nz/2006/48> Дата обращения: 11.03.11

Контроль социальной ответственности бизнеса в странах Запада и России

Прежде чем перейти к непосредственному обзору существующих элементов контроля социальной ответственности бизнеса, следует отметить исторический аспект формирования интереса к данному вопросу. Если в странах Запада интерес появился уже в 70-х гг., а практика корпоративной социальной ответственности появилась сравнительно недавно, 20 лет назад, то в России с периода перестройки ни государство, ни бизнес, ни тем более общественность не проявляли ни капли заинтересованности в этом вопросе. Также стоит добавить, что государства ЕС связывают социально-экономическое развитие с увеличением социальной ответственности коммерческих предприятий.

По мнению Европейской комиссии, чтобы быть социально ответственной коммерческой организацией в условиях высокого уровня развития европейской экономики и благосостояния населения, необходимо не ограничиваться соблюдением законодательно установленных требований и обязательств, а инвестировать капиталы в человеческий потенциал, окружающую среду и отношения со всеми заинтересованными сторонами (stakeholders), что непосредственно является залогом устойчивого развития коммерческой организации, повышения инновационного потенциала и конкурентоспособности.

При ретроспективном сравнении в количестве и характере практик социальной ответственности стран Запада и России, нельзя не отметить следующий факт. На Западе развитие социальной ответственности шло через создание общественных союзов, неформальных объединений предпринимателей и всеобщего «призыва делиться», в то время как практика России состояла в пожертвованиях крупнейших меценатов, которые носили в основном случайный характер и осуществлялись по велению души или из религиозных побуждений. Это сравнение показывает различия формирования двух прямо противоположных систем: если западная система стремилась, объединяя интересы многих предпринимателей, к установлению общественного контроля, то российская – не только была бесконтрольной, но и случайной по своему характеру, зависела, так сказать, от человеческого фактора.

Теперь обратимся к тем факторам контроля социальной ответственности бизнеса, которые определяют и задают характер действий западных и российских бизнес-структур. Так как понятие социальной ответственности не имеет точного определения, то характер и типы её можно описать двумя общими феноменами: добровольная и превосходящая установленные законодательные нормативы деятельность компании.¹⁰

¹⁰ «Социальная ответственность бизнеса — опыт России и Запада»-[Электронный документ]-<http://www.polit.ru/research/2004/06/21/social.html>. Дата обращения 14.04.2011

Специалистами Консалтинговой группы «Управление PR» в 2004 году было проведено исследование «Социальная ответственность бизнеса — опыт России и Запада», где на те или иные вопросы, касающиеся социальной ответственности бизнеса, экспертами, как из государственных, так и из общественных структур РФ давались соответствующие оценки. Наиболее интересным является мнение экспертов по поводу законодательного регулирования социальной ответственности. Необходимо отметить, что только некоторые эксперты выступили против законодательного регулирования, но большинство всё же считало, что стандарты социальной отчётности необходимы, при этом специалисты подчёркивают, что законы должны иметь рамочный и рекомендательный характер, а жёсткое законодательное регулирование только навредит, поскольку главная роль должна быть отведена инициативам самого бизнеса.. Однако, не смотря на эти утверждения, в мире существует удачная практика жёсткого законодательно регулирования.

Так, в Дании, длительное время относящейся к группе стран с высоким социальным обеспечением, в 2008 был введён закон, обязывающий с 2009 г. все крупные коммерческие организации в дополнение к финансовой представлять отчетность о своей деятельности в области социальной ответственности. Принятие данного Закона являлось частью правительственного плана, представленного 14 мая 2008 г., по развитию корпоративной социальной ответственности и преследовало цель стимулировать коммерческие организации в вопросах социальной ответственности. Таким образом, высокий уровень жизни в Дании обеспечивается не только деятельностью государства, но и социальными программами бизнеса.¹¹

Что касается других стран, то жёсткое законодательное регулирование социальной ответственности бизнеса существует только во Франции. Во всех остальных европейских странах эта роль отведена бизнес-сообществу.

