Список литературы

Глотов, С.А. Россия и Совет Европы: политико-правовые проблемы взаимодействия. – Краснодар: Советская Кубань, 1998.

Бенуа-Ромер, Ф. Право Совета Европы. На пути к общеевропейскому правовому пространству / перев. с англ. – М.: Издательство «Весь мир», 2007.

Манукян, В.И. Европейский суд по правам человека: право, прецеденты, комментарии. – М.: 100 книг, 2006.

© Калыкулова Г.М., 2010

С.Н. Сидоров

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПАРТНЕРСТВО КАК ОСНОВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

СИДОРОВ Сергей Николаевич − исполнительный директор Некоммерческого партнерства содействия в предупреждении вреда и повышения качества работ в области строительства «АЛЬЯНС СТРОИТЕЛЕЙ» (e-mail: a-netta@inbox.ru)

Аннотация. *Рассматриваются теоретические аспекты становления института социальной ответственности бизнеса в России, а также практические моменты и преграды на пути его развития. Отдельно внимание уделено феномену социального партнерства как новому виду социально-экономических отношений, основным признакам и факторам его функционирования в России.*

Ключевые слова: *бизнес, государство, социальная ответственность, партнерство, политика, общество, социальные интересы.*

Социальная ответственность бизнеса: осознанная необходимость

Социальная сфера – главное поле взаимодействия социального государства и бизнес-сообщества, а сутью их отношений выступает социальное партнерство, основанное на социальной ответственности и предполагающее различные его формы.

Сегодня во всем мире социальная ответственность бизнеса реализуется прежде всего через развитие концепции социально ответственного биз-

неса. Организации решают социальные проблемы посредством инвестиций в развитие образования, медицины, науки, производства, поддержки социально незащищенных слоев и заботы об окружающей среде. Таким образом они получают выгоды от этой деятельности, выраженные в нематериальных активах, главный из которых – положительная репутация. За рубежом социальная ответственность бизнеса существует как устойчивый социальный институт. От традиционной благотворительности социальную ответственность бизнеса отличает рациональность. В России ее можно рассматривать как антикризисную реакцию на необходимость решения острых социальных проблем. За последнее десятилетие разрыв между богатыми и бедными слоями населения не только не ликвидирован, но возрос еще больше, несмотря на рост численности среднего класса. Гражданское общество развито слабо, государство не воспринимается как управленческая структура, способная выполнять свои функции социальной защиты в полной мере. Как результат – сокращение продолжительности жизни россиян, негативные изменения в состоянии их здоровья, развитие социальной апатии.

Российский бизнес хотя и не остается в стороне от социальных проблем, но в то же время отдельные прецеденты благотворительности не разрешают сложившуюся ситуацию в целом. Назревшая необходимость создания системы социальной ответственности заставила исследователей, аналитиков, государственных и общественных деятелей и в первую очередь представителей бизнеса обратиться к западному опыту.

С конца 90-х гг. прошлого столетия социальная ответственность бизнеса постепенно перестала быть абстрактной моделью взаимоотношений, переместившись сегодня в плоскость системных управленческих стратегий и решений, прежде всего, таких крупнейших национальных компаний, как Газпром, РУСАЛ и другие.

Успешно реализуют масштабные и долгосрочные социальные проекты многие другие игроки рынка, развивая не только программы для персонала, традиционно носящие «адресный» характер, но и поддерживая общественно значимые, инновационные формы помощи. Подтверждением этого служат многочисленные конференции, «круглые столы», и семинары, проводимые в России. Стали привычными ярмарки социальных проектов, «благотворительные балы», «сезоны» и другие формы конкурсов с присуждением грантов, которые проводятся в регионах. Активно используются социальные отчеты, декларируются миссии и корпоративные ценности предприятия посредством PR-кампаний и других способов информирования общества.

Тем самым бизнес-сообщество демонстрирует приверженность принципам открытости и прозрачности. Ведущие школы бизнеса начинают включать в свои программы курсы этики ответственного бизнеса. Ассоциа-

ции бизнесменов разрабатывают собственные этические кодексы. Широкий общественный резонанс имеют выступления Президента РФ на заседаниях Торгово-промышленной палаты РФ, Российского союза промышленников и предпринимателей, на бизнес-форумах, посвященных ответственности бизнеса перед обществом.

Все это свидетельствует о неуклонном стремлении бизнеса и российского общества в целом к цивилизованному рынку и к гражданскому согласию. Поэтому нельзя не согласиться с точкой зрения многих российских ученых, согласно которой бизнес является неотъемлемой частью общества. Действительно, общество влияет на эффективность функционирования бизнеса качеством рабочей силы, уровнем покупательской способности, стабильными условиями работы. Благополучное социальное окружение способствует развитию бизнеса и стимулирует его социальную ответственность. Успешный бизнес обеспечивает рабочие места, инвестирует производство товаров и услуг, выплачивает налоги и в конечном итоге приводит к подъему экономики. Взаимообусловленность общества и бизнеса предполагает объективный выбор бизнеса в пользу социально ориентированной и нравственной экономической стратегии[1].

