

Н.О. Аблязова, И.В. Гуськова, Н.Е. Серебровская, Н.М. Сеницына

## КУЛЬТУРА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Обсуждается проблема повышения социальной ответственности российского предпринимательства в контексте обновления взглядов на фигуру современного предпринимателя и культурные аспекты его деятельности, анализируются изменения культуры предпринимательства в новых социально-экономических условиях. Представлены оценки уровня социальной ответственности российского бизнеса по данным опроса, проведенного Российским союзом промышленников и предпринимателей в 2018 г., определены условия институционализации социальной ответственности бизнеса и выявлены основные тенденции развития культуры российского предпринимательства.

*Ключевые слова:* предприниматель, социальная ответственность, культура предпринимательства, бизнес, предпринимательская деятельность.

N.O. Ablyazova, I.V. Gus'kova, N.E. Serebrovskaya, N.M. Sinitsyna

## CULTURE AND SOCIAL RESPONSIBILITY RUSSIAN BUSINESS

The article discusses the problem of increasing the social responsibility of Russian entrepreneurship in the context of updating views on the figure of a modern entrepreneur and the cultural aspects of his activity, analyzes changes in the culture of entrepreneurship in the new socio-economic conditions. The authors present estimates of the level of social responsibility of Russian business according to a survey conducted by the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs in 2018, define the conditions for the institutionalization of social responsibility of business and identify the main trends in the development of the culture of Russian entrepreneurship.

*Keywords:* entrepreneur, social responsibility, business culture, business, entrepreneurial activity.

Сегодняшнее общество остро нуждается в обновлении взглядов на предпринимателя и предпринимательство, а последние, в свою очередь, на культуру ведения собственного бизнеса и на деловую культуру в целом. Культура бизнеса является его неотъемлемой частью, на ней базируется вся предпринимательская деятельность.

Современные внутренние и внешние социально-экономические отношения России предъявляют повышенные требования к бизнесу, к соблюдению им общепринятых норм цивилизованного общества, этических деловых норм, ответственности за

результат своей деятельности. Многие из аспектов современной российской бизнес-культуры не могли сформироваться в прежней системе социально-экономических отношений, в ушедший уже исторический период, а складывались достаточно стихийно в процессе перестройки экономики и социальных общественных структур [3]. Несовпадение стандартов этой «стихийной» предпринимательской культуры с общемировыми, особенно на первых этапах ее становления, нанесло ощутимый ущерб репутации российского бизнеса в глазах общества. С нашей точки

зрения, сегодня существует выраженная потребность обсуждения данной проблемы на уровне СМИ, предпринимательского и гражданского российского сообщества.

Культура предпринимательства – это система сложившихся в сфере бизнеса принципов ведения бизнеса в соответствии с существующими в обществе правовыми нормами, обычаями делового сообщества, культурными традициями, сложившимися в стране, этическими принципами поведения субъектов предпринимательской деятельности.

Существует целый ряд факторов, тормозящих развитие российской предпринимательской культуры: незначительный опыт ведения дел в условиях мирового рынка, часто изменяющееся законодательство, обширные территории и мультикультурный характер нашего государства, исторические «перипетии» в становлении гражданского общества и др. [1]. Формирование нового делового сознания и предпринимательского мировоззрения напрямую связано с базовыми поведенческими установками и привычками деловых людей, нормами и правилами делового общения и отношения к партнерам, ответственностью за результат своей предпринимательской деятельности перед государством и обществом, что составляет основу культуры предпринимательства [2].

Предпринимательская культура является основой предпринимательской деятельности. Она базируется на общекультурных принципах и деловых российских традициях. Многие из характеристик современной деловой культуры предпринимателей сформировались еще в советский период развития нашего общества [4]. И до сих пор активно воспроизводятся. Они стали результатом соединения двух тенденций: подчиненности государству, с одной стороны, и стремления следовать здоровому

смыслу и предприимчивости при выборе стратегии делового поведения – с другой.

Государство и общество предъявляют к бизнесу определенные требования, связанные с ожиданиями от предпринимательства определенного уровня социальной активности и ответственности перед обществом, где они осуществляют свою деятельность.