В настоящее время кроме государственного (национального) контроля существует международный уровень, который задают различные ассоциации и альянсы. К данному типу относится, например, «Глобальный Альянс БСО (Бизнес социальной ответственности)», который является частью растущей глобальной сети национальных организаций, которые расширяют понимание корпоративной социальной ответственности и обеспечивают предпринимателей возможностью сотрудничества в данной сфере. Также существует организация «Глобальный договор», который имеет целью продвинуть на более высокий уровень ответственную гражданскую позицию корпораций.

¹¹ Каз М.С., Сакун Е.С. Системы оценки деловой репутации и социальной ответственности: пути интеграции//Вестник Томского Государственного Университета.-№3, 2010. С.53-58.

«Международный деловой форум лидеров (МДФЛ)» способствует продвижению ответственных деловых решений и получения выгоды от этого для всего общества. Такие ассоциации существуют во многих странах: «Институт этики предпринимательства и социальной ответственности» в Бразилии, «Корпоративная социальная ответственность» в Европе, «Бизнес за Социальную Ответственность» в Израиле, «Бизнес в сообществе» — в Великобритании и многие другие.

Стоит отметить, что только в ряде стран, в частности во Франции и в Англии, введены законодательные требования к определённым предприятиям по необходимой социальной отчётности. Например, британскими национальными стандартами являются БСО — «Бизнес за социальную ответственность (BSR, business for social responsibility) и БМС — «Бизнес в местном сообществе» (BIC, business in the community).

Но в данный момент в международном сообществе в сфере ведения социальной отчётности компаний наибольшее распространение получили два стандарта: ГИО — «Глобальная инициатива по отчётности» (GRI, Global Reporting Initiative), в отчётах присутствуют три основных элемента: экономика предприятия, его социальная и экологическая политика (Среди тех, кто используют принципы и рекомендации GRI в подготовке социальной отчетности, - британское министерство обороны, “Coca-Cola Company”, немецкая “Man Group”), и AA1000 (Ответственность — AccountAbility 1000), который является не столько стандартом, сколько правилом организации учёта, который подсказывает как эффективно собирать информацию о социальных проектах компании.

Что же касается российских стандартов, то 16 ноября 2004 г. РСПП была принята Социальная хартия российского бизнеса, в которой впервые системно была сформулирована общественная роль, миссия, ценности и цели корпоративной ответственности. Хартия представляет своего рода стандарт ответственного подхода к ведению бизнеса для российских компаний, которая в определенной степени связана с Глобальной инициативой по отчетности.¹² Насколько российские предприниматели поддерживаются принципов, освещённых в данном документе, неизвестно в точности.

Но нельзя не отметить, что ряд крупнейших российских компаний отчитывается о своей социальной деятельности. Среди них такие компании, как «БАТ-Россия», «Лукойл-Пермь», «Норильский никель», «Альфа-банк» и другие. Следует отметить, что это также единичные случаи, отчёт о социальной ответственности бизнеса в России не носит

¹² Шихвердиев А., Сычев А. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективной социальной ответственности//Человек и труд.- №1, 2010. С. 44-48.

системного характера. И опять повторяются те же различия, что и при ранее приведённом сравнении.

Всё больше и больше российские компании сталкиваются с тем фактом, что отчёт о социальной ответственности становится необходим не только как инструмент поддержания собственного бренда, но и для большей привлекательности для иностранных инвесторов, а также при выходе той или иной компании на международный рынок.

Стоит отметить, что роль государства в данном случае должна состоять не только в создании благоприятного климата для организации бизнеса в нашей стране, но и в мотивации компаний на выполнение социальных проектов для увеличения конкурентоспособности на международном уровне.