В России социально ответственный бизнес находится в начале своего развития, поэтому для общества очень важно, чтобы он выполнял функции, направленные на снижение социальной напряженности, улучшение качества жизни индивидов и социальных общностей, оздоровление природной среды, достижение личностной включенности представителей бизнеса в преодоление социальных проблем и самоуправление общественной жизнью[2].

Введение этих функций в действие свидетельствует о возрастании значимости социальной ответственности бизнеса в формировании стратегических интересов и бизнеса, и общества в целом.

Научное осмысление ответственности как основополагающего принципа деятельности человека приводит к пониманию того, что «быть ответ-

---

[1] См., например: Социальная ответственность как императив институционального механизма адаптации предприятия к рыночным условиям хозяйствования / О.В.Иншаков, Н.Н.Лебедева, Г.Г.Набиев / Волгоградский государственный университет. − Волгоград, 2003; *Павлов, Р.Н.* Институты социальной ответственности бизнеса и проблемы корпоративного управления в России: научно-методическая разработка / Российская академия государственной службы при Президенте российской Федерации; ИПК государственной службы. − М., 2003; *Стрижов, С.А.* Развитие системы корпоративной социальной ответственности в современной России / Инновационное развитие социально-экономических систем: стратегия и факторы. – М.: Изд-во РАГС, 2007.

[2] См.: *Кабашкин, В.А.*Формирование и развитие партнерских отношений государства и предпринимательских структур Российской Федерации. − Владивосток : Мавр, 2007.

ственным» может не только индивид, но и социальная группа, общность, класс. Так появляется новая категория – «социальная ответственность», реализуемая как через формы социального контроля, так и через понимание своей общественной роли субъектами ответственности. Социальная ответственность приписывается не отдельно взятому индивиду, а индивиду как представителю социальной общности.

Подход, в основе которого лежит приоритет не частных интересов, а целого, отражен в концепции социальной ответственности бизнеса. В ее основу заложена идея о том, что противоречие между частным интересом бизнеса (выгода, прибыль) и интересами общества (стабильность, успешное развитие для большинства) должно разрешаться бизнесом в пользу общества как той системы, частью которой является сам бизнес.

Один из самых уязвимых моментов социальной ответственности бизнеса «по-российски» состоит в неочевидности выгод от этой деятельности для бизнеса. К тому же, несмотря на значительное количество публикаций, единое общепринятое понимание социальной ответственности бизнеса пока не сформировано. Это дает возможность в рамках неоинституционального подхода, основоположниками которых являются Р. Коуз, Д. Норт и О. Уильямсон, анализировать данное понятие как комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, регулирующих различные сферы человеческой деятельности, рассмотреть социальную ответственность бизнеса как главное условие устойчивого взаимодействия бизнеса и власти, сущностью которого выступает социальное партнерство, а формой проявления – государственно-частное партнерство

Теоретические аспекты развития социального партнерства в России

Смена типа социально-политических отношений в России, социальные издержки коренных преобразований со всей остротой потребовали от социологии, политологии, философии, экономической и юридической наук дать научное обоснование этому процессу, объяснить его плюсы и минусы, указать перспективы развития в условиях рыночной экономики. Тогда и возникло принципиально новое направление в российских социальных науках – социальное партнерство.

Понятие «социальное партнерство» утвердилось прежде всего именно в российской научной литературе и официальных документах. Как выглядят основы теории социального партнерства? Предмет исследования рассматривается в отечественной науке по-разному. Это и специфический тип общественных отношений, и цивилизованный метод их регулирования на основе законов, нормативно-правовых актов, коллективных договоров и соглашений. Это идеология цивилизованного общества рыночной эконо-

мики, идеология социального мира и социальный институт: система органов и организаций. Это, наконец, и система теоретических и прикладных знаний.

Социальное партнерство как социальный феномен − относительно молодое явление. Как средство регулирования отношений между крупными социальными группами и слоями населения, в частности, между государством, предпринимателями (работодателями) и персоналом (наемными сотрудниками) оно стало использоваться на Западе в последние десятилетия, а в России – с начала 90-х гг. Очевидно, что это возникло не спонтанно, а благодаря многочисленным научным и общественным дискуссиям, в ходе которых идеи, связанные с социальным согласием, сотрудничеством и гармонией, преобразовались в стройные теоретические положения. Тем не менее на практике их реализация многие годы была не- возможна в силу целого ряда причин: недостаточности ресурсов, незрелости законодательства, неготовности общественности к позитивному восприятию инициатив бизнес-сообщества и т. п.