Отношение к предпринимательству в обществе формирует предпринимательскую культуру на основе общественных убеждений о том, насколько удачным выбором для карьеры воспринимается предпринимательство, насколько высокий социальный статус имеют предприниматели, насколько легко можно открыть бизнес, а также насколько положительно предпринимательство освещается в СМИ. Все чаще поднимается вопрос о социальной ответственности бизнеса как одном из условий его функционирования в обществе, как факторе формирования положительного делового имиджа. Связано это прежде всего с тем, что государство, так или иначе, является совладельцем наиболее крупнейших компаний.

Эксперты и чиновники расходятся в оценках доли госсектора в экономике Российской Федерации. В Федеральной антимонопольной службе (ФАС) государству приписывают 70%, а в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации долю государства оценивают лишь в 44%. Примечательно, что связанные с государством компании, производящие меньшую часть ВВП, получают основную часть льгот, привилегий и госфинансирования. Поэтому у общества сложились определенные ожидания по выполнению социальных обязательств бизнеса.

Социальная ответственность бизнеса предусматривает не только реализацию предпринимательских интересов и эконо-

мических бизнес-целей, но и значимость достигнутого результата и его социальных последствий для общества в целом. Общество ждет от предпринимателей добровольного отклика на актуальные проблемы. Для современных предпринимателей должна быть характерна социальная ответственность.

Под социальной ответственностью предпринимательства понимается прежде всего реализация в процессе их предпринимательской деятельности тех действий и мероприятий, которые ориентированы на общественное благо.

В результате проведения социально ориентированных мероприятий достигаются следующие результаты:

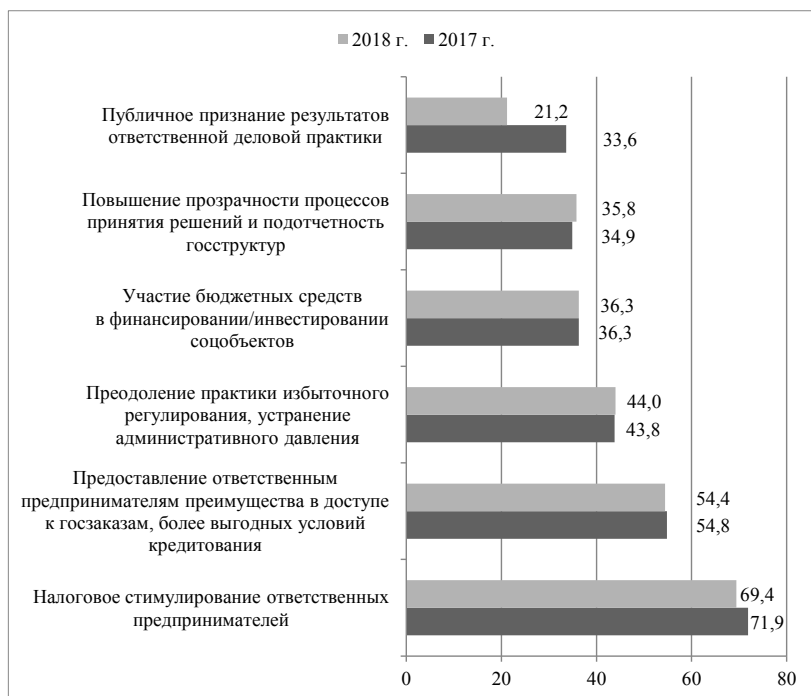
- повышается имидж бизнеса на уровне целевой аудитории;
- увеличивается объем выпускаемой продукции и оказываемых услуг;
- развивается и укрепляется корпоративный бренд;
- появляются новые партнерские контакты;
- укрепляются связи с представителями бизнеса, государства, с гражданскими объединениями и организациями.

Однако, по оценкам опроса, проведенного Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) в 2018 г., уровень социальной ответственности бизнеса низкий, согласно мнению 38,1% участников исследования. (В опросе приняли участие компании – члены РСПП из всех федеральных округов (38,9% – ЦФО, 24,1% – ПФО, 17,7% – ЮФО, 24,1% – УФО, 10,3% – СФО, 16,3% – СЗФО, 12,8% – ДВФО, 5,4% – СКФО). При региональном анализе не учитываются данные северо-кавказских предприятий, так как выборка по ним нерепрезентативна).

