

С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университетінің 60 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары– 13: дәстүрлерді сақтай отырып, болашақты құру» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференциясының материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 13: сохраняя традиции, создавая будущее», посвященная 60-летию Казахского агротехнического университета имени С.Сейфуллина. - 2017. - Т.1, Ч.4. – С.111-115

## **ФАКТОРЫ И ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

*Гулямов Р.*

В современных условиях действует ряд факторов и обстоятельств, обуславливающих актуализацию и приоритетность проблем социальной ответственности бизнеса, которые можно свести к следующим:

- повышение значимости нематериальных факторов экономического роста, связанных с развитием человеческого потенциала;
- необходимость расширения круга субъектов в решении социально-экономических проблем;
- повышение роли государственно-частного партнерства;
- глобализация, усиливающая влияние крупных компаний на экономическое развитие.

Повышение значимости нематериальных факторов экономического роста проявляется в следующем. В современных условиях конкурентоспособность фирм, действующих на мировом рынке, национальных экономик в большей мере определяется факторами, связанными с качеством, а не ценой. Это обусловлено господством и действием несовершенной конкуренции. Среди факторов, находящихся на стороне качества, наиболее существенным является способность к инновациям и восприятию новейших технологических достижений, в основе которой лежит человеческий, интеллектуальный, социальный капитал, то есть качество рабочей силы и мотивация работников.

В большинстве развитых стран через государственный бюджет перераспределяется от 1/3 до 1/2 ВВП. Но поддержка сложившегося уровня социальных гарантий требует дальнейшего роста объема инвестиций. В современных условиях действуют такие тенденции демографического и социально-экономического развития, как старение населения, дестабилизация занятости, связанная с ростом ее гибких и нестандартных форм и уменьшением и стабильно занятых в государственном и корпоративном секторах, падение престижности квалифицированного индустриального труда. В настоящее время это усугубляется действием мирового финансового кризиса, приведшего к обострению проблемы занятости, к массовой безработице. Решение этих проблем уже нельзя обеспечивать только за счет средств госбюджета. Необходима разработка новых механизмов развития социальной сферы.

Крупный бизнес должен стать равноправным партнером социального развития. В формировании активной стратегии социального развития он должен объединить усилия с государством и общественными организациями. От успешности этих усилий будет зависеть конкурентоспособность и продуктивность бизнеса. Бизнес должен учитывать интересы участников производственного процесса и нести свою часть ответственности за решение нарастающих проблем в социально-трудовой сфере. В противном случае это отразится на положении фирм. Усилится социальная поляризация и дестабилизация, что потребует больших финансовых средств для своего разрешения. Это приведет к высокому налогообложению в первую очередь коммерческих структур, что снизит конкурентоспособность, ухудшит экономическую конъюнктуру и далее обострит социальные проблемы [1].

Процессы глобализации проявляются в усилении влияния крупных компаний на экономическое развитие. На формирование внутренней социально-экономической политики национальных государств все больше оказывают воздействие транснациональные компании, что приводит к постепенной утрате независимости в определении своей политики. Кроме того социальные и экологические последствия деятельности мощных транснациональных структур могут оказаться пагубными для устойчивого развития территорий. Все это можно будет предотвратить только путем согласования на международном уровне действий, направленных на постепенное формирование социально ориентированных моделей их поведения.

Действие вышеуказанных факторов вызывает необходимость разработки и институционализации концепции социальной ответственности предпринимательства, бизнеса, как на национальном уровне, так и в масштабе глобального сообщества.

Сегодня вопрос концептуализации понятия «социальная ответственность бизнеса» требует своей дальнейшей разработки. Вышеизложенные теоретические положения представителей экономической мысли показывают, что как сам бизнес, так и его социальная составляющая являются продуктом исторического развития, усиления роли человеческого фактора, человеческого капитала в обеспечении экономического развития общества, устойчивого экономического роста и осознания данного явления. Поэтому воспринимать бизнес изначально социально ответственным, безусловно, неправомерно.

Социальная ответственность предпринимательства, бизнеса концептуально связана с выделением экономической науки как позитивной и нормативной.

