

УДК 338.262.8

DOI: 10.22213/2410-9304-2021-1-112-117

О социальной ответственности бизнеса предприятий Удмуртии*

А. Л. Кузнецов, доктор экономических наук, профессор, Удмуртский филиал ИЭ УрО РАН, Ижевск, Россия
Р. В. Чикуров, Удмуртский филиал ИЭ УрО РАН, Ижевск, Россия

Смена экономической формации на рубеже 90-х годов привела к серьезным хозяйственным и социальным изменениям. Трансформация экономической и идеологической составляющих не могла не сказаться на процессе жизнедеятельности всех элементов экономической систем, в том числе на уровне промышленных предприятий. Одна из главных актуальных проблем, выявленных в условиях современной экономической системы, – отсутствие соответствующего отношения к рабочей силе (человеческому капиталу) как основополагающему фактору производства, который в недавнем прошлом играл определяющую роль на предприятиях и жестко контролировался на основании составления социальных паспортов предприятий. В настоящее время все чаще можно услышать мнение, что вопрос социальной ответственности представителей крупного бизнеса отражает негативную картину действительности и с течением времени сводится к крайне низким показателям. Намечается тенденция смещения акцентов с присущей отечественным организациям так называемой социалистической модели в сторону европейской и американской. Предприятия все более охотно освобождаются от объектов социальной инфраструктуры, сворачивают социальные программы для своих работников, в меньшей степени занимаются благотворительностью – обосновывая такую практику тем, что эти функции должно выполнять государство. Такая тенденция не только опасна с точки зрения снижения эффективности самого производственного процесса, но и грозит серьезными социальными последствиями как на уровне самого предприятия, так и на территории, на которой оно расположено. Авторы статьи поставили цель определить, а каковы тенденции социальной ответственности бизнеса на крупных предприятиях Удмуртии во временном промежутке от социалистического уклада до современного этапа.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальная дифференциация, японская модель, скандинавская модель, технологическое развитие производства, социальная политика

Введение

Проблема социальной ответственности представителей сферы предпринимательства, реализующих деятельность в рамках современной сложившейся и продолжающей формирование российской капиталистической действительности, бесспорно, является актуальной и острой. Недавние системные изменения, связанные с отказом от социализма и от административно-командного типа управления экономикой в пользу рыночного, серьезно изменили подход к процессу распределения экономических благ, отношению к такому фактору производства, как труд, и вопросам учета материальной и нематериальной заинтересованности рабочего населения.

Социальная ответственность крупного предпринимательства для отечественных предприятий – явление далеко не новое и уходит своими историческими корнями в XVII–XVIII века. Но именно сегодня этот вопрос имеет очень важное значение для изучения, так как перестройка системы социально-экономических отношений

привела к крайней социальной дифференциации работающих (в особенности по уровню дохода), а также к снижению финансовых средств для решения социальных проблем производственных коллективов. Такое явление в некоторой степени объяснимо для капиталистического общества, выстраиваемого по методу жесткой конкуренции и экономии. Однако в нашей стране попустительством по отношению к вопросам обеспечения социальной защищенности и уверенности народных масс в благоприятной перспективе их жизнедеятельности негативным образом сказывается не только на социально-экономических показателях самого предприятия, но и способно привести к отрицательным факторам: увеличению динамики криминогенной обстановки, общественным волнениям и, как результат, к социальному коллапсу. С целью изучения этих проблем авторами поставлена задача проанализировать динамику показателей, характеризующих масштабы социальной ответственности представителей сферы предпринимательства; определить мнение представителей

© Кузнецов А. Л., Чикуров Р. В., 2021

* Статья подготовлена в соответствии с программой фундаментальных научных исследований государственных академий наук и планом НИР Института экономики УрО РАН на 2021–2023 гг. «Методология инновационного развития РОПС в условиях нестабильной экономической конъюнктуры».

экономической науки относительно данного вопроса, определить проблемы и перспективы развития социальной ответственности крупного предпринимательства на примере промышленных организаций Удмуртской Республики.

