

пансии мирового кризиса — экономического и ценностно-мировоззренческого — позволяет выявить его предпосылки, закономерности и регулятивы, разработать модели социально-экономических прогнозов и ожиданий.

Литература

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М.: Наука, 1999.
2. Тульчинский, Г.Л. Массовая культура как воплощение гуманизма Просвещения или почему российское общество самое массовое / Г.Л. Тульчинский // Филос. науки. — 2008. — № 10.
3. Делягин, М. «Экономическая зима» не шутит / М. Делягин, В. Николаевский // Беларус. думка. — 2009. — № 1.
4. Степин, В.С. Ценностные основы и исторические перспективы техногенной цивилизации / В.С. Степин // Социология. — 2000. — № 3.
5. Хабермас, Ю. Политические работы / Ю. Хабермас. — М.: Наука, 2005.
6. Бек, У. Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирно-политическая экономия / У. Бек. — М., 2007.
7. Гранин, Ю.Д. «Глобальное гражданство» или «глобальная этика» / Ю.Д. Гранин // Филос. науки. — 2008. — № 10.
8. Смит, Э. Национализм и модернизм. Критический обзор современной теории наций и национализма / Э. Смит. — М.: Наука, 2004.
9. Спикер, М. Глобализация и развитие: перспективы христианской социальной доктрины / М. Спикер // Глобализация и столкновение идентичностей. — М.: Наука, 2003.
10. Иноземцев, В.Л. Прогресс и социальная поляризация в XXI столетии / В.Л. Иноземцев // Полс. — 2008. — № 6.
11. Апресян, Р.Г. Понятие общественной морали (опыт концептуализации) / Р.Г. Апресян // Вопр. философии. — 2006. — № 5.
12. Яскевич, Я.С. Философия и методология науки / Я.С. Яскевич. — Минск: Выш. шк., 2007.

М.И. НОЗДРИН-ПЛОТНИЦКИЙ, Л.В. ВОРОБЬЕВА

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НА МИКРОУРОВНЕ: СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ (ЧАСТЬ 2. НАЧАЛО В № 2 2009 г.)

Социальная ответственность бизнеса и новые элементы социальной политики на микроуровне. По мере роста частной собственности и становления крупного корпоративного бизнеса в конце 90-х гг. XX — начале XXI в. на постсоциалистическом пространстве появились новые формы социальной политики на микроуровне. Это можно назвать третьим этапом преобразований социальной инфраструктуры предприятий для стран, завершивших в целом переход от предприятия советского типа к рыночному. Дискуссии по поводу социальной политики предприятий переместились в область *социальной ответственности бизнеса* (далее — СОБ), или *корпоративной социальной ответственности* (КСО). Заметным явлением стало изменение структуры и задач *социального пакета частного предприятия*. Подобные вопросы, хоть в меньшей степени, но получили развитие и в нашей стране. Однако без масштабной приватизации они не могут иметь такую же значимость, как в западных рыночных странах или, например в России, где социальные программы крупных нефтяных корпораций и некоторых других фирм уже играют особую

Михаил Иванович НОЗДРИН-ПЛОТНИЦКИЙ, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления Белорусского государственного экономического университета;
Людмила Владимировна ВОРОБЬЕВА, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Белорусского государственного экономического университета.

роль и привлекают внимание как государственных структур, общественности, так и исследователей-экономистов.

В дискуссиях о социальной ответственности бизнеса в мире выделяются две точки зрения — пессимистическая и оптимистическая, согласно первой СОБ является вынужденным приспособлением к давлению со стороны левых сил, общественных организаций, защищающих права работников, потребителей и других, согласно второй СОБ является добровольным осознанным выбором самого бизнеса [8, 1–2]. Как бы то ни было, СОБ стала заметной тенденцией в мире с 70-х гг. XX в. Со временем появились стандарты социальной отчетности, а публикуемые социальные отчеты стали эффективным инструментом публичной политики компаний.