Термин «социальное партнерство» можно определить как неконфронтационный способ регулирования комплекса общественных, социально-трудовых отношений между крупнейшими социальными структурами, а именно государством, бизнесом, обществом, и в частности, между предпринимателями (работодателями) и наемными работниками[1]. Само понятие «социальное партнерство» появилось в период Первой мировой войны, в противовес теории классовой борьбы, с середины XIX в. претендовавшей на роль главной регулирующей силы исторического процесса.

Любой субъект бизнес-сообщества заинтересован в том, чтобы предприятия функционировали в условиях социального согласия и отсутствия конфликтов, забастовок. Если в прошлом веке работодатель, зачастую не имея возможности удовлетворить требования всех рабочих, создавал среди них сеть «агентов влияния», формируя слой «рабочей аристократии», обладающий рядом привилегий, то в настоящее время цивилизованное достижение успеха в социальной и политической сферах немыслимо без учета потребностей каждого сотрудника, а следовательно, – расширения масштабов партнерства. В узком смысле в его основу закладывается принцип сотрудничества в отдельных сферах деятельности. В широком – идеи партнерства охватывают всю систему общественных отношений.

Однако в последнее десятилетие социальное партнерство нередко приобретает форму именно «конфронтационного партнерства». Свидетельство тому – процессы, вызванные глобализацией экономической жизни, сопровождающиеся кризисами, затрагивающими экономику, финансы и духовную сферу. В этих условиях обостряются социальные противоречия, наблюда-

[1] См.: *Розенков, Д.А*. Власть, бизнес и общество в системе социально-экономического взаимодействия. – М.: Экономика, 2007.

ется усиление политической конфронтации и социальной активности различных социальных слоев общества. Безусловно, концепция социального партнерства должна учитывать эти изменения.

Социальное партнерство обусловлено взаимоотношениями партнеров в процессе преодоления возникающих противоречий и конфликтов в сфере труда и производства, экономических, социальных, политических интересов сторон. Особую значимость и ценность социальное партнерство приобретает как эффективный механизм достижения согласованного взаимодействия между классами, группами, слоями общества и властными структурами. Чаще всего эти взаимоотношения носят политический характер.

Различные модели социального партнерства интересуют научное и бизнес-сообщество России в настоящее время больше, чем когда бы то ни было как в теоретическом, так и в практическом плане. Наше социальное мышление слишком долго было сковано штампами и догмами, не допускавшими других представлений возможного общественного развития с благоприятными условиями для человека, высоким уровнем и качеством жизни, правовой и социальной защищенностью – этими важными слагаемыми социального партнерства.

Социальное партнерство как многоплановый общественный феномен связано не только с многовариантностью форм общественного устройства, но и с определенными этапами развития общества, государства, бизнеса. Мы разделяем точку зрения о том, что «современное социальное партнерство – это:

новый тип мышления, социальной психологии, в центре которых стоит человек, общечеловеческие ценности;

реально складывающаяся и сложившаяся система отношений между классами, социальными группами и слоями, в которой приоритет принадлежит общенациональному согласию, недопущению того, чтобы разные социальные группы общества истощали себя во взаимной борьбе;

способ, форма общежития людей, позволяющие разрешать возникшие между ними противоречия, реализовывать и отстаивать их специфические интересы не на путях разрушающего противостояния, а при помощи созидательного консенсуса, взаимного учета интересов, поиска и нахождения цивилизованных методов их реализации;

важнейшее направление социальной политики государства;

совокупность органов, организаций, создаваемых из представителей работников наемного труда, работодателей и государства для регулирования социально-трудовых отношений.

Социальное партнерство — это взаимообусловленность, взаимоувязка интересов различных групп социально разделенного общества в целях до-

стижения социальной стабильности. Как общественное явление социальное партнерство тесно связано с осуществлением власти[1].

Таким образом, в современных условиях возникла необходимость в корне пересмотреть саму философию власти, перейти от власти как гегемонии к власти как партнерству, т. е. от государства как института управления, к социальному государству. Речь идет о сотрудничестве людей, имеющих разные интересы и строящих свои отношения на принципах взаимности на межличностном, межгрупповом, межгосударственном уровнях. В этом случае для всех партнеров расширяется поле взаимного хозяйствования, усиливается совместная власть над обстоятельствами.

Результаты анализа международного опыта свидетельствует, что состояние социального партнерства, как правило, соответствует уровню развития всех сфер общественной жизни. В сфере экономики это:

многообразие форм собственности при доминирующей роли, незыблемости и неприкосновенности частной собственности;

современное состояние производительных сил, базирующихся на передовой технологии;

насыщение рынка товарами и услугами;

участие наемных работников в делах фирмы, в распределении доходов через акции и другие ценные бумаги.