Модели социальной ответственности бизнеса

Для развитых стран, реализующих хозяйственную деятельность в условиях капитализма в течение более длительного срока, типична система социальной поддержки со стороны бизнес-структур, направлениями которой являются:

- здравоохранение, образование, обеспечение безопасности и приемлемых условий труда;
- обеспечение жилой площадью либо льготами на ее приобретение;
- дополнительные пособия и льготы незащищенным группам населения (инвалиды, неполноценные, многодетные семьи);
- ряд иных направлений.

Мнения о том, что в рамках российской действительности стоит острая необходимость в организации стабильно функционирующей системы социальной ответственности со стороны представителей предпринимательских структур, придерживаются многие авторы [1, 2]. В частности, д.ф.н. Г. К. Овчинников: «Социальная ответственность бизнеса – добровольная помощь компаний как своим работникам (сверх заработной платы), так и различным внешним субъектам (сообществам и пр.), не принимающим участия в делах этих компаний. Бизнес-предприятия, чтобы считаться добропорядочным корпоративным членом общества, должны направлять часть своих доходов (ресурсов и пр.) на социальное развитие этого общества (на защиту и благоустройство среды обитания, на здравоохранение, образование и т. д.) [3, с. 199].

Существует множество определений и подходов к социальной ответственности бизнеса [4–7]. Мы будем понимать под *социальной ответственностью бизнеса* концепцию, направленную на удовлетворение общественных потребностей за счет аккумулирования и перераспределения на эти цели части прибыли компании.

При этом деятельность предприятий направлена не только на внешнюю среду (решение экологических проблем, вопросов повышения уровня социальных услуг (здравоохранение и профилактика, образование, спорт) в масштабах общества в целом), но и вовнутрь организации, то есть обеспечивая в первую

очередь социальную защищенность собственного коллектива.

Доктор исторических наук, профессор Е. Я. Виттенберг пишет: «Основой социальной ответственности бизнеса является, прежде всего, его ответственность перед внутренними “стейкхолдерами” и своими служащими, непосредственно работающими на бизнес. И рационально мыслящие российские предприниматели осознают первостепенный характер этой ответственности» [8, с. 134].

В современном мире, вопрос социальной защищенности рабочего населения разрешается различными способами в зависимости от типа экономической системы, ментальных особенностей народонаселения той или иной страны и ряда иных факторов.

Наиболее благоприятным примером грамотно выстроенной системы социального обеспечения рабочих является японская модель. Предприятие и коллектив для каждого индивида предстают аналогом «второй семьи», способствующим выстраиванию системы обоюдной ответственности по типу «предприятие – коллектив – коллектив – предприятие». Организация несет ответственность за благополучие внерабочей жизнедеятельности персонала (обеспечение льготами на приобретение жилой площади, обеспечение нематериальными благами (образование, здравоохранение)). Применяет передовые методы мотивации для создания комфортной трудовой обстановки. Рабочий состав, в свою очередь, несет ответственность за благоприятную «жизнедеятельность» предприятия, осознавая, что стабильность и развитие последнего обеспечивают стабильность его жизни. В зависимости от предприятий существуют различные формы материальной и нематериальной мотивации.

Несколько иной способ выстраивания системы обеспечения социальной защищенности существует в рамках скандинавской модели (в литературе также именуемой «Шведская»). Под контролем государства находится всего 4 % основных фондов, однако доля государственных расходов составляет порядка 70 %, подавляющая часть которых направлена на социальные цели. Таким образом, посредством налоговой политики и системы льгот органы государственной власти перераспределяют доходы населения, обеспечивая наиболее высокий уровень социального удовлетворения.

В чем же заключается сложность применения подобной практики в рамках российской действительности?