Причины низкой социальной ответственности российского бизнеса

В России же социальная активность бизнеса крайне мала. Дикий капитализм с его негласным лозунгом – «урвать сегодня для себя и побольше» крепко засел в головах предпринимателей. К тому же социальная ответственность бизнеса в РФ крайне низка. Власть особо не давит на бизнес, дабы тот поддерживал население, во многом это связано с тем, что властные структуры и есть бизнес или же очень к нему близки, так уж сложилось исторически¹³. В России имеется исторически сложившийся феномен сращивания власти и бизнес сообщества, ныне ярко выраженный в таких структурах как государственные корпорации. С одной стороны властьюмущие персоны не хотят развивать социальную ответственность бизнеса, так как это способствует развитию гражданского общества, которое может изменить существующую ситуацию, свергнуть «элиту». «Власть законтрактована с бизнесом и заинтересована в его экономической эффективности постольку поскольку, чем больше возможностей для потребления, тем меньше вероятности перехода от «обывателя» к «гражданину», то есть меньше вероятность возникновения среды протестной политической активности»¹⁴.

С другой стороны власть олицетворяющая бизнес не заинтересована в трате средств на ненужную ей экологизацию, модернизацию производства, социальное обеспечение работников и окрестных жителей – выход на мировые рынки, поскольку осознаёт, что отечественный бизнес проигрывает во всех отношениях мировым компаниям. Не желание бороться за новые рынки выливается в предпочтение старых, изживших себя способов получения прибыли с подвластной отечественному бизнесу территории. В сложившейся

¹³ См.: Богачёв М.И. «Сращивание» как старейший механизм диалога между властью и бизнесом в России//Бизнес. Общество. Власть.-2011.-№6. С.73-82.

¹⁴ Гуваков В. Модернизационный контракт власти и бизнес в пространстве стиля жизни. - [Электронный ресурс].- http://conf.hse.ru/2011/prog_sections Дата обращения: 11.10.11

ситуации бизнес принял решение не баловать народ такими заморскими штучками как социальная ответственность и эксплуатировать его в рамках старой парадигмы. Получается, что власть вдвойне не заинтересована в изменении сложившейся ситуации: как персоны, занимающие хлебное место у руля и ответственные за сложившуюся в стране ситуацию, и как люди кормящиеся старым неконкурентоспособным предпринимательским трудом. Их всё устраивает, отсюда и консервативное мышление, и соответствующий настрой партии...

А относительно независимый бизнес предпочитает идти по накатанной колее и «дружиться» с властью, нежели налаживать контакты с потребителем, конституционным обладателем предмета торговли. Стоит отметить, что российский бизнес не хочет заботиться даже о своих работниках.

В этом аспекте стоит также отметить и роль СМИ в информационном сопровождении социальных проектов в современном российском обществе. Так руководитель отдела социологии Института общественного проектирования Михаил Тарусин, выступивший с докладом «Социальное служение религиозного сообщества: состояние, проблемы и перспективы» в ВШЭ говорит, что СМИ «все подконтрольны так или иначе властным структурам <...> самостоятельной прессы нигде у нас практически нет. Поэтому пресса обслуживает интересы в основном власти. А власть сегодня не проявляет заинтересованности в пропаганде каких-то социальных инициатив»¹⁵.

Как уже было сказано выше, относительно независимый бизнес предпочитает идти по накатанной колее и «дружиться» с властью, нежели налаживать контакты с потребителем, к этому их подталкивают сами властьпридержащие, которые используя своё положение, контролируют островки свободного предпринимательства. Бизнес «просто даже физически не может давать деньги тому, кому хочет, а вынужден согласовывать свои пожертвования с местной властью, чтобы не попасть каким-то образом впросак»¹⁶.