В 2017 г. почти половина всех компаний согласилась с тем, что уровень социальной

ответственности средний. То есть сам бизнес отмечает тенденцию снижения социальной ответственности. Частично причина кроется еще в том, что отсутствуют программы, стимулирующие и поощряющие социальную ответственность. Зачастую часть ответственности, так или иначе, государство перекладывает на бизнес: введение ответственности за увольнения «предпенсионеров», выплата выходного пособия при увольнении, обязанности постановки на учет в службу занятости населения и многое другое.

Что же может повысить уровень социальной ответственности бизнеса? В первую очередь, и в этом убеждены 69,4% участников опроса, это налоговое стимулирование ответственных предпринимателей. Более половины компаний (54,4%) видит возможности для роста такого рода ответственности в предоставлении предпринимателям преимуществ в доступе к государственным заказам, к более выгодным условиям кредитования; 44% респондентов считают, что сначала необходимо преодолеть практику избыточного регулирования, устранить административное давление, тогда и уровень социальной ответственности со стороны бизнеса вырастет. Более трети опрошенных организаций (36,3%) связывает возможный рост социальной ответственности предпринимателей с возможностью своего участия, наряду с государством, в финансировании социальных объектов. По мнению 35,8% компаний, повышение прозрачности процессов принятия решений и подотчетность госструктур повлияют на уровень социальной ответственности бизнеса. Публичное признание результатов ответственной деловой практики в качестве меры назвала пятая часть организаций, и это наименее популярный вариант среди рассматриваемых.



Факторы и меры поддержки предпринимателей со стороны государства, которые будут стимулировать ведение бизнеса на основе принципов социальной ответственности, %

Бизнес продолжает активно помогать региональным властям и/или муниципалитетам в социальном развитии регионов: только 15,8% респондентов ответили, что за прошедший 2018 г. их компании не направляли средства на поддержку социальной сферы.

Однако прямой зависимости между оценками уровня социальной ответственности бизнеса в целом и уровня поддержки региональных властей в социальной сфере нет. Социальная ответственность дополнительно к этому включает в себя и этику делового поведения, и прозрачность деятельности, и качество продукции и услуг, и результативность во всех областях ответственности, включая экономическую, экологическую и социальную составляющие.

Респонденты уточнили в ходе опроса, как именно они помогали региональным властям и/или муниципалитетам в социальном развитии регионов за отчетный период.

Около двух третей компаний (63,7%) оказывали помощь ветеранам, инвалидам, другим категориям социально незащищенных граждан, которые связаны с организацией; 52,6% участников опроса предоставляли помощь социально незащищенным гражданам. Половина компаний реализовывала в 2018 г. социальные программы для работников. Столько же организаций занимались уборкой и озеленением территории.

Чтобы социальная ответственность стала частью бизнес-культуры, необходимы формирование и развитие институ-

циональных рамок предпринимательства, утверждение бизнес-целей, появление норм и правил взаимодействия бизнеса и государства, их институционализация и признание общественной значимости. Со стороны государства также нужны поддержание норм и правил, оптимизация их применения, формирование системы соответствующих социальных ролей и бизнес-статусов, охватывающих сферу взаимоотношений в предпринимательской организационной среде.

Бизнес-организация должна выступать как распространитель института социальной ответственности, расширяя его на своих ближайших стейкхолдеров, которые видят положительный эффект влияния социальной ответственности.

На наш взгляд, признаками завершения процесса институционализации социальной ответственности бизнеса можно считать следующие критерии:

- предприниматели становятся агентами изменений в направлении утверждения социальной ответственности бизнеса;
- в обществе и бизнесе доминируют ценности, построенные на принципах социальной ответственности;
- растет значимость предпринимателей как интегратора прогрессивных социально-экономических институтов;
- происходит осознание влияния реализации на практике принципов социальной ответственности бизнеса на устойчивость бизнес-организаций и их конкурентоспособность.