Первая причина – исторические особенности развития российской государственности. Отсутствие класса собственников на протяжении практически всего исторического периода в дореволюционную эпоху (аграрная аристократия не учитывается), коммунистические принципы распределения капитала и иных факторов производства в советский период привели к тому, что фактически этот класс выступает новым явлением для нашего государства. На данный момент институт предпринимательства, культура и этика поведения между его элементами находятся пусть не в зачаточном, но все еще в раннем, неокрепшем состоянии, так как для формирования новой общественной идеи необходим достаточно продолжительный промежуток времени. Пример японской, американской или европейской модели основывается на деятельности крупных корпораций, существование которых насчитывает не одно десятилетие. Подобные компании обладают высоким уровнем деловой активности в мировом масштабе, высоким уровнем капитализации, передовыми технологиями, а также масштабным научным и человеческим потенциалом. Отмеченная ранее стабильность создает возможности для мотивации рабочего состава финансовыми и нефинансовыми инструментами, с одной стороны, и вынуждает предпринимателя развивать и стимулировать персонал, для обеспечения стабильности и дальнейшего экономического роста предприятия – с другой. Примерами таких компаний могут послужить производители высокоточного промышленного оборудования, представители сфер энергетики, IT и т. п.

Вторая причина – технологическое отставание производств, вынужденно низкий уровень заинтересованности большинства компаний в высококвалифицированном кадровом составе. Пример американской и японской модели относительно высокого уровня социальной защищенности кадрового состава распространяется в первую очередь на те компании, которые реализуют свою деятельность в высокотехнологичных отраслях экономики (электроника, высокотехнологичное машиностроение, маркетинг). Распад Советского Союза, последующая волна приватизации, затяжные экономические кризисы и продолжительный период экономической, финансовой и социальной напряженности привели к потере производственного и интеллектуального потенциала, играющих первостепенную роль в развитии любой отрасли экономики. На данный момент большинство

производственных компаний испытывают технологический «голод», проявляющийся устареванием предметов труда (станочное оборудование, продукты отрасли машиностроения и т. п.), способа обработки сырья, негативно сказывающийся на эффективности производства. Явным показателем ситуации является тот факт, что из 500 крупнейших транснациональных компаний менее 10 являются российскими, а сфера их деятельности – реализация сырьевых ресурсов и полуфабрикатов [9].

Третья причина – отсутствие стабильности функционирования большинства отечественных компаний. Главным образом это относится к представителям сферы малого предпринимательства, однако ввиду последних событий, связанных с кризисными явлениями в мировой экономике и сложной эпидемиологической ситуацией, проблема относится и к представителям среднего и крупного бизнеса, для которых вопрос стабильности ранее возникал менее остро. Для обеспечения социальной защищенности кадрового состава и включения дополнительных статей расходов на содержание, стимулирование и развитие трудовых ресурсов предпринимателю необходимо быть уверенным в возможности реальной перспективы развития предприятия и обоснованности этих расходов. Иными словами, необходима уверенность, что вышеуказанные расходы приведут к мультипликативному положительному эффекту для организации и положительно скажутся на прибыли.

Четвертая причина – несовершенство государственной политики по отношению к рассматриваемому вопросу. Без соответствующего участия государственных органов власти, ориентированного на выработку методов и механизмов стимулирования социальной ответственности предпринимателей, невозможно развитие данного направления. Осуществляется подобное стимулирование различными способами: от методов законодательного принуждения до предоставления различных льгот, налоговых послаблений и подобных мероприятий. Редкий предприниматель способен увеличивать размеры расходных обязательств по собственной инициативе. Тем более если перспектива положительного эффекта от подобных действий долгосрочна и не имеет гарантий. В период существования СССР политика государства по отношению к обеспечению социальной ответственности была несколько иная. Причина заключалась в монополистической власти на капитал и ресурсную базу со стороны

государства и особом способе распределения материальных благ, максимально исключая дифференциацию социальных групп в плане дохода. Сложно сказать о финансовом благополучии народонаселения того периода и удовлетворении широкого многообразия его потребностей. Однако вопросы обеспечения граждан социальными благами (бесплатное жилье, образование, здравоохранение, профилактика здоровья, досуг) государство как работодатель возлагало на себя в более широком масштабе. Стоит также отметить значительную роль профсоюзов, обеспечивающих защиту прав и интересов рабочего персонала.

