

**Секция «Политические науки»**

**Государственное регулирование процесса формирования социальной ответственности российского бизнеса**

***Власенко Александр Александрович***

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия*

*E-mail: vlas.aa@mail.ru*

Говоря о российском бизнесе всегда необходимо учитывать его специфику. заключается она, в первую очередь, в этапах становления нашей современной государственности, в частности, приватизации. Анализ этого явления, которое имело место в нашей новейшей истории, поможет нам ответить на такие важные вопросы как: в какой мере российский бизнес является социально ответственным и должно ли государство регулировать процесс формирования социальной ответственности бизнеса в России?

Приватизация – это непрерывный процесс имманентно присущей рынку. В социальном плане приватизация, или разгосударствление собственности означает непрерывный процесс передачи через органы государственного управления одной частью взрослого населения причитающуюся ей долю собственности другой части взрослого населения России[1]. Вопрос о легитимности приватизации остается актуальным и изредка появляется в СМИ и в политическом дискурсе. Это означает, что вопрос легитимности приватизации в нашей стране все еще открыт. Так что же может уравновесить самые отрицательные итоги приватизации для социума? На мой взгляд, только социальная ответственность бизнеса поможет разрешить это противоречие. Я полностью согласен с мнением А.В.Поповой, которая утверждает, что легитимность приватизации в России может быть удостоверена только социально ответственной деятельностью современного бизнеса[2]. Вместе с полученным имуществом и сопутствующими бенефициями, бизнес также был обременен и ответственностью перед людьми, которые прямо или косвенно зависят от использования этого имущества, которое по итогам приватизации перешло в разряд частной собственности и теперь его судьба полностью зависит исключительно от предпочтений его владельца.

С учетом вышеизложенного, государству необходимо выстроить механизм регулирования процессов формирования социальной ответственности российского бизнеса. Этим должен заняться, на наш взгляд, институт имеющий все рычаги власти и давления. Много уже сделано, остается выяснить, чем должен завершиться этот процесс.

Государство конечно многое может сделать, но не все! Учитывая специфику русского народа и православия, существует возможность положиться и на некие нравственные принципы и механизмы, к примеру, на культуру совести[3] или на свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании[4].

В итоге можно еще долго обсуждать, каково должно быть содержание этой социальной ответственности, но одно уже ясно сейчас, что именно в России, с учетом специфики становления капитализма в нашей стране, бизнес обязан постоянно повышать свою социальную ответственность.

**Литература**

*Конференция «Ломоносов 2014»*

1. Бутырин Г.Н. Легитимность приватизации как политическая ценность
2. Попова А.В. Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. – М.: Союз Дизайн, 2012. – 376с.
3. Егоров А.В. Культура совести (социально-философский анализ). – Иркутск: ИрГУПС, 2013. – 132с.
4. Русская православная церковь. Архив официального сайта московского патриархата 1997-2009. <https://mospat.ru/archive/page/church-and-society/30427.html>