Партнерские отношения в обществе возможны лишь при условии социальной ориентации рыночной экономики, когда на передний план выдвигается не прибыль, полученная любой ценой, а удовлетворение потребностей общества, обеспечение высокого уровня благосостояния его членов. При этих условиях в обществе достигается такой уровень жизни, при котором большинству людей есть что терять в случае резкого обострения социально-политической ситуации, угрозы социального взрыва.

Россия проходит свой путь к рынку в крайне противоречивых и сложных условиях. В самом начале – груз наследия коммунистического прошлого, масштабность и сложность проводимых реформ, допущенные крупные ошибки и первый структурный кризис, охвативший все сферы российского общества. Позднее – преодоление этого кризиса и формирование национального согласия, установление партнерских отношений между различными общественными силами. Этой тенденции, выступающей как историческая необходимость, предстояло преодолеть социальное и политическое противостояние. Оно носило как объективный, так и субъективный характер. В результате Россия успешно одолела крутой исторический перелом.

---

[1] См. подробнее: *Стрижов, С.А.* Развитие социального партнерства в российских условиях // Социология власти. − 2006. − № 5; *Якимец, В Н.* Межсекторное социальное партнерство: основы, теория, принципы, механизмы. − М.: Едиториал УРСС, 2004.

В условиях глобального кризиса, вновь встают вопросы о путях развития, о власти, о собственности. История учит, что всякий раз, когда эти вопросы вставали перед обществом, оно оказывалось расколотым. Чтобы не допустить этого, государственные и общественные структуры, политики и ученые должны искать пути и способы преодоления кризисных явлений, добиваться присущими им формами и методами интеграции и политической стабилизации российского общества через установление паритетных, партнерских отношений.

В связи с этим важнейшими элементами социально-политической жизни общества становятся формирование субъектов партнерства через легитимно складывающуюся многопартийность, взаимодействие организаций и формирование внутри объединений, ассоциаций, блоков, коалиций различных общественных, предпринимательских структур с их многообразными интересами и взглядами, концепциями и программами, установками и позициями.

Партнерство в России предполагает взаимодействие групп интересов при координирующей роли государства. Наконец, постоянно расширяется система институтов, призванных обеспечить баланс интересов в обществе. Среди них Общественная палата, Конституционное совещание и т. д.

Социальное партнерство в российской действительности: основные преграды на пути его развития

Общая стратегия социального партнерства в России в переходный период состоит в том, чтобы на основе уважения позиций и учета интересов разных сторон, используя преимущества переговорного процесса, выработать единую согласованную политику в сфере социально-трудовых и политических отношений на разных уровнях: федеральном, отраслевом, региональном, а также на уровне предприятий.

За последние годы в России сделано немало для формирования правовой базы развития партнерских отношений. В период 1991−1999 гг. принят ряд законодательных актов и положений, регламентирующих виды, формы организации и порядок регулирования социально-трудовых отношений, в частности, указы президента РФ: «О социальном партнерстве и разрешении трудовых споров» (1991) и «О Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений» (1997). Законы РФ: «О коллективных договорах соглашениях» (1992), «О порядке разрешения коллективных трудовых споров» (1995), «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» (199б), «Об особенностях положения работников акционерных обществ (народных предприятий)» (1998) и т. д.

Эти и некоторые другие документы содействуют плавному переходу от централизованного административного руководства и управления к договорному регулированию социально-трудовых отношений. В этих правовы актах заложены основные принципы партнерских отношений: равноправие, добровольность, приоритетность, социальная справедливость, согласование интересов. Рассмотрение этих принципов в совокупности как целостной системы представляет собой, на наш взгляд, социологический подход к изучению такого явления, как социальное партнерство.

Список литературы

Социальная ответственность как императив институционального механизма адаптации предприятия к рыночным условиям хозяйствования / О.В.Иншаков, Н.Н.Лебедева, Г.Г.Набиев. − Волгоград: ВолГУ, 2003.

Павлов, Р.Н. Институты социальной ответственности бизнеса и проблемы корпоративного управления в России: Научно-методическая разработка / Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации; ИПК Государственной службы. − М., 2003.

Стрижов, С.А. Развитие социального партнерства в российских условиях // Социология власти. − 2006. − № 5.

Стрижов, С.А. Развитие системы корпоративной социальной ответственности в современной России / Инновационное развитие социально-экономических систем: стратегия и факторы». – М.: Изд-во РАГС, 2007.

Кабашкин, В.А. Формирование и развитие партнерских отношений государства и предпринимательских структур в Российской Федерации. − Владивосток: Мавр, 2007.

© Сидоров С.Н., 2010