В целом, советская и японская модели являются наиболее масштабными в плане обеспечения социальной защищенности рабочего населения. Абсолютно различные по уровню жизни и уровню обеспеченности граждан две эти модели роднит низкий уровень социальной дифференциации по доходу. Этот фактор, на наш взгляд, является одним из основополагающих для формирования системы социальных гарантий. Причем как с точки зрения экономической науки, так и с точки зрения социальной психологии. Именно низкий уровень социальной дифференциации в плане финансов стимулирует более справедливое отношение к интересам иных представителей социума, основанное в данном случае на подсознательной идее равенства и, соответственно, более справедливом распределении благ. Однако японская модель более привлекательна, так как уровень доходов населения выше, а его возможности шире.

В российской действительности, современные концепции социальной ответственности требуют, чтобы бизнес взял на себя ответственность за социально приоритетные цели и нужды, став эффективным инструментом нейтрализации части социальных проблем и исполнителем ряда задач социальной политики в целом [10, с. 103].

Таким образом, основными факторами, способствующими обеспечению реализации политики социальной ответственности со стороны представителей сферы предпринимательской деятельности, являются:

- относительная стабильность национальной экономики, обеспечивающая уверенность предпринимателей в среднесрочной и долгосрочной перспективе функционирования и развития деятельности;

- наличие методов стимулирования со стороны государственных органов власти полити-

ки социальной ответственности предпринимательства «позитивными» мероприятиями (субсидии, налоговые послабления, льготное кредитование и т. п.);

- низкий уровень социальной дифференциации населения по уровню доходов;

- стимулирование технологического развития производства, требующего наличия высококвалифицированных кадров, являющееся мотивом увеличения спроса на последних и повышения конкурентоспособности предприятий на внешних рынках.

Следовательно, политика расширения сферы социального обеспечения работающего населения должна реализовываться от уровня крупномасштабных предприятий по направлению к уровню мелких. Во-первых, крупные компании обладают наибольшим ресурсным и финансовым потенциалами, а во-вторых, исполняют роль образца для выстраивания системы социальных ценностей в сфере предпринимательской деятельности и прививания традиций и, в перспективе, «естественной» формы поведения, в плане обеспечения социальных гарантий трудящихся. Тем не менее остается достаточно широко распространенной точка зрения, что среди топ-менеджмента крупных компаний России пока еще не в полной мере сформировано понимание о влиянии деятельности их предприятий на социальное и экономическое развитие регионов присутствия.

Рассмотрим на конкретных примерах, как эти меры действовали и действуют на промышленных предприятиях в Удмуртской Республике: «...по имеющимся расчетам по промышленным предприятиям Удмуртской Республики доля прибыли, остающаяся в распоряжении предприятия, составляла в 1965 г. 30 %, в 1985 г. – 45 %, а в 1990 г. – 52,5 %. При этом удельный вес ФСКМиЖС (фонд социально-культурных мероприятий и жилищного строительства – прим. автора) в этой прибыли возрос с 6 % в 1965 г. до 20 % в 1990 г. Более того, в 90-е годы возможности предприятий в области развития объектов социальной инфраструктуры и жилищного строительства расширились за счет того, что при недостатке средств фонда социального развития (основного источника реализации социальной ответственности бизнеса) Стройбанк СССР и Госбанк предоставляли предприятиям долгосрочный (более 5 лет) кредит в пределах 50 % сметной стоимости строительства жилых домов и объектов соцкультбыта. Это позволило направлять из средств фондов социального развития пред-

приятый на капитальное строительство до 40 % всех капитальных вложений...» [11, с. 84].

В качестве примера приведем расчеты объема средств на социальное развитие (социальную ответственность бизнеса) флагмана индустрии Удмуртии того времени ПО «Ижмаш». В 1989 году из общего объема прибыли в размере 185,4 млн руб. на содержание объектов социальной инфраструктуры было направлено 50,5 млн руб., на проведение оздоровительных мероприятий – 10,5 млн руб. и на проведение культурно-просветительских мероприятий – 3,3 млн руб. Таким образом, на социальные цели было израсходовано более 63,4 млн руб., что составляет почти 30 % всей прибыли [12, с. 85].

