

Алямкин Сергей Николаевич

ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ В КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В статье обосновывается необходимость оценки экономических отношений с позиции здравого смысла на основе философско-правовой модели социальной ответственности бизнеса. Выделены базовый (всеобщий) уровень социальной ответственности бизнеса, уровень социального партнерства, уровень социальных инвестиций на территориях базирования фирм. В качестве семантических элементов социальной ответственности бизнеса выделяются уровни социальной справедливости и этнокультурной ответственности фирмы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/10-1/2.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 10 (60): в 3-х ч. Ч. I. С. 24-26. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/10-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

26. ГАВО. Ф. Р-1954. Оп. 1.
27. ГАВО. Ф. Р-2393. Оп. 1.
28. ГАВО. Ф. Р-2468. Оп. 1.
29. ГАВО. Ф. Р-2900. Оп. 1.
30. ГАВО. Ф. Р-2969. Оп. 1.
31. Поцелуев В. Россия (конец XIX – начало XXI в.). М.: Человек, 2012. Т. 1. Модернизация (1894-1920). 774 с.

ACTIVITY OF SOVIETS OF VORONEZH PROVINCE FROM THE BEGINNING OF 1920 TILL MARCH, 1921

Aleksanyan Nelli Arushanovna
Voronezh State Pedagogical University
edelweis65@yandex.ru

The article evaluates the level of efficiency and state of the local bodies of power of Voronezh province in the years of the Civil War. The author examines the structure, social characteristics, specifics of the organizational arrangement and conditions of the functioning of the local Soviets. The paper analyzes the intricate combination of political interactions between the local and central authorities, the local bodies of power of different levels, the local bodies of power and the local population.

Key words and phrases: The Civil War; Soviets; executive committees; elections; labour service; cartage service; surplus appropriation system; gangsterism.

УДК 172

Философские науки

В статье обосновывается необходимость оценки экономических отношений с позиции здравого смысла на основе философско-правовой модели социальной ответственности бизнеса. Выделены базовый (всеобщий) уровень социальной ответственности бизнеса, уровень социального партнерства, уровень социальных инвестиций на территориях базирования фирм. В качестве семантических элементов социальной ответственности бизнеса выделяются уровни социальной справедливости и этнокультурной ответственности фирмы.

Ключевые слова и фразы: здравый смысл; социальная ответственность бизнеса; социальная справедливость; социальное воспроизводство; капитал; прибыль.

Алямкин Сергей Николаевич, к. филос. н.
Мордовский гуманитарный институт
sergeyalaymkin@mail.ru

ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ В КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА[©]

В современных условиях частные компании приобретают социальные функции, их роль в системе общественного воспроизводства повышается. При поиске критериев оценки участия капитала в данных процессах актуализируются концепции социальной ответственности бизнеса.

В нашем понимании бизнес-процессы имеют здравый смысл при условии выполнения экономическими агентами определенных функций в системе общественного воспроизводства: не только производства материального продукта, но и производящего человека. Исключение социальной функции частной собственности ведет к нарастающим противоречиям в обществе и, в конечном счете, к социальным катастрофам.

Выработанные многовековым опытом нормы социальной справедливости определяют требования концепции социальной ответственности бизнеса. Кроме того, эффективность социальной ответственности бизнеса основывается на использовании культурных, религиозных традиций народов, проживающих в месте расположения фирмы [1; 2].

Применительно к отечественному опыту социальной ответственности бизнеса актуальной остается практика советских времен, когда предприятие комплексно защищало работника, включая его семью. Сегодня подобные примеры редки. Распространенной является точка зрения, согласно которой единственная цель бизнеса – наращивание прибыли, а производящий человек – такой же ресурс как сырье. Конечно, подобное отношение сложилось во многом благодаря пассивности работника, его нежеланию защищать свое право на достойную жизнь, а также государству, уклоняющемуся от функции социального арбитра.

Современный бизнесмен в представлении А. А. Гагаева исходит из предпосылки – не считаться ни с кем и ни с чем, кроме своего частного интереса, и идти к нему любыми средствами и путями, ему присуще «оппортунистическое поведение». Это современный экономический человек – он вымогатель, лжец, скрывает информацию, обманщик, нарушает договоры [3, с. 114-117]. Отсюда вытекает необходимость контроля за деятельностью бизнеса, в т.ч. за выполнением им требований концепции социальной ответственности.

Разработанная нами философско-правовая модель социальной ответственности бизнеса имеет пять уровней.