Позитивная экономическая теория познает и объясняет те или иные экономические явления, их взаимозависимости, причинно-следственные связи. Вместе с тем позитивная экономика, как наука о динамично развивающихся хозяйственных процессах, концентрируется вокруг общественных интересов. Социальная ответственность

предпринимательства, бизнеса завязана на интересах различных участников хозяйственных процессов.

Нормативная экономическая теория включает различные оценки, суждения, требования. Наблюдая практику, видя ее недостатки, исследователи высказывают свои представления по поводу того, как должно быть. С позиции нормативной науки вопросы социальной ответственности предпринимательства, бизнеса играют большую роль, так как они связаны с проблемами, как сделать лучше, что хорошо, что плохо, имеют ценностную ориентацию [2].

Таким образом, в вопросах социальной ответственности бизнеса пересекаются два серьезных фактора: интересы и ценности.

В связи с этим сегодня отдельными экономистами социальная ответственность бизнеса отмечается не столько как экономическое понятие, сколько как этическая норма, относящаяся к сфере социальной или экономической этике.

В действительности, в русле общей тенденции социализации экономического развития, усилилось внимание к этической стороне бизнеса. Трудно не согласиться с тем, что в современной практике рыночного развития, несмотря на ее социализацию, имеет место превалирование рыночного давления и узко понимаемых экономических критериев, навязывание политическими механизмами, стоящими на страже интересов сильнейших и богатейших, соответствующих ценностей. В критике современного капитализма все чаще отмечается безнравственность, охватившая общество и его элиту.

Один из важнейших аспектов духовно-нравственного климата - это уровень общественного доверия к власти, экономическим порядкам, структурам и институтам, людей друг к другу. Доверие партнеров друг другу является одним из моральных устоев рыночной экономики, залогом успешного взаимовыгодного бизнеса. Когда агенты рынка и власть имущие прибегают к обману, преследуют собственную выгоду в ущерб другим субъектам, демонстрируют высокомерие, злоупотребляют своей властью, прибегают к силе и давлению, то это подрывает доверие. В результате атмосфера недоверия и подозрительности искажает рыночные отношения, снижает эффективность всей экономики, приводит к ее нестабильности, повсеместно усиливает коррупционные процессы, возникновение и повышение рисков, вызывающих взвинчивание цен.

Этика в бизнесе тесно связана с проблемой социальной справедливости. Под социальной справедливостью понимается то, как воспринимает массовое сознание распределение доходов и жизненных благ в обществе, а также наличие равных возможностей в самореализации и продвижении личности по социальной лестнице. Перекосы в оплате труда, злоупотребление властью при продвижении работников по карьерной лестнице на уровне бизнес-структур, перекосы в распределении благ в пользу узкого слоя людей и в ущерб интересам основной массы работающего

населения приводит в свою очередь к серьезным экономическим последствиям, отрицательно сказывается на отношении людей к труду.

Но, на наш взгляд, сводить социальную ответственность бизнеса только к этической норме не совсем правомерно. Социально ответственное поведение выходит за рамки просто этической нормы.

Во-первых, социальная ответственность бизнеса завязана на игре экономических интересов групповых и общественных, тогда как этическая сторона бизнеса больше связана с ценностями, на которые не может быть унифицированного взгляда;

Во-вторых, социально ответственное поведение имеет явно выраженную экономическую сторону, сказываясь на экономических результатах и являясь условием экономической результативности.

Обоснуем это на основе раскрытия роли социальной ответственности бизнеса в экономическом развитии, опираясь на различные уровни социально ответственного поведения предпринимательских структур, выведенных исследователями данной проблемы.

Уже первый — базовый уровень социально ответственного поведения предпринимательства является неотъемлемым фактором развития экономики, ее устойчивого роста. К этому уровню относится добросовестное выполнение фирмами своих прямых обязательств перед обществом и государством в соответствии с установленными правилами игры, как то, регулярная выплата заработной платы, обеспечивающей нормальное воспроизводство рабочей силы различной квалификации; соблюдение норм трудового законодательства; своевременное и в полном объеме выплата положенных налогов, обеспечение установленных стандартов качества продукции. Выполнение данных обязательств создает основу нормального хода воспроизводственного процесса, на уровне отдельных предприятий и национального производства в целом, обеспечивая тем самым поступательное движение экономики вперед.