В настоящее время крупные промышленные предприятия, основанные в социалистическое время, продолжают традиции социального отношения к своим работникам и жителям республики. Приведем данные о работе организаций, входящих в региональное отделение работодателей Удмуртии «Развитие» за 2019 год, озвученных в докладе исполнительным директором РОП Удмуртии «Развитие» А. А. Федюкиным.

В ассоциацию развитие входят 25 крупнейших товаропроизводителей Удмуртии, выполняющих работы и услуги в сфере обрабатывающей промышленности на более чем 161,75 млрд руб., обеспечивающих 14 % доходной части бюджета Удмуртии или более 8,5 млрд руб. и занятость для почти 55 тыс. человек, что составляет 11 % работающих в республике. В общей сложности на социально-ответственный бизнес в Удмуртии эти предприятия потратили 1 млрд 453 млн руб. В том числе на содержание объектов социальной сферы 427,4 млн руб., на меры социальной поддержки и благотворительность 1 млрд 026,5 млн руб. Среди затрат на социально-ответственный бизнес можно выделить такие, как помощь школам и детским садам – 27, 962 млн руб., развитие физкультуры и спорта – 40,7 млн. руб., культурно-массовые мероприятия – более 100 млн руб., поддержка семьи и оздоровительные мероприятия – более 74 млн руб., благотворительность – более 61 млн руб.

Заключение

Понятно, что сопоставлять объемы средств, направляемые в 90-е годы и в настоящее время на социально ориентированный бизнес, было бы не корректно, так как разные экономические условия и системы распределения средств на социальное развитие не позволяют их сопоставлять, но главный вывод из всего выше-

сказанного следующий. Крупные предприятия и организации Удмуртии продолжают и укрепляют социально ориентированный бизнес в отношении своих работников и жителей республики. Во многом этому способствуют реализация удмуртского республиканского трехстороннего соглашения и коллективные договоры самих предприятий. Есть уверенность, что влияние этих документов будет увеличиваться и укреплять социально-ответственный бизнес организаций Удмуртии. Об этом говорит и тот факт, что по предварительным данным предприятия в 2020 году направили на социальные нужды своих коллективов и граждан республики средств больше, чем в 2019 году.

Библиографические ссылки

1. *Егорова Е. А.* Оценка социальной ответственности бизнеса современных предприятий // Вестник научных конференций. 2016. № 10-2. С. 40–41.
2. *Михайловская Е. О.* Адаптация сотрудников российских предприятий к мировым стандартам социальной ответственности бизнеса // Вестник СММУ. 2017. № 1. С. 116–123.
3. *Артеменко А. П., Сабурова Л. В.* Социальная ответственность бизнеса на предприятии // NOVAINFO.RU. 2017. Т. 1, № 63. С. 246–251.
4. *Овчинников Г. К., Овчинникова М. В.* О развитии социальной ответственности бизнеса // Человеческий капитал. 2013. № 1 (49). С. 216.
5. *Защук М. С.* Социальная ответственность бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2016. № 5-1. С. 171–174.
6. *Нерушева Т. В., Зайцева Н. Н.* Социальная ответственность бизнеса как неотъемлемый компонент развития предприятия // Вестник ОрелГИЭТ. 2018. № 1. С. 68–72.
7. *Лазаренко В. А.* Корпоративная социальная ответственность крупного бизнеса в России // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. 2018. № 1. С. 66–72.
8. *Виттенберг Е. Я.* Российский бизнес: социальная ответственность перед работниками // Россия и современный мир. 2012. № 2. С. 256.
9. Рейтинг крупнейших ТНК мира за 2018 год. FortuneGlobal 500. URL: <http://fortune.com/global500>.
10. *Пивоваров Д. И.* Развитие социальной политики РФ: усиление роли социальной ответственности бизнеса // Социально-экономические явления и процессы. 2007. № 1(5). С. 123.
11. *Захаров Н. Л., Кузнецов А. Л.* Управление социальным развитием организации. М. : ИНФРА-М, 2019. 262. С. 84.
12. Там же. С. 85.