Корпоративная социальная ответственность отражает вклад бизнеса в развитие общества, *связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума*. Глава ООН призвал компании мира присоединиться к Глобальному договору о социальной ответственности. Такой договор поддержали уже многие компании из более 80-ти стран мира, в том числе несколько десятков белорусских [8, 4]. У наиболее продвинутых в решении социальных проблем российских компаний квота расходов на эти цели закладывается в годовой бюджет. У нефтяных российских компаний она составляет около 1,5 % прибыли. Западные компании «тратят на социалку на порядок больше». Так, Шелл или Бритиш Петролеум отчисляют на социальные программы до 10 % прибыли [9]. Такие затраты вполне оправданы — они дают и экономические, и политические дивиденды, поскольку корпорации получают необходимую для успешного бизнеса поддержку общества и высокую репутацию на рынке. Социальная активность компании становится весомым фактором роста акционерной стоимости. Компании из года в год не только увеличивают объемы социальных инвестиций, но уделяют все большее внимание раскрытию информации об этой стороне деятельности. В годовых отчетах ведущих корпораций раздел о КСО (как мы ведем бизнес) не менее важный, чем результаты операционной деятельности (сколько мы зарабатываем) [9].

Корпоративная социальная ответственность, или СОБ — добровольная инициатива с широким спектром деятельности. Этот спектр может варьироваться по фирмам и странам, часто включает такие мероприятия, как охрана здоровья работников; улучшение социальных условий персонала; обеспечение промышленной безопасности, профилактика чрезвычайных ситуаций; улучшение экологического состояния окружающей среды в регионах экономической активности компаний; поддержка науки, образования, культуры, религии; а также непосредственно благотворительная деятельность [10]. Тем не менее добровольность не исключает и некоторые общие подходы, поэтому появились и единые международные стандарты. Одна из подобных классификаций выделяет следующие основные стандарты СОБ на уровне компании:

- корпоративная культура — неукоснительное выполнение обязательств перед клиентами, партнерами, персоналом и государством, полная прозрачность компании;
- ведение бизнеса с неременным учетом интересов местных сообществ — согласование изменений ландшафта, решения экологических проблем (обеспечения экологической безопасности производства);
- социальные программы для сотрудников: гарантии, льготы, работа с профсоюзами, повышение профессионального уровня;
- участие компании в социальных программах региона присутствия;
- благотворительность в чистом виде — поддержка проектов, не связанных напрямую с бизнесом компании [9].

В России практика корпоративной ответственности наряду с другими направлениями менеджмента находится в процессе развития. Объективная необходимость становления социально ответственного бизнеса осознается обществом и самим, во всяком случае передовым, бизнесом, но осознается теоретически. Возникает вопрос, насколько современный бизнес готов к реальной социальной ответственности. В Беларуси практика СОБ находится в начальной стадии. Для малых и средних предприятий, которые составляют основу частного сектора, проблема СОБ не столь существенна и насущна. Однако открытость экономики, процессы глобализации и высокая степень зависимости от внешних экономических факторов привлекают внимание и побуждают к участию в мировых процессах социальных преобразований.

Социологическое исследование о готовности белорусских предприятий к ведению СОБ обнаружило, что «рефлексия руководителей, персонала компаний и общественная атрибуция в отношении готовности белорусского бизнеса к реализации социальной ответственности имеют существенные расхождения по ряду показателей» [8, 4]. Сами бизнесмены, по полученным данным, считают основными ценностями СОБ выполнение законодательства, честное получение прибыли, непричастность к коррупции и взяточничеству, выплату налогов. Представители общественности ставят эти ценности на более низкие места, а более важным считают своевременную выплату заработной платы и предоставление социальных услуг и гарантий. Представители руководства предприятий (25 %) считают, что белорусские организации полностью готовы к социально ответственному ведению бизнеса, а среди представителей общественности так считают только 4 % [8, 4].

В рамках утверждения института СОБ возникает и вопрос о взаимоотношении государства и социальной политики частного предприятия. Подчеркивание самостоятельности и добровольности в определении круга предоставляемых социальных услуг предполагает независимость бизнеса. Важно отметить, что СОБ — эндогенное явление, идущее от фирм, а не экзогенное, идущее от государства. Исследователи данных процессов, эксперты ООН отмечают, что *КСО следует отличать от навязанной сверху административными предписаниями социальной ответственности*, «официальных поборов», что обычно практикуют местные органы власти. Как отмечают некоторые исследователи, расхождения по поводу того, что считать СОБ, существуют не только у представителей бизнеса и населения, но и у представителей бизнеса и власти. В то же время многие авторы отмечают объективную необходимость сохранения и некоторого принуждения со стороны государства в области социальной политики предприятия [1, 21]. Ясно, что масштабы и инструменты такого влияния могут быть разными для государственных и частных предприятий и существенно различаются в национальных моделях экономики. Так, Э. Рудык, ссылаясь на мировой опыт, отметил следующие формы и инструменты воздействия государства на социально значимые предприятия:

- 1) установление прямых адресных «социальных показателей», достижение которых носит обязательный характер для государственных предприятий;
- 2) определение «социальных целей» деятельности частных предприятий на договорной основе;
- 3) предоставление государственных и муниципальных заказов, льготных кредитов;
- 4) предоставление целевых «социальных кредитов» [11, 162].

Но, по его мнению, успешная реализация таких инструментов возможна только при формировании в стране полноценного социального государства, т.е. не только декларирующего приверженность социальной ориентации, но и имеющего для этого финансовую базу и институты гражданского общества.

Новые акценты социальной политики на микроуровне как фактор, способствующий переходу к инновационной экономике. Основные цели со-

циальной политики микроуровня не могут не отличаться от общих целей социальной политики макроуровня. На последнем особенно важно поддержать эффективную занятость и уровень дохода, бороться с бедностью и защищать социально уязвимые слои населения, обеспечивая социальные гарантии и права, которые не может обеспечить рынок. Большинство предприятий в рыночной экономике социальную политику строят в соответствии с собственными коммерческими целями. То, что социальные проблемы нужно решать, диктуют современным компаниям не только гуманные соображения. Финансирование социальных программ — один из путей решения бизнес-задач, где просчитаны и затраты, и потенциальный доход. С учетом того, что значимость нефинансовых факторов увеличения акционерной собственности и стоимости постоянно возрастает, повышенное внимание к ним становится важнейшим конкурентным преимуществом компании. Поскольку важным фактором современной конкурентоспособности компании выступает социальный капитал, человеческий капитал, то и социальные пакеты предприятий отражают вложения в эту сферу, в здоровье, образование и квалификацию работников.

Социальные программы на микроуровне все чаще рассматриваются в мире как статья расходов в персонал и инструмент управления им. Возросла часть вознаграждения за труд, имеющая немонетарный характер. Социальный пакет предприятия направлен на привлечение в фирму квалифицированных работников. Заметны тенденции в изменении структуры типичного социального пакета предприятия — непрямого материального вознаграждения. В целом эта структура включает в себя определенные законодательством льготы и социальные гарантии, распространяемые на весь персонал, и дополнительные социальные услуги, предоставляемые конкретным работодателем за особые заслуги, статус и другие качества отдельным категориям или всему персоналу. Современный социальный пакет составляет до 15 % затрат компании на персонал, включая такие важные составляющие инвестиций в человеческий капитал, как оплата медицинских услуг, обучения, повышения квалификации, различных форм проведения досуга.

Показательна эволюция структуры социального пакета в России за последние 10—15 лет: от относительно равного обеспечения всех сотрудников медицинским обслуживанием, санаторно-курортным лечением, детскими садами и другими услугами до формирования «базового соцпакета», включающего компенсацию затрат на питание и программы медицинского страхования, выдачу ссуд, оплату тренингов, курсов, предоставление транспорта [12].