Второй уровень, связанный с развитием партнерских внутрифирменных отношений и предполагающий непосредственный учет интересов работников на основе переговорного процесса, в дополнение к базовым обязательствам гарантирует предоставление работникам некоторого набора льгот и социальных услуг. По сути дела - это социальные инвестиции, инвестиции в человеческий капитал, в том числе в профессиональную подготовку и повышение квалификации персонала, в совершенствование организации и обогащение содержания труда, а также в охрану труда и здоровья работников. Такого рода инвестиции, безусловно, повышают качество рабочей силы и соответственно производительность их труда, усиливают заинтересованность работников в результативности своего труда, мотивацию труда, и тем самым создают основу устойчивого экономического развития и роста [3].

Наряду с указанными обязательствами необходимо отметить и такие социальные инвестиции, которые связаны с улучшением пенсионного и жилищного обеспечения, программы, направленные на членов семьи

работника. Отдача от такого рода инвестиций носит преимущественно косвенный характер и трудно поддается учету, но без их осуществления невозможно нормальное воспроизводство рабочей силы, а, следовательно, обеспечение экономического роста.

Следует отметить, что данный вид инвестиций являлся традиционным для советского периода, когда все крупные предприятия имели развитую социальную инфраструктуру: дома отдыха, санатории, пионерские лагеря, детские сады, клубы, библиотеки, медико-санитарные части и т.п. Они были градообразующими производствами, решали проблемы не только своего коллектива, но и территории в целом.

Третий уровень социально ответственного поведения охватывает программы и направления деятельности, сфера действий которых выходит за рамки предприятия, и объектом социальных инвестиций в этом случае являются население территорий, или отдельные его категории, где разворачивается деятельность корпораций. Исследователями отмечается, что данная форма позволяет проследить за целесообразным использованием средств и получить конкретный конечный результат в виде повышения качества жизни и улучшения среды обитания. В свою очередь такой результат создает дальнейшие условия для экономического прогресса.

В качестве четвертого уровня социальной ответственности предпринимательства, бизнеса нами выделяется добровольная безвозмездная, благотворительная, спонсорская деятельность предпринимательских структур.

Реализация интересов на всех уровнях социально ответственного поведения создает основу нормального хода воспроизводственного процесса на уровне отдельного предприятия и национального производства в целом, повышает качество рабочей силы и соответственно производительность труда, усиливает заинтересованность в результативности труда, повышает качество жизни и улучшает среду обитания, что в свою очередь обуславливает устойчивый экономический рост и социально-экономический прогресс.

Социальная ответственность бизнеса - это добровольная обязанность предпринимателей проводить такую политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества [4].

Наряду с этим следует отметить, что в современных условиях происходит пересмотр традиционных взглядов на концепцию социальной политики с позиций расширения круга его субъектов. Продуктивность, конкурентоспособность бизнеса в нынешних условиях зависит от того, берет ли он на себя определенную ответственность за решение нарастающих проблем в социально-трудовой сфере. В противоположной ситуации социальная поляризация и дестабилизация приведут к снижению конкурентоспособности, ухудшению экономической конъюнктуры и дальнейшему обострению социальных проблем. Поэтому социализация бизнеса - это не перекладывание государством социальных

проблем на плечи предпринимательских структур, суть же в том, что бизнес должен стать равноправным партнером социального развития.

#### **Список литературы**

1. Кибанов А.Я. Прогнозирование и планирование развития предприятия управления. – М.: МИУ, 2009 - 32 с.
2. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология общественной жизни: очерки теории. – Новосибирск.: Наука, 2008.- 35 с.
3. Пласкин В.И. Совершенствование систем управления труда. М.: Высшая школа, 2012. – 139 с.
4. Young, D. Social Enterprise in the United States. Prepared for: The EMES Conference “The Social Enterprise: A Comparative Perspective”. Trento, Italy, Dec. 13-15, 2011.

*Научный руководитель: к.э.н. Койтанова А.Ж.*