Предприниматели, которые не могут или не хотят входить во властные эшелоны, иметь с ними дел или же просто вылетают с российского рынка или ограничиваются кратковременным заработком, который не предусматривает никаких социальных вложений, и, как правило, носит попустительский, а то и вредоносный характер. Эти люди не отождествляют себя с данной территорией, страной. Их целью является быстрый заработок и последующая иммиграция, если они граждане России, или же откачивание средств в другие государства.

¹⁵ Цитата по: Вуколов Н. Социальные инициативы религиозных сообществ.-[Электронный ресурс].- <http://www.hse.ru/news/recent/27436914.html> Дата обращения: 11.10.11

¹⁶ Там же.

Рватнический интерес и отсутствие социальных программ у бизнеса, действующего в России, также поощряет и отсутствие опыта реализации подобных проектов в рамках коммуникации бизнеса и населения. Важным фактором отсутствия социальных проектов также является нехватка реальных рычагов власти в руках народа и отсутствие стабильности, уверенности в завтрашнем дне у компаний. Действительно, зачем вкладывать средства в социальную сферу, если народ ничего не решает? И какова вероятность того, что человек, замолвивший словечко за твои бизнес, не полетит в тартарары ввиду мимолётной опалы?

В результате того, что бизнес и власть в России представляют единое целое, отечественные законодатели, руководимые корыстными побуждениями, практически не обременяют бизнес-структуры социальной ответственностью, не создают нормативной базы облегчающей положение социально-ориентированного бизнеса, не позволяют качественно функционировать уже имеющимся институтам. Поэтому социальная ответственность бизнеса в российских условиях является непривлекательной и убыточной.

Резюмируя причины низкой социальной ответственности российского бизнеса:

1. Власть и бизнес в России тесно взаимосвязаны, представляют единое целое, преследуют схожие цели. Власть не хочет развивать социальную ответственность бизнеса, так как это может привести к развитию гражданского общества, вызвать протестную активность, свергнуть эту самую власть. Поэтому законодатели не предпринимают попыток социального обременения бизнеса.
2. Бизнес не хочет модернизироваться, идти в ногу со временем, так как существенно проигрывает зарубежным конкурентам, и предпочитает зарабатывать прибыль по старой проверенной системе, за гроши нещадно эксплуатирую население, тем более что власть это ему позволяет от чего получает определённую долю экономической прибыли.
3. Предприниматели даже желающие осуществлять социальную помощь зачастую не могут себе это позволить, так как законодательство в лице власти им не обеспечивает за это льгот и преференций.
4. В результате чего бизнес-структуры попадают в порочный круг отношений власти и бизнеса – эффект колеи.

Ситуацию также ухудшают:

5. отсутствие у отечественного бизнеса опыта реализации социальных программ;
6. отсутствие стабильности и определённости во взаимоотношениях власти и бизнеса;

7. низкий уровень значимости населения в принятии решений.

Свет в конце туннеля

Однако, не смотря на вышеописанные факты, в сфере социальной ответственности бизнеса есть определённые подвижки.

В начале 2000-х годов социальные проекты в экологической, социальной, культурной сферах осуществлялись преимущественно крупными российскими компаниями добывающего сектора. (ЮКОС, «Лукойл», «Славнефть», «Норильский Никель», «Татнефть», «Газпром»). Но в настоящее время тенденция меняется, и теперь компании совершенно разных отраслей придерживаются этики социальной ответственности.

Так, буквально совсем недавно состоялось подписание соглашения о сотрудничестве между Всероссийским обществом инвалидов, авиакомпанией "Трансаэро", московским аэропортом Домодедово и Ассоциацией производителей сервисных услуг для пассажиров на транспорте. Соглашение предусматривает объединение усилий сторон с целью разработки и внедрения стандарта качества обслуживания людей с инвалидностью, создание программы подготовки авиационного персонала по работе с людьми с ограниченными физическими возможностями¹⁷, а также к Дню Космонавтики был осуществлён проект Министерством связи и массовых коммуникаций РФ при поддержке представительства компании Microsoft в России, издательского дома "Святая гора" и др. Компания СИБУР разрабатывает сценарии решения проблемы крупнейшего накопителя отходов "Белое море".