В более широком плане вклад социальной политики бизнеса в инновационную экономику нужно рассматривать с точки зрения вызревания социально ответственного бизнеса социального партнерства, что в постсоциалистических странах пока еще является проблемой. В значительной мере она связана с отношением общества и власти к бизнесу вообще, которое характеризуется отсутствием признания, уважения, полноценной защиты частной собственности и осознания общественно-экономической значимости предпринимательства. Бизнес и общество, как и в западных странах, должны пройти стадии эволюции от первоначального накопления с отсутствием ярко выраженной социальной политики к социальному партнерству с тремя относительно равноправными участниками — власть, бизнес, работники. Только социально ответственный бизнес способен осуществлять добровольное и масштабное социальное инвестирование, способствующее переходу экономики на инновационный путь развития. Такой бизнес осуществляет инвестиции в собственный персонал, формируя необходимый человеческий капитал, а также в безопасность окружающей среды, инфраструктуру регионов присутствия, в поддержку различных образовательных структур, включая корпоративные учебные заведения и др.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Социальная политика в постсоциалистическом обществе: Задачи, противоречия, механизмы / В. Матвиенко [и др.]; отв. ред. К.И. Микульский. — М.: Наука, 2001.
2. *Кара-Мурза, С.Г.* Советская цивилизация: в 2 кн. / С.Г. Кара-Мурза. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. — Кн. 2: От Великой победы до наших дней.
3. Обзор экономики России. Финансирование социальных активов: Специальный доклад. II кв. 1996 г. // Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. — 1996. — Режим доступа: <http://www.cir.ru/docs/stat/publications/analytics/RECEP/1996/2/>. — Дата доступа: 20.12. 2008.
4. *Зельдина, Е.Р.* Переход права собственности на объекты социальной инфраструктуры предприятий: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.04 / Е.Р. Зельдина; Нац. акад. наук Украины, Ин-т экономико-правовых исслед. — Донецк, 1999. — 17 с.
5. Предприятия и общественные блага в России / Е. Журавская [и др.] // Экономические исследования и образование: Россия и СНГ. — 2003. — № 13 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.eerc.ru/details/download.aspxfile_id=3913/. — Дата доступа: 01.03. 2009.
6. Социальная сфера российских предприятий: что изменилось за годы реформ? / Е. Журавская [и др.]. // Исследования ЦЭФИР [Электронный ресурс]. — 2004. — Режим доступа: http://www.cefir.ru/www.hse.ru/data/608/313/1234/2004_05_25.doc/. — Дата доступа: 12.03. 2008.
7. *Козлович, В.* Казенный дом? Для некоторых предприятий общежития стали непосильной ношей / В. Козлович // СБ Беларусь сегодня. — 2007. — 15 февр.
8. *Гринюк, Ж.В.* Социальная ответственность глазами общества и бизнеса / Ж.В. Гринюк [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://un.by/pdf/grinyuk_12-05-21975.pdf. — Дата доступа: 01.11. 2008
9. Социальная активность как средство повышения капитализации компании, укрепления ее репутации // Бизнес и социальная ответственность [Электронный ресурс]. — 2005. — Режим доступа: http://www.business-ethics.ru/analytics/date_09.2005. — Дата доступа: 25.05. 2008.
10. *Ермак, Д.* Социально ответственно начал мыслить белорусский бизнес / Д. Ермак // Экон. газ. — 2006. — 15 сент.
11. *Рудык, Э.* Социальное предприятие, социальная экономика, социальное государство / Э. Рудык // Москва. — 2004. — № 12.
12. *Скитяева, И.* Социальный пакет: статья расходов или инструмент управления / И. Скитяева, Е. Чернова // Управление компанией. — 2005. — № 12 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2005-12/8.shtml>. — Дата доступа: 20.03. 2008.

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР БГЭУ представляет

Макроэкономика: учеб. пособие / В.А. Воробьев, А.В. Бондарь, Л.Н. Новикова [и др.]; под ред. В.А. Воробьева. — Минск: БГЭУ, 2009. — 270 с.

Рассматриваются теоретические основы функционирования национальной экономики в целом. Дано систематическое изложение основных макроэкономических теорий и моделей, анализируются инструменты и механизмы осуществления бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики. Учебный материал отражает особенности белорусской экономической модели.

Учебное пособие адресовано студентам заочной формы обучения экономических вузов, но будет полезно также студентам неэкономических специальностей, преподавателям теоретических экономических дисциплин, а также всем желающим понять механизмы решения основных макроэкономических проблем.

Микроэкономика: учеб. пособие / А.В. Бондарь, В.А. Воробьев, Н.Н. Сухарева; под ред. А.В. Бондаря, В.А. Воробьева. — 2-е изд. — Минск: БГЭУ, 2009. — 415 с.

Является логическим продолжением учебного пособия «Экономическая теория» (2006) и содержит материал, характеризующий место микроэкономики в системе теоретических экономических дисциплин, анализирующий поведение потребителя и фирмы, функционирование рынков производственных ресурсов, теоретические основы, направления и инструменты государственного микроэкономического регулирования.

Адресовано студентам, получающим высшее образование по экономическим специальностям, магистрантам, аспирантам и преподавателям, а также всем желающим изучить микроэкономические закономерности более глубоко. Будет полезно практическим работникам министерств и ведомств.