References

1. Egorova E.A. [Assessment of social responsibility of business of modern enterprises]. *Vestnik nauchnykh konferentsii*. 2016. No. 10-2. Pp. 40-41 (in Russ.).
2. Mikhaylovskaya E.O. [Adaptation of the Russian businesses to international standards of social responsibility of business]. *Vestnik SMIU* 2017. No. 1. Pp. 116-123 (in Russ.).
3. Artemenko, A.P., Saburova L.V. [Social responsibility of business enterprise]. *NOVAINFO.RU*. 2017. Vol. 1, no. 63. Pp. 246-251 (in Russ.).
4. Ovchinnikov G.K., Ovchinnikova M.V. [On the development of social responsibility of business]. *Chelovecheskii kapital*. 2013. No. 1(49). P. 216 (in Russ.).
5. Zashchuk M.S. [Social responsibility of business as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti*. 2016. No. 5-1. Pp. 171-174 (in Russ.).
6. Nerusheva T.V., Zaitseva N.N. [Social responsibility of business as an integral component of enterprise development]. *Vestnik OrelGIET*. 2018. No. 1. Pp. 68-72 (in Russ.).
7. Lazarenko V.A. [Corporate social responsibility of large business in Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 5. Geografiya*. 2018. No. 1. Pp. 66-72 (in Russ.).
8. Wittenberg E.Ya. [Russian business: social responsibility before employees]. *Rossiya i sovremenniy mir*. 2012. No. 2. P. 256 (in Russ.).
9. Rating of the largest TNCs in the world for 2018. *FortuneGlobal 500*. Available at: <http://fortune.com/global500>.
10. Pivovarov D.I. [Development of social policy of the Russian Federation: strengthening the role of social responsibility of business]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy*. 2007. No. 1 (5). P. 123 (in Russ.).
11. Zakharov N.L., Kuznetsov A.L. *Upravlenie sotsial'nym razvitiem organizatsii* [Management of social development of the organization]. Moscow: INFRA-M publ., 2019. P. 262 (in Russ.).
12. Ibid. P. 85.

* * *

About Social Responsibility of Business of the Enterprises of Udmurtia

A. L. Kuznetsov, DSc in Economics, Professor, Udmurt Branch of IE UB RAS, Izhevsk, Russia
 R. V. Chikurov, Udmurt Branch of IE UB RAS, Izhevsk, Russia

The change in the economic formation at the turn of the 1990s led to serious economic and social changes. The transformation of the economic and ideological components could not but affect the process of vital activity of all elements of economic systems, including the level of industrial enterprises. One of the main urgent problems identified in the conditions of the modern economic system is the lack of an appropriate attitude to the labor force (human capital) as a fundamental factor of production, which in the recent past played a decisive role in enterprises and was strictly controlled on the basis of drawing up social passports of enterprises. Currently, it is increasingly possible to hear the opinion that the issue of social responsibility of representatives of large businesses reflects a negative picture of reality, and it is reduced to extremely low indicators over time. There is a tendency to shift the emphasis from the so-called "socialist" model inherent in domestic organizations to the "European and American" model. Enterprises are increasingly willing to get rid of social infrastructure facilities, curtail social programs for their employees, and are less engaged in charity work – justifying this practice by saying that these functions should be performed by the state. This trend is not only dangerous from the point of view of reducing the efficiency of the production process itself, but also threatens with serious social consequences both at the level of the enterprise itself and in the territory on which it is located. The authors of the paper set out to determine the trends of social responsibility of business in large enterprises of Udmurtia in the time period from the socialist way of life to the modern stage.

Keywords: social responsibility of business, social differentiation, Japanese model, Scandinavian model, technological development of production, social policy

Получено: 27.01.2021