Деловая культура современных российских предпринимателей находится в процессе становления. Она представляет собой довольно пеструю смесь стереотипов поведения, перенесенных из командно-административной экономики, заимствованных из западной и американской деловых культур и еще находящихся в процессе

становления и не вполне сформированных собственных норм и ценностей.

В современный период наблюдается, что слой предпринимательства в количественном отношении стабилизируется, прирост обеспечивается за счет малого бизнеса и самозанятых граждан.

Согласно Национальному отчету по глобальному мониторингу предпринимательства России за 2018–2019 гг., в России в 2018 г. количество людей, вовлеченных в создание и управление новыми компаниями, составило 5,5% взрослого трудоспособного населения страны.

В 2018 г. наблюдалось снижение индексов предпринимательской активности, однако в сравнении с началом 2000-х гг., когда только каждый двадцатый гражданин России был вовлечен в предпринимательскую деятельность, в последние годы уже каждый десятый житель России либо создает новый бизнес, либо уже является предпринимателем.

Немаловажным фактором для развития предпринимательства является то, как в обществе относятся к предпринимательству и фигуре предпринимателя. Наличие представления о высоком статусе предпринимателя и рассмотрение предпринимательской деятельности как удачной карьеры могут подталкивать большее количество людей выбирать предпринимательскую деятельность.

В свете новых социально-экономических задач, поставленных перед обществом на новом этапе развития России, основным моментом является содействие позитивным тенденциям развития деловой культуры предпринимательства как основы создания нового типа предпринимателей, социально ориентированных, осознающих свою ответственность перед обществом и нацеленных на развитие бизнеса в своей стране.

### Литература

1. Гуров Г., Карстенсен Ф. Предпринимательство в царской России и в Советском Союзе. Принстон, 1983. 342 с.
2. Егоршин А.П., Кожин В.А., Гуськова И.В. Предпринимательство в России: состояние и перспективы: монография. [Б. м.]: Экономика, 2014. 234 с.
3. Колесников И.В. Российская деловая культура. Воздействие на модель управления. М.: Феникс, 2011. 289 с.
4. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2012. 280 с.

### Literatura

1. Gurov G., Karstensen F. Predprinimatel'stvo v tsarskoj Rossii i v Sovetskom Soyuze. Prinnton, 1983. 342 s.
2. Egorshin A.P., Kozhin V.A., Gus'kova I.V. Predprinimatel'stvo v Rossii: sostoyanie i perspektivy: monografiya. [B. m.]: Ekonomika, 2014. 234 s.
3. Kolesnikov I.V. Rossijskaya delovaya kul'tura. Vozdejstvie na model' upravleniya. M.: Feniks, 2011. 289 s.
4. Shikhirev P.N. Vvedenie v rossijskuyu delovuyu kul'turu. M.: Novosti, 2012. 280 s.

DOI: 10.25586/RNU.V9276.20.02.P.008

УДК 330.12

Э.С. Алпатова

## БОГАТСТВО И БЕДНОСТЬ КАК СТЕПЕНИ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ В МИРЕ И В РОССИИ

Исследованы проблемы богатства и бедности как степеней общественного благосостояния, а также социально-экономического неравенства как фактора, который обуславливает развитие данных категорий. Показано распределение доходов домохозяйств в целом в мире и в России с использованием индекса Джини и коэффициента фондов. Сделан вывод о критически опасном для социальной стабильности углублении социально-экономического неравенства, избыточной бедности значительной части населения страны на фоне растущего благосостояния узкой группы лиц. Доказано, что главными путями решения данных проблем являются трансформация авторитарного государства в направлении создания современной развитой демократии с рыночной экономикой, введение прогрессивной шкалы налогообложения, нормализация социально-трудовых отношений.

*Ключевые слова:* общественное благосостояние, богатство, бедность, социально-экономическое неравенство, благосостояние домохозяйств, избыточное неравенство, индекс Джини.

E.S. Alpatova

## WEALTH AND POVERTY AS DEGREES OF PUBLIC WELFARE IN THE WORLD AND IN RUSSIA

This article explores the problems of wealth and poverty as degrees of social well-being, as well as socio-economic inequality as a factor in the development of these categories. The distribution of household income in general in the world and in Russia using the Gini index and the fund ratio is shown. It has