Формирование этики социальной ответственности бизнеса обусловлено и индивидуальной гражданской ответственностью предпринимателей, и осознанием невозможности дальнейшей безвозмездной эксплуатации работников, и желанием выйти на мировые рынки, и попытками собственноручно изменить порочную бюрократическую систему. Необходимо отметить, что не все люди во власти коррумпированы и нацелены лишь на свою индивидуальную выгоду. Вследствие этого некоторые проекты властью всё-таки реализуются, причём не только как повод утихомирить общественность очередной подачкой.

Более того, бизнес структуры стали самостоятельно осознавать свою значимость для страны, населения, социальная ответственность предприятия становится если уж не нормой, то своего рода символом принадлежности к бизнес-элите. Так, «рассказывая о мотивах своего участия в программах развития территорий, бизнесмены чаще всего

¹⁷ Корпоративная ответственность. – [Электронный документ]-
http://www.asi.org.ru/asi3/rws_asi.nsf/va_WebPages/Soc_otvetRus. Дата обращения: 14.04.2011

говорят о том, что это общераспространённая практика, своеобразная «норма жизни» для бизнесменов (42%). 29% полагают, что представители бизнеса должны помогать социально незащищенным слоям, 21% - что бизнес должен брать на себя часть социальных расходов местных и региональных властей»¹⁸. Хотя стоит признать, что «во множестве случаев [социальная ответственность бизнеса - *авторы*] является ответом на запрос властей»¹⁹. Как минимум 30% бизнесменов помогают обществу «опасаясь, что в ином случае их предприятие впадет в немилость у властей»²⁰.

В ряде корпораций были созданы «отделы, занимающиеся социальными программами, планируются специальные бюджеты. Несколько компаний учредили свои собственные корпоративные фонды, начали проводить конкурсы на получение грантов. Это означает переход к прозрачной процедуре оценки значимости акций, проектов для местного сообщества»²¹. Весомым является не сам факт создания подобных институтов, а их реальное действие. Об этом свидетельствуют результаты социологических опросов. Так, если в 2004 г. «примерно 40% опрошенных полагало, что российская экономическая элита работает и на себя, и на повышение жизненного уровня населения»²², то в 2007 г. уже около 60% считает, что бизнес «оказывает положительное влияние на жизнь страны»²³. При этом всё в том же 2004 г. «40,7% населения считало, что крупный российский бизнес стал более цивилизованным и ответственным»²⁴ чем раньше. Тенденция к улучшению заметна.

По результатам социологического опроса 1200 владельцев и топ-менеджеров крупнейших частных компаний России 64% бизнесменов вложились в различные виды помощи региону присутствия своего бизнеса - «наиболее популярна уборка, озеленение муниципальной территории, прилегающей к предприятию, ремонт, реконструкция объектов на этой территории (30%). В числе самых распространенных видов помощи также реализация социальных программ для работников предприятия (27%), помощь школам, больницам, детским домам, не находящимся на балансе предприятия (25%),

¹⁸ Неэквивалентный обмен: социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом. - [Электронный ресурс].- <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13587> Дата обращения: 15.04.11

¹⁹ Зубаревич Н.В. Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. Аналитический доклад/Независимый институт социальной политики. – М.: Поматур, 2005. С.73.

²⁰ Неэквивалентный обмен: социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом. - [Электронный ресурс].- <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13587> Дата обращения: 15.04.11

²¹ Козина И.И. Особенности «социально-ответственного бизнеса» российских предприятий. - [Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/23458876/> Дата обращения: 15.04.11

²² Здравомыслов А. Представления россиян об ответственности экономической элиты перед обществом. - [Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/18959363/> Дата обращения: 15.04.11

²³ Рейтинг социально-ответственных компаний. - [Электронный ресурс].- <http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=8167> Дата обращения: 15.04.11

²⁴ Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов). - [Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/16198877/> Дата обращения: 15.04.11

помощь ветеранам, инвалидам, другим категориям социально незащищенных граждан, связанных с предприятием (23%)»²⁵.