1. *Базовый (всеобщий) уровень социально ответственного поведения.* Его требования заключаются в добросовестном выполнении бизнесом своих прямых обязательств: выплата соразмерной квалификации работника заработной платы, достаточной для расширенного воспроизводства рабочей силы и содержания семьи с двумя-тремя детьми; своевременная в полном объеме уплата налогов, страховых сборов; исполнение трудового законодательства, обеспечение безопасности труда; соблюдение экологического законодательства; выпуск продукции и оказание услуг надлежащего качества, соблюдение технологических регламентов и стандартов. Европейский бизнес видит в потребителях одну из приоритетных заинтересованных групп и разрабатывает специфические формы взаимодействия с ними. Для российских предприятий значимость потребителей еще недостаточна мала [4].

2. *Уровень социального партнерства, сплоченности креативного трудового коллектива и развития в нем личности.* Второй уровень социальной ответственности бизнеса связан с развитием партнерских внутрифирменных отношений и предполагает непосредственный учет интересов работников на основе переговорного процесса. В дополнение к соблюдению базовых обязательств этот уровень гарантирует предоставление работникам некоторого набора льгот и социальных услуг, то есть реализацию целевых социальных инвестиций: инвестиции в человеческий капитал, в том числе в профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, в совершенствование организации и обогащение содержания труда, а также в охрану труда и здоровья работников; социальные инвестиции на улучшение пенсионного и жилищного обеспечения, программы, направленные не на самого работника, а на членов его семьи. Этот уровень можно назвать внутренней социальной ответственностью в системе «работник – работодатель» [5].

3. *Уровень социальных инвестиций на территориях базирования фирм.* Третий уровень, внешний по отношению к отдельной компании, охватывает программы и направления деятельности, сфера действия которых выходит за рамки предприятия. Требования данного уровня заключаются в рассмотрении территорий месторасположения бизнеса не как ресурса, а как цели деятельности. Для этого необходимо формировать партнерские отношения с государством на всех уровнях – муниципальном, региональном, федеральном, а также внутри бизнес-сообщества. Социальная ответственность в наиболее широком понимании предполагает участие последнего в разработке и проведении государственной социально-экономической политики, направленной на устойчивое развитие.

4. *Смыслообразующим уровнем системы социальной ответственности бизнеса является уровень осуществления типа социальной справедливости и общего блага.* Он включает в себя:

- а) реализацию конституционных прав и свобод, ответственности личности в хозяйственной, социальной, предпринимательской деятельности;
- б) расширение доступа экономически активных граждан к собственности, ресурсам, должностям, при обеспечении вертикальной и горизонтальной социальной мобильности;
- в) способствование ускоренному развитию беднейших социальных групп.

5. *Уровень развития культурно-исторических типов, семьи, инновации этнокультурного типа.* Выработанная нами общая модель социальной ответственности бизнеса в России включает развитие этнокультурной субстанции адекватно русской традиции связи экономики и социальной системы согласно религиозным традициям осмысления богатства.

Рассмотрим проблему здравого смысла применительно к отдельным уровням модели социальной ответственности бизнеса.

1. Здравый смысл в вознаграждении за труд состоит в следующем: заработная плата должна обеспечивать расширенное воспроизводство рабочей силы и содержание семьи с двумя-тремя детьми; заработная плата должна выплачиваться соразмерно квалификации рабочего; доля зарплаты должна составлять 80% ВВП (как в странах Европы); зарплаты высшего менеджмента и остальных работников должны быть соразмерны.

Здравый смысл в оплате труда отсутствует в следующих ситуациях: заработная плата отстает от прожиточного минимума, тем самым, она исключает простое воспроизводство работника, не предполагает создания семьи с детьми, но способствует росту воровства, преступности в целом, прогрессированию заболеваний и снижению профессиональных навыков; заработная плата назначается работнику согласно его родственным связям; доля заработной платы составляет до 40% ВВП; зарплаты высшего менеджмента и остальных работников несоизмерны.

2. Здравый смысл на уровне социального партнерства присутствует при соблюдении следующих условий: профсоюзы реально контролируют соблюдение работодателем базовых требований законодательства и норм социальной справедливости; на предприятии создаются условия для формирования креативных коллективов, способных к инновациям, к восприятию все более совершенных технологий, знаний; происходит «социализация трудового процесса» посредством непосредственного учета интересов работников на основе переговорного процесса, включая соучастие наемного персонала в принятии решений, соучастие в прибылях.

Об отсутствии здравого смысла на уровне социального партнерства свидетельствуют следующие моменты: профсоюзы реально не осуществляют контроль собственно системы социальной ответственности бизнеса; собственник не создает социально-экономические предпосылки для создания креативной среды в фирме; собственник видит в работниках лишь возобновляемый ресурс.

3. Здравый смысл на уровне социальных инвестиций на территории базирования фирм присутствует в следующих ситуациях: бизнес рассматривает территорию базирования фирмы не как ресурс, а как цель деятельности; бизнес инвестирует создание инфраструктуры в сфере жилищно-коммунального хозяйства, бытовых услуг, дорожно-транспортной сети, системы телеинформационных коммуникаций; бизнес создает

новые рабочие места, разряжая социальную напряженность в регионе; бизнес предлагает рабочие места, в первую очередь, коренному населению региона месторасположения фирмы.