Немаловажно отметить и различия в понимании термина «социальная ответственность» среди россиян. Так большинство наших соотечественников приписывает социальной ответственности бизнеса, прежде всего (термины расположены по убыванию значимости для россиян) – своевременную выплату зарплаты и налогов; производство качественной продукции; заботу о сотрудниках, предоставление им льгот и гарантий; благотворительность; участие в решении социальных проблем города; ведение бизнеса с учётом интересов местного населения, что несколько несостыковывается с западной трактовкой этого термина как «добровольный вклад компании в борьбу с бедностью и болезнями»²⁶.

Ситуация, безусловно, улучшается, не смотря на многие институциональные преграды, однако для общественности бизнес, и уж тем более крупный, до сих пор «воспринимается как реализация личных интересов разного плана, очень мало связанных с общественными интересами, с осознанием долга перед обществом, страной, государством»²⁷. Это обусловлено и феноменами исторического развития нового российского государства, и ранними стадиями развития института социальной ответственности бизнеса (главным приоритетом в социальном инвестировании у предпринимателей является внутренняя социальная политика – «на развитие персонала российские компании расходуют до 60 % социального бюджета»²⁸), и наличием коммуникационных проблем во взаимоотношениях бизнеса и общества, так зачастую «эксперты, представляющие бизнес-сообщество, не вполне верно представляют себе приоритетные потребности и пожелания населения»²⁹.

Вместо послесловия

Подводя итоги, необходимо сказать, что российские бизнес-структуры ещё находятся в процессе ознакомления с западными стандартами феномена социальной ответственности, многое ещё предстоит сделать для их укоренения, однако первые шаги к преобразованию России в государство всеобщего благоденствия уже сделаны. Да, ещё

²⁵ Неэквивалентный обмен: социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом. - [Электронный ресурс].- <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13587> Дата обращения: 15.04.11

²⁶ Самоторова А. Социальная безответственность. - [Электронный ресурс].- <http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=8521> Дата обращения: 15.04.11

²⁷ Здравомыслов А. Представления россиян об ответственности экономической элиты перед обществом. - [Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/18959363/> Дата обращения: 15.04.11

²⁸ Сидорина С.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия. - [Электронный ресурс].- http://www.ecsocman.edu.ru/data/924/627/1219/sidorina_socialnyj_kapital.PDF

²⁹ Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов). - [Электронный ресурс].- <http://www.ecsocman.edu.ru/text/16198877/> Дата обращения: 15.04.11

необходимо налаживать механизмы обратной связи и устанавливать партнёрские отношения между составляющими пирамиды «власть \Leftrightarrow социально-ответственный бизнес \Leftrightarrow общество», но главное, что психологический барьер – пройден: бизнес начал осознавать свою значимость для населения. И пусть социальная ответственность бизнеса в данный момент распространена только в среде крупных ресурсодобывающих бизнес-структур, зато у малого и среднего бизнеса есть ориентир, к которому он осознанно стремиться. Немаловажно и то, что во власти появились люди готовые положить конец коррупциогенным структурам, обязать предпринимателей социальной ответственностью, модернизировать Россию, хоть число их и не столь велико. Всё это - непосредственное продвижение к государству всеобщего благоденствия, для создания которого необходим не только социально-ответственный бизнес и желающие изменяться властные структуры, но и общественность, активно выражающая свою гражданскую позицию. Основа welfare state это установление открытых партнёрских отношений на всех уровнях коммуникации в вышеописанной пирамиде. Открытость, честность, непредвзятость – вот лозунги новой России! Осталось лишь реализовать благие намерения...