Об отсутствии здравого смысла на уровне социальных инвестиций на территории базирования фирм свидетельствуют следующие факты: прибыли переводятся в офшоры и зарубежные банки, а не вкладываются в территории базирования фирм; развитие территорий месторасположения бизнеса затруднено неуплатой им налогов в местные бюджеты; бизнес неоправданно сокращает рабочие места, создавая социальную напряженность в регионе; бизнес предпочитает дешевую иностранную рабочую силу, а не дорогую местную.

4. Уровень осуществления социальной справедливости имеет здравый смысл при соблюдении следующих условий: реализуется весь комплекс взаимных прав, свобод и обязанностей работодателя и совокупного наемного работника на принципах равенства и справедливости; собственность фирмы приобретает и отчуждается на правовых основаниях при функционировании системы ректификации неэффективно и вредно используемой собственности (национализация и т.п.); активно развиваются беднейшие слои общества и формируется средний класс; расширяется доступ к собственности, власти, должностям, вообще и в гендерном аспекте в частности [6].

Уровень социальной справедливости лишают здравого смысла следующие обстоятельства: комплекс взаимных прав, свобод и обязанностей работодателя и совокупного наемного работника сконструирован работодателем по своему усмотрению и в свою пользу; приватизация носит несправедливый характер и утверждает ориентированную на конъюнктурные бизнес-элиты структуру форм собственности, а система ректификации, т.е. устранения обозначенного несправедливого приобретения собственности, а также неэффективно используемых фондов отсутствует; доходы 10% самых богатых в несколько десятков раз превышают доходы 10% самых бедных (социальное равновесие в обществе нарушено); в акционерном капитале предприятия доминирует один собственник, а доступ женщин к руководящим должностям в бизнесе и вообще к участию в управлении, собственности затруднен.

5. Уровень развития культурно-исторических типов наделен здравым смыслом при наличии следующих условий: развиваются добродетели работников и преодолеваются их пороки; рост прибыли и производительности труда осуществляется за счет развития человеческого и социального капитала, инноваций на этнокультурной основе; бизнес способствует расширенному демографическому росту этносов культурно-исторического типа месторасположения фирмы; у работников обостряются национальные чувства, они проникаются уважением к работодателям, которые дали им возможность лучше овладеть богатствами национальной культуры; бизнес способствует демографическому росту культурно-исторического типа своего народа и его конкурентоспособности с другими этнокультурными общностями.

Итак, признать наделенной здравым смыслом модель социальной ответственности бизнеса некоторой компании можно при наличии следующих условий:

1) модель социальной ответственности бизнеса реализуется на основании принципов социальной справедливости, социальной функции частной собственности, интеграции личных, корпоративных интересов и общего блага народа;

2) акт производительного коллектива по рациональному хозяйственному выбору путем максимизации полезности и минимизации издержек служит средством расширенного воспроизводства креативной дорогой рабочей силы и народонаселения в месте базирования фирмы.

Список литературы

1. **Алямкин С. Н.** Роль протестантской этики в формировании духа капитализма: трактовка М. Вебера // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (52). Ч. 1. С. 13-15.
2. **Алямкин С. Н.** Христианское учение о нестяжании как основание концепции социальной ответственности бизнеса // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2014. № 34. С. 29-36.
3. **Гагаев А. А., Гагаев П. А.** Философия здравого смысла: критика оснований разума. М.: ЛЕНАНД, 2015. Кн. 2. Здравый смысл как основание науки. Ч. 2. Здравый смысл в основаниях принятия решений в общественной практике.
4. **Лонина Т. Ф.** Анализ практики влияния потребителей на реализацию концепции социальной ответственности бизнеса российскими и зарубежными компаниями // Вестник Казанского технологического университета. 2015. Т. 18. № 1. С. 333-338.
5. **Морозов А. А.** Социальная ответственность бизнеса в системе «работник – работодатель»: опыт эмпирического изучения // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. 2015. № 3. С. 117-125.
6. **Ролз Д.** Теория справедливости. Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1995. 535 с.

COMMON SENSE IN DOCTRINE OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

Alyamkin Sergei Nikolaevich, Ph. D. in Philosophy
Mordovian Institute for the Humanities
sergeyalaymkin@mail.ru

The article argues for the necessity to evaluate economic relations from the viewpoint of common sense on the basis of the philosophical and legal model of the social responsibility of business. The author identifies the basic (universal) level of the social responsibility of business, the level of social partnership, the level of social investments in the residential territories of firms. The levels of social justice and ethnocultural responsibility of a firm are distinguished as semantic elements of the social responsibility of business.

Key words and phrases: common sense; social responsibility of business; social justice; social reproduction